

电视实务丛书

王 阳 著

主 编 杨金月 胡智锋

电视新闻节目中的创新思维

中国广播电视出版社

电视实务丛书

王 阳 著

电视新闻节目中的创新思维

主 编 杨金月 胡智锋

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视新闻节目中的创新思维 / 王阳著. —北京: 中国广播电视出版社, 2004.1

(电视实务丛书 / 杨金月 主编)

ISBN 7-5043-4167-3

I. 电... II. 王... III. 电视节目-制作
IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 105353 号

电视新闻节目中的创新思维

作 者:	王 阳
策 划:	安 平
责任编辑:	张安平
封面设计:	郭运娟
责任校对:	张莲芳
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	北京海淀安华印刷厂
装 订:	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本:	787×1092 毫米 1/16
字 数:	220 (千) 字
印 张:	14
版 次:	2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷
印 数:	5000 册
书 号:	ISBN 7-5043-4167-3/G·1649
定 价:	28.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

● 丛书编委会 (按姓氏笔画)

王 阳	刘 文	刘桂林
李瑞英	沈 忱	杨金月
张安平	张敬邦	范 昀
武晋先	柯春海	胡智锋
童 宁		

丛书总序

中国电视刚刚走过了45年的历程，这45年，也是中国探索社会主义现代化建设之路的45年。中国电视伴随着共和国前进的步伐，从弱到强，从小到大，从稀缺到丰富，从封闭到开放，走得匆忙而紧张，走得艰辛而坎坷，走得庄重而豪迈，走得光荣而辉煌。风风雨雨45载，培育了一代代电视新人，留下了可贵的经验与探索。在“全球化”浪潮不断席卷而来的“转型”期，中国电视亟需把前辈和今贤摸索出来的经验，进行提升、提炼、整合，以为后来者进入这一事业领域提供帮助与扶持，因此，我们于中国电视创办45周年之际组织了这套丛书。

之所以将这套丛书名之为“电视实务丛书”，出于以下几个方面的考虑：

其一，电视事业领域从整体上看，由理论、实践两大部类构成。电视理论的使命，在于对丰富多彩的电视实践进行较为系统和理性的梳理、概括与表述。电视实践的使命在于进行现实的、可操作性的行动、生产与传播。我们的意图，既非严格、缜密的电视理论探究，也非单一、原始的实践操作描述，而是既有理论，又有实践，而且大多是从自己所亲历的具体的、生动的实践案例出发，进行一定理论整理，同时这种理论整理又具有普遍实践适用性。用“实务”表述较为妥帖。

其二，我们发现，在目前已出版发行的大量同类书籍中，存在着两个较为极端的取向：要么是离实践较远的教科书类模式，要么是纯感性、操作层面的实践描述模式，能将二者进行一定程度“整合”的同类丛书并不多见，而“实务”恰兼具二者，这在同类书籍中应是很很有特色的。

其三，本丛书的作者基本上都活跃于中国电视生产与传播的前沿，在策划、编辑、导演、拍摄、制作、播音、主持等各个环节都有独特丰富的经验积累，又都有一定的理论素养，他们所著的书，用“实务”概括也是恰如其分的。

其四，最近这些年，中国电视的发展速度之快，观念更迭速度之快，是前所未有的。广大研究者特别是从业者，面对这样的局面，大多有一种紧迫感和危机感，急于找到既有科学理论依据、又有现实实践依据的种种“说法”；在这种情形下，传统穷尽学理式的做法，或肤浅、表象的感性扫描，都很难推出这样的“说法”，而“实务”既建筑于实践、又建构于理论的模式，则是提出这种种“说法”的最为合适的方式和途径。

“电视实务丛书”的组织与推出，是我们的一种尝试，我们的作者来自于电视事业的不同工种、环节，在方方面面存在着差异，但我们的努力、我们的目的是一致的，这就是，为中国电视事业的发展添砖加瓦，为一代代电视新人的成长铺垫道路。

