



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

浅谈广播人物专访

时间: 2002-8-3 17:19:31 来源: 中国新闻研究中心 阅读806次

要写好人物专访, 首先要做好采访工作。就广播而言, 最初是第一线记者的认识采访活动, 收集资料及做好实况录音等等, 如果没有最初的采访活动及资料、音响, 广播制作便无从开始, 所以担任最初采访任务的一线记者, 其重要性就在他们处在这链条的第一环节的位置上。

(一) 从采访到认识成朋友是人物专访成功必须之路

(1) 成功的人物专访, 常给人一种“近距离交流”的效果。在生活中, 记者要善于发现人物的主要并具独特新闻价值的线索, 处于朋友的位置, 记者要抱一颗平常心, 以平等的态度去对待, 不以对方“小”而傲, 也不可以对方“大”而胆怯, 大方从容, 不卑不亢, 既是一种风度, 也是一种综合素质的体现, 成功的人物专访一般要多次采访, 需要多次地深入挖掘你所需的素材。

(2) 把握时空环境。整个采访过程中, 记者在具体的时空环境内, 是要站在听众的立场, 引出被访问者的心声、情感、语言及现场音响, 只有这样写出的人物, 才能引起听众的共鸣, 这种“共鸣”的感觉如同记者、听众、被访问者正在促膝谈心, 所以说你的专访报道是否有趣, 有价值, 最终取决于访问的能力。正如常人所说: “大钟之所以能发出美妙的声音, 是因为敲击得法。”访问的成败, 与此同理。

例: 1994年笔者在采访曾获全国十大杰出青年秋云姑娘时, 多次到她家里采访, 我们成了知心朋友, 无话不说, 秋云姑娘把她的身世、家庭、学习及生活等情况都告诉了我们, 我们还邀请她上台里的夜间谈话节目, 成为佳宾主持人, 通过电波向广大听友展示了秋云姑娘身残志坚, 热爱生活, 扶贫济困的高尚思想品质, 秋云自己创办的“倾心热线”也随着我们的电波传播开来。一时间“秋云现象”在社会上引起了强烈的反响, 数万封来信涌向我台编辑部。随后人民日报、新华社、中央电视台、中国青年报及省、市各大新闻媒体也相继进行了追踪报道, 由于在第一时间里我台的录音专访“一个不平凡的倾心热线”报道了秋云姑娘事迹, 这篇专访荣获了第五届中国新闻奖广播专题“三等奖”。

(二) 成功的专访能引起听众的“共鸣”, 也是专访的“灵魂”所在

(1) 一篇好的人物专访, 应该是记者和听众“合为一体”, 因为采制出的作品能引起听众共鸣, 能引起心灵的震撼, 听完后有所启迪, 要在新闻五要素中选择一点作为突破口, 用被访对象的心灵语言及真实情感, 现场音响在作品中去展现, 从而去感染听众, 不能只停留在何

- 隐性采访浅论
- 记者的采访心理危机
- 新闻采写需要求异思维
- 新闻由头的内涵与选择
- 对等原则在采访中的运用
 - 于静悄悄处抓新闻
 - 如何采访名人
- 免费采访的味道可好?
- 马屁精采访学(上)
- 名人采访收费该不该
- 非言语信息采访
- 专稿的采访

人做何事上面，而要在“为何”上面下功夫，只有写透了“为何”的专访文章，才算是真正满足了听众的要求，你的专访才算有了灵魂。

(2) 说到人物专访深化报道及有了“灵魂”这一点，我的感受较深的是，记者要多次贴近被访对象，了解他的身世，背景，生活空间及思想品质，他的闪光点在哪里，哪一方面值得你去歌颂和赞扬。1993年夏秋，当我首先发现秋云姑娘时，眼前的这位几乎双眼失明的残疾人，用她最大努力去关爱社会上有心理疾病的朋友，抚慰那些曾受到创伤的心灵，用她那小卖部的公用电话，学着我台晚间谈话节目一样进行电话咨询，而且用自己的一点点微薄收入接济那些特别困难的人们，从不计回报，从她收到的几千封来信和感谢信中，可以看出秋云姑娘人格及思想品质。我们首先抓住了秋云这位身残志坚，对生活充满了热爱，对他人乐于奉献的“灵魂”作为主线，精心地制作了一组“一个不平凡的倾心热线”录音报道，节目一播出后，在社会各界

(3) 要搞好专访必须与采访对象以诚相见。因为被采访的人物，性格经历各异，身份也各自不同，作为记者要想成功地把专访做好，还要临场发挥，采访中讲究一些艺术，不能就一个访题直截了当地问这问那，有时还需委婉一些，因为诚恳的态度可以给对方以信赖，唤起对方倾吐心曲的真情，短时间内可让记者与采访对象快速融洽，互开心扉。在采访中记者应是有备而来，同时在采访中要用心观察，一方面可以给报道增加“厚度”，另一方面也使采访“有的放矢”，节约“双方时间”。例：在纪念辛亥革命90周年之际，记者采访辛亥革命著名将领蒋作宾的后裔，现任省民革副主委蒋硕忠时，记者先收集了大量的辛亥革命史资料，采访时都派上了用场，蒋硕忠在谈到他父亲当年参加辛亥革命首义时的情形时，激动不已，一口气讲了一个多小时。他从父亲出生湖北应城一个贫苦农民家庭，由于天资聪明，一考就考取了清政府的讲武堂起，讲到后来日本留学，回国后担任清政府的陆军次长，后来到日、澳等国任过大使，最后参加辛亥革命，成为著名的武昌起义军将领的光辉一生。由于我们采访很细，这篇录音人物专访在本台纪念辛亥革命90周年专题节目播出后，还制作出长篇在“焦点时刻”播出，使广大听众进一步了解辛亥革命先烈的生平及事迹。