编 者

2003年12月

目 录

丛书总序	(1)
------------	-------

开篇 吸引观众的三招	(1)
------------------	-------

人物有血有肉，情节感人肺腑，结局又出人意料，这样的新闻谁不爱看呢？

第一章 一个好新闻就是一个好故事

爱听故事是人的天性，把新闻当故事讲，是吸引观众最有效的办法。

第一节 用悬念抓住观众的心	(5)
---------------------	-------

要想短时间内提高收视率，最好的办法就是把一个充满悬念的新闻做成电视连续剧。

第二节 让新闻的情节跌宕起伏	(11)
----------------------	--------

日常的生活是平淡的，人们渴望巧合和奇遇，一个个创造奇迹的故事，往往能成为吸引观众的好新闻。

第三节 抓住细节	(19)
----------------	--------

细节是新闻的血肉，没有细节的新闻，当然就会像骷髅一样难看。

第二章 人是新闻中永远的主角

人之间的情感是相通的，让新闻感人

的最好办法就是让新闻中的人物用感情去打动观众。

第一节 人，不该被忽略的新闻主体 (31)

排除各种干扰因素，无论在什么情况下，都要反复提醒自己，人是新闻的主角。

第二节 不能缺少的平民意识 (49)

始终把自己放在观众的位置上，做节目的时候，要反复地问自己，这样的节目观众爱看吗？

第三节 设身处地 以心换心 (57)

设身处地决不是在做秀，而是以真诚之心对待新闻里的人物、对待观众。常言道，日久见人心，我们付出真心，就会收获观众对节目的喜爱。

第三章 交流，和观众成为朋友

当你把观众当成亲人的时候，你就有了交流的冲动，跟亲人说的话，一般都不玩虚的，都挺实实在在的。

第一节 和新闻里的人物交流 (71)

把自己看成新闻中当事人的贴心人和倾诉对象，这就好像是新闻里的人碰到了为难的事，想找你聊聊，于是，你就推心置腹地给他们做思想工作，思想工作做完了，报道也就写成了。

第二节 新闻评论 (76)

貌似随口说来，却是语重心长。举重若轻，但却发人深省，这才是做新闻评论的高境界。

第四章 新闻的魅力：情理之中 意料之外

当观众看完新闻的时候，如果觉得故事的结局、评论出乎他的意料，这条新闻才算成功。

第一节 换个角度看新闻 (97)

一本正经地把新闻中的动物和东西都当人看，这样做出的趣闻就充满了让别人意想不到的亮点。

第二节 寻找新闻的第二落点 (102)

我首先想提出一个大胆的观点：做新闻要有想像力。

第三节 实话实说 (106)

我们在做新闻的时候，有时就应该用孩子般纯真的眼光、用老百姓口中最朴素的语言来讲述新闻，这样往往能产生最让人意想不到的效果。

第四节 出奇的新闻组合 (114)

用想像力作为新闻间的粘和剂，出人意料才是最好的组合。

第五章 电视新闻的表现手段

在不违背新闻真实的基础上，完全可以调动一切手段，把新闻中的故事讲得生动、精彩。

第一节 表现手段的移植及其作用 (142)

什么招人喜欢，咱们就研究什么，把老百姓喜闻乐见的表现形式都用到电视里来。

第二节 互动，让观众走进新闻 (160)

观众参与不是谈话类和娱乐性节目的专利，新闻节目照样可以调动观众参与的积极性。

第三节 写好解说词 (165)

字面上看，全是大白话，像白开水一样解渴；细品品，不少绝妙好词，像香茶一样让人回味无穷。解说词就应该是这样的。

第六章 关于新闻的采访

采访就是要在很短的时间里，让认识不认识、爱说不爱说的人都愿意向你掏出心里话。

第一节 采访究竟要采到什么样的声音 (180)

新闻需要的是人从心里发出声音，是情感的真实流露。新闻切忌众口一词，不同人说出来的话要有鲜明的个性。

第二节 随机采访 (183)

提问前先想想,你提的问题人家能答出来
吗?

第三节 一对一的采访(187)

记者和受访者往往是素不相识,在很短的时
间里要取得对方的信任,让人拿出掏心窝的话,
这就需要记者拿出更多的真诚。

第四节 采访的角度和主题的提炼(192)

采访角度选择的三种方法:抓细节、找配
角、跳出来。

第七章 制造一个真实的故事——谈新闻的策划

策划就是没事也得整出事,抓住一点儿小事
就要给整大发了。

第一节 策划要结合电视的特点(203)

鸟多的地方,粪多;人多的地方,话多;女人多
的地方,笑多。人多的时候,特容易出情绪。

第二节 用真情策划新闻 用真心感悟人生(207)

用手中的新闻尽心尽力地为需要帮助的老百
姓做几件好事,这就是最好的新闻策划。

后记 把节目当成自己的孩子(215)

当把节目当成自己孩子的时候,就不再会抱
怨做电视的苦,而只会感受到它给你带来的快
乐!

开篇 吸引观众的三招

人物有血有肉，情节感人肺腑，结局又出人意料，这样的新闻谁不爱看呢？

料，这样的新闻谁不爱看呢？

小时候，最爱听的就是妈妈讲的故事，一说要听故事，再闹的孩子也能安静下来。花木兰的故事从祖奶奶的祖奶奶，讲到重孙女的重孙女，讲了不知道多少年，连美国人都觉得好听，拍了个动画大片，花木兰的故事传遍了全世界，这就是故事的魅力。20年前，刘兰芳播讲评书《杨家将》，当时是万人空巷，饭可以不吃，故事不能不听。现在，人们花上百元到电影院里看大片，就是因为电影里有一个特别精彩的故事，爱听故事是人与生俱来的天性，甭管是大人还是孩子。这应该给我们电视新闻工作者一个启示，如果我们把新闻做得和讲故事一样精彩，老百姓能不爱看吗？

有一回，我陪妈妈上街给她买生日礼物，可一进商场，一眼就看见大屏幕上正播着琼瑶的爱情连续剧，老太太说什么也不走了，连生日礼物都不要了，非得把电视剧看完不可。无奈，我独自去给妈妈买礼物。一个多小时过去了，我赶回原地，老太太还站在那儿呢，一把鼻涕一把眼泪，哭得正伤心。老太太有高血压、心脏病，平常站10分钟都觉得累，可今天愣是站了一个多钟头，真难为她老人家了。电视剧播完了，老太太这才走，而且是一步一回头，像是把电视剧里那个苦命的姑娘扔在那儿了，自己放心不下。我一边走，一边劝，过了很久，老太太才止住悲伤。电视剧里的人跟我妈八杆子打不着，可老太太却被他们揪住了心，因为人和人之间的情感是相通相连的，这该给我们新闻工作者第二点启示：新闻打动人必定是新闻中的人物打动人，我们在做新闻的时候，一定要着力刻画人，人永远应该是我们新闻中的主体。

后来，我的妈妈去世了，在她周年的祭日，我去给她扫墓，在路途中，我收到一则同事发的短信，我想上面一定是劝我节哀的安慰话，可一看却出乎我的所料：

王老师：今天，您一定很难过，我想给您讲个笑话，愿

您的心情能好一些。老苍蝇带着小苍蝇去厕所吃屎，小苍蝇一边吃，一边不解地问妈妈：妈妈、妈妈，我们什么时候才能不吃屎呀？妈妈生气了，打了孩子一巴掌，说：“吃饭的时候别说这些恶心事！”

看了这则短信，我笑了，为什么这个故事让人觉得好笑，就是因为它出人意料。当然，我也被同事的良苦用心深深地感动了，短信里的故事很有创意，以这种方式来安慰人也很有创意，这该给我们第三点启示：有个意想不到结果的故事最能吸引人，我们在做新闻、讲故事的时候，要出乎观众所料，要体现出与众不同来。