(三) 声文并茂，精悍短小是广播的优势所在

有了第一手的素材，接下来就是用笔及音响把采访对象的有肉有血的东西展示给听众，在展示过程中，有人说要紧紧抓住“短小”“精悍”和声文并茂，还有人说，还要有新闻及可听性，要抓住听众急切想知道的东西，反之，这个人物专访就不是那么回事了。

(1) 我觉得所谓“短小”就是精悍一些，以小见大，取其一点，不求全面。一个人物的方方面面是难以用笔来描述尽的，对五彩缤纷的人生阅历，我们只能把构成新闻性的那一部分作为专访的着眼点，而不去涉及其他问题。也就是要抓住人物主线，围绕这条线集中写事，集中写“人”的精神风貌，这种深掘的文章才有感染力和穿透力，强大的震撼力使听众有身临其境的现场效果。

(2) “声文并茂”是广播这种新闻媒体做人物专访独有的优势，因为一段比较好的音响可以充分反映出人物的特点，给听众以清晰的印象。同时，也能将听众与人物的距离一下子拉近许多，让听众感觉到这就是发生在身边的人和事。2000年9月，我国残疾人艺术团成功的访美演出，当艺术团载誉归来时，党和国家领导人江泽民等都亲切地接见了全体演职人员。大家可能还不知道，中国艺术团的13个精彩节目中，有10个节目是我省演员演出的，他们在华盛顿、纽约、旧金山、夏威夷等地访问演出了十几场。声乐演员叶青的独唱《婴儿降生时》一路轰动，聋哑舞蹈演员邵丽华的《雀之灵》让美国观众伸指赞美，肢残青年皮红军、李四表演的舞蹈《生命之翼》令美国观众叹为观止。智残青年舟舟对音乐的独特领悟力，更是征服了不少美国艺术家。当艺术团演员返汉一下火车，舟舟就自豪地告诉记者：“中国残疾人……艺术团……演员……在美国……圆满成功。”其它的提问他好像一概不知，只会说这一句话。拄着拐杖的歌唱演员叶青用他宏亮的嗓子对记者说：（录音）“美国人民特别热情，整场演出掌声

不断，每次演出完了以后，我们谢了七道幕，美国人民都不肯离开。我们也感到特别的自豪，登上了好多顶尖艺术家梦寐以求，想登而没有登上艺术圣殿。”记者以《“强与美”的使者》为标题精心制作了一组不到3分钟的录音报道，突出了演员们在美国演出的成功和感受，短小篇幅中容纳了五个人的音响，报道播出后受到广大残疾人的好评，也受到新闻界人士的称赞，此作品荣获了“第六届湖北省残疾人事业好新闻”二等奖。

（四）新闻人物专访中的“人”和“事”在报道中的关系

（1）新闻性是新闻媒介中每篇文章的一个共性，但人物专访与其他新闻有较大的区别，专访的着眼点不是“事”，而是“人”，写的是事件中的人物本身，由人及事，“事”只能算背景，用事来烘托人物。其次，一个人物没有构成新闻事件，但是，他所从事的活动，业绩，一些鲜为人知的事情却令人感兴趣，因此，仍然具有较强的报道价值。由此可见，一个人物只要有创造，有特点，即可以成为专访的对象，而并不只限于伟大人物和著名人物。

（2）引人入胜的人物专访，还须传达一种“情趣”。多一些情趣，就能使文章多一点灵气，多一点幽默感，这很重要，而且很难。作为人物专访中的“情趣”，在你的文字和音响资料剪辑中需要下一番功夫，它的作用是让人物“动”起来，而不是刻意地以所谓的“情趣”来煽动听众。人物专访的“情趣”追求的是“情操性”，它的出现，是吸引听众轻松地听下去。

（3）在当今各种新闻媒体竞争日趋激烈，广播中的人物专访已经越来越引起人们的喜爱，听众对于记者、编辑要求越来越高，因此，记者的语言表达能力是形成现场人物专访好与次的第一要素，记者应面对现场的人物、事件，主题要表达清楚，而且善于捕捉稍纵即逝的新的新闻线索，使其人物专访锦上添花。

文章管理: CDDC (共计 554 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 人物专访

- 人物专访“一台戏” (2003-2-15)
- 人物专访应该具有美感 (2002-8-19)
- 人物专访技巧漫谈 (2002-8-3)

[>>更多](#)

└ 浅谈广播人物专访 会员评论[共 0 篇] ┘

└ 我要评论 ┘

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.