有这么一个故事，感人肺腑，催人泪下，故事里的人有血有肉，故事的结局又出人意料，这样的故事谁不爱看呢？如果我们能把新闻做得这么精彩，保证观众不会换频道。

综上所述，可以总结出做出好新闻的三个要点：

第一，把新闻当成故事来讲；

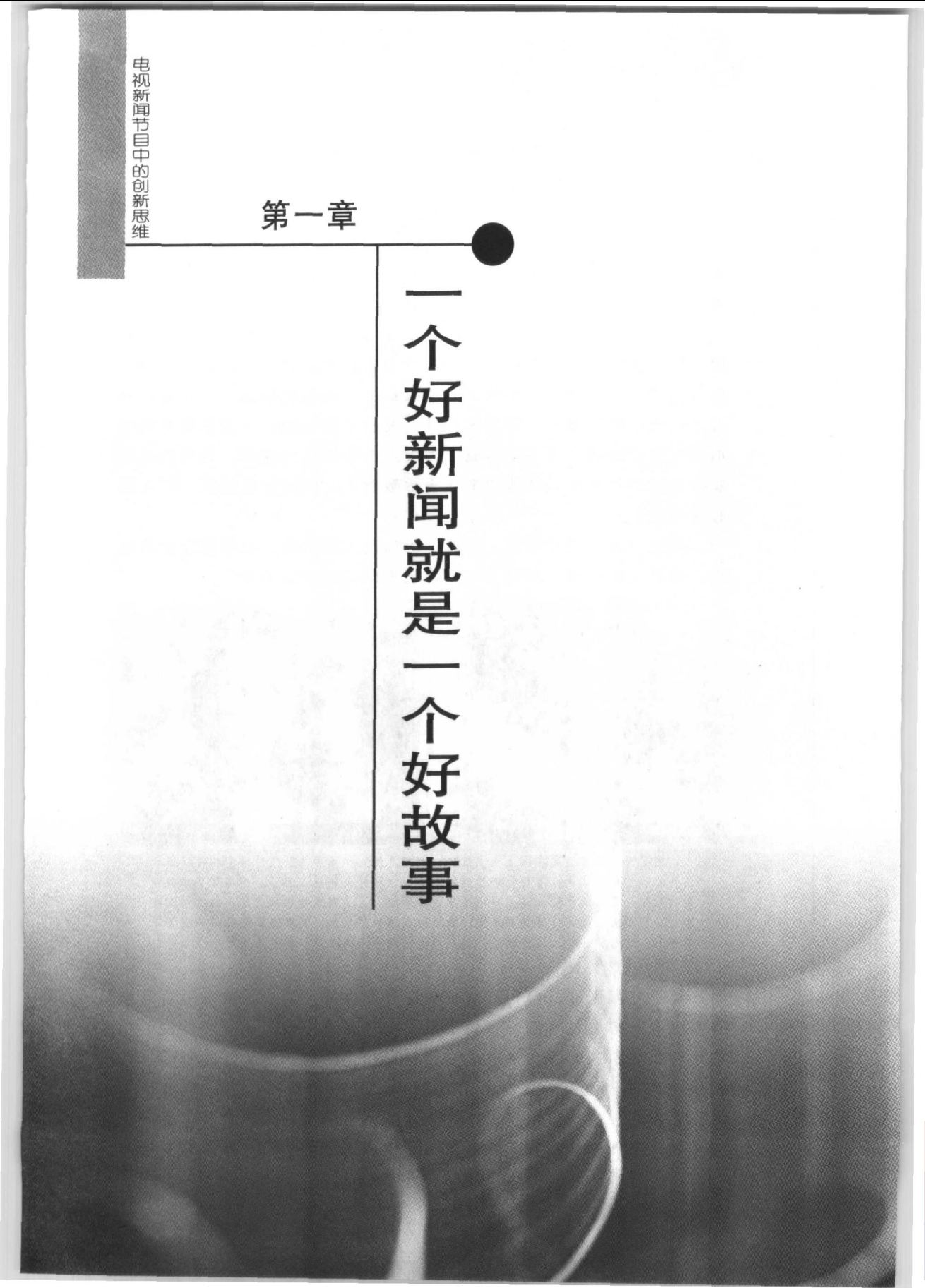
第二，永远把人当作新闻的主体；

第三，要处处体现与众不同。

这就像程咬金的三板斧，就凭着这三板斧，程咬金在瓦冈寨那么多英雄里排上了老四，掌握住这三点，做出的新闻肯定差不了哪儿去。我是从讲故事、电视剧和发短信中受到的启发，总结出做好新闻的这三个要点的，可故事、电视剧和短信这三样儿似乎跟新闻没什么关系，但它们都是老百姓喜闻乐见的东西，通过对它们的分析，我们能知道观众都爱听什么、爱看什么，这样，我们才能找准定位，做出让老百姓喜欢的新闻节目。

第一章

一个好新闻就是一个好故事



爱听故事是人的天性，把新闻当故事讲，是吸

引观众最有效的办法。

不久前，网上登过这么一条新闻，我敢保证，那天上网看新闻的人，没有人会漏掉这条新闻。新闻里说，有一个小伙子爱上了个姑娘，从相识、相知到相恋、相爱，两人终于决定要走进婚姻的殿堂。可就在他们结婚前夜，姑娘突发心脏病死亡。面对心爱的人离去，小伙子痛不欲生，在长哭之后，小伙子作出了感天动地的决定，婚礼如期举行。在婚礼上，美丽的新娘穿着洁白的婚纱静静地躺着，当婚礼进行曲响起的时候，小伙子为新娘戴上了精美的钻戒，并深情地吻着她，所有在场的人，看到这一幕，没有不掉泪的。笔者也是含着眼泪看完这篇报道，这条新闻成了当天点击率最高的新闻，无数的网友发帖子对小伙子感天动地的举动表示敬意，女网友更是感慨：嫁人要嫁这样的人！

网上一篇不长的消息，竟然产生如此大的反响，如果把它拍成电视，做成电视新闻，那更不知道会把人感动成什么样子。



为了写这本书，我在网上查了很久，但却没找到和死去的新娘结婚的相关报道和图片。我们的《本周》节目也讲过类似的故事，同样也能催人泪下。已经到了癌症晚期的姑娘，最后的愿望就是要当一个美丽的新娘。为了完成姑娘的心愿，婚礼在医院举行，可就在婚礼马上开始的时候，新娘的病情突然恶化。新郎在新娘的额头上留下深情的一吻后，一个人走进礼堂，去完成他们两个人的心愿。婚礼结束后一个小时，新娘微笑着离开了人世。

要把新闻做好，换句话说，要把故事讲好，第一，要求故事的本身吸引人；第二，要调动一切手段，把故事讲得吸引人。刚才说的故事之所以吸引人，因为第一，它制造了一个巨大的悬念：生者与死者的婚礼将如何举行？这个悬念也制造出强烈的戏剧冲突：结婚是大喜，而亲人亡故则是大悲，婚礼和葬礼同时举行，把大喜和大悲集中到一起，强烈的戏剧冲突就出现了，故事中最动人的一幕要数新郎亲



参加这样感人肺腑的婚礼，就是铁打的汉子也会流泪的。

吻新娘，笔者就是看到此处流泪的，这一细节的刻画又使新闻出现了高潮，根据这个故事，我们可以看出讲好一个故事，也就是做好一条新闻的三个关键：第一，要有悬念；第二，要有戏剧冲突；第三，要有细节刻画，下

面我们就分别讲讲，在做新闻的时候，这三个关键如何把握。

第一节 用悬念抓住观众的心

要想短时间内提高收视率，最好的办法就是把一个充满悬念的新闻做成电视连续剧。

据说世界上最短的一篇小说是这样的：

世界上最后一个人独自坐在房间里，这时候，突然传来了敲门声。

这部小说虽短，但给读者留下的想像空间却很大，悬念是构成故事的重要元素，新闻要想吸引人最好的办法就是制造悬念。

一、制造悬念

最近几年，各地纷纷办起了晚间新闻节目，和晚饭时间黄金时段的当地新闻联播节目相比，晚间的新闻节目更侧重于社会新闻的报道，更贴近百姓生活。可这个时段，却有大量的电视连续剧和综艺节目与晚间新闻争夺观众，如何在这场争夺战中取胜呢？方法就是以其人之道，还治其人之身。广播里说评书的，一讲到关键地方，就卖关

子：“欲知后事如何，且听下回分解。”拍电视剧的人也一样：痴情女手起刀落，负心汉的性命如何？剧情到此戛然而止，想知道结局吗？明天接着看。我们想让新闻故事吸引人，也应该借鉴电视连续剧的手法，讲一个现实生活中的真实故事，每天都给观众留一个悬念，使这个故事成为人们茶余饭后聊天的热门话题。和电视剧相比，它同样具有故事性，同样充满悬念，而且还是真人真事，又是现在进行时，这样的节目能不吸引观众吗！

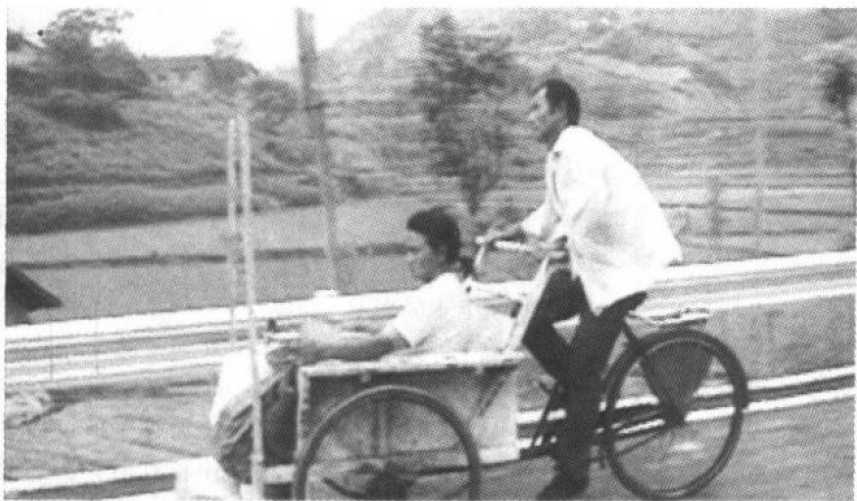
不久前，湖南常德电视台接到观众电话，说发现一对夫妇露宿街头，他们是从山东来的，他们没坐火车、没坐汽车，而是千里迢迢地骑三轮车来的。记者认为，这是一个重要的新闻线索，一定有一个不同寻常的故事，立即决定跟拍。记者的到来也带来了一群围观的群众，记者在采访中知道，这个男的姓孟，他说老婆想家，老婆的家在湖南的张家界，他因为没钱，就只好蹬三轮送她回家。听完老孟的故事，当即就有好心人表示想帮帮这夫妻俩，主动要求第二天用车送他们回家，可老孟却面露难色，不太情愿。这第一次的报道到此为止，结尾给观众留下一个悬念：第二天，老孟会接受人们的帮助吗？

第二天，记者来到昨天老孟露宿的地方，发现这两口子早就出发了，为什么他们要拒绝人们的帮助呢？在要破解悬念想法的驱使下，记者追上了老孟夫妇，这才发现，原来老孟的老婆是个没有双腿的残疾人。记者问及其双腿残疾的原因，老孟欲言又止。随着采访的深入，记者发现了越来越多的疑点，在记者的逼问下，老孟终于说出部分真相：这个女人，根本不是她的老婆。

于是，这个充满悬念、电视连续剧式的报道就一天接一天地播发出来，老孟的故事成了全市人猜测议论的热门话题。随着悬念一个个被解开，报道已经进行了十几集。

故事原来是这样的：那个女人叫田启雨，家在湖南张家界，她不听家人的劝告，结果被人贩子骗了，被卖到了山东。后来，她偷跑出来，又被人贩子抓住，人贩子为了灭口，把她轮奸后扔到了铁轨上，结果，被火车辗断了双腿。老孟是山东一个蹬三轮的，因为家里穷，都40多岁了，还打着光棍。一天下着大雨，几个老头儿把正拉车的老孟拦了下来，这几个老头救下一个女的，这个女的就是田启雨，他们跪着求老孟收留下这个残女，老孟心一软，就把她拉回了家，跟老妈一起把她的伤给治好了。可此时的田启雨却执意要回家，但老孟家穷，没有钱，他心一横，决定蹬三轮送这个女的回家。这一蹬就是

40天，蹬了三千多里路，把田启雨送回家。田启雨家近在咫尺，可老孟却满心的忧虑，田家人会不会把他当成坏人？会不会把田启雨致残的罪过怪在自己身上？田启雨也是忐忑不安：因为不听家人的话，落得如此下场，有何颜面再见家人。田女到家的悬念又迫使观众接着往下看。结果，田家人很宽厚地接纳了田启雨，并筹了四百多块钱送老孟上路。



2002年夏，老孟，一个40多岁的“光棍汉”，蹬了40天的三轮车，把一个没腿的女子送回了家。

老孟的报道后来让湖南卫视知道了，也拿出重播，于是，全湖南人都开始关心老孟。老孟的故事后来是这样的：常德电视台专门派人去了趟老孟的山东老家，把老孟在山东的故事又讲给大家：老孟和年过70的老母住在一起，家中十分贫穷，但他却是十里八乡出了名的好人。后来，常德人把老孟请回了常德，搞了个观众见面会，结果现场来了三万多人，老孟哪见过这阵势，一开口就忘词，可观众特热情，甭管老孟说什么，只要他一张嘴，大家就鼓掌。老孟平生第一次坐上了火车，第一次住上了高级宾馆，老孟从此改变了命运。而这一切又变成了新故事被搬上了新闻屏幕。后来，中央电视台的《聊天》节目也知道了，把老孟请进了中央电视台的演播室，老孟又第一次进了北京，第一次走进了中央电视台，第一次见到了著名主持人倪萍。在“聊天”节目的录制现场，我见到了老孟。老孟讲完他的故事，现场已经是一片抽泣之声。节目间歇，老孟去上厕所，结果观众蜂拥而进，大家争着和他握手。有位年长者撸下自己腕子上的手表给老孟带