

言简意赅 通俗易懂

——谈电视新闻稿的写作

文 | 郑剑英

【摘要】电视新闻是声画合成，决定了其声画并重的事实。电视新闻稿是配合电视新闻图像的播出、供电视新闻播音员播音的文字稿。它与新闻图像互相配合，构成呈现在观众面前的一条条既看又听的电视新闻。所以，电视新闻稿的写作既是一门为听而写的艺术，也是一门为看而写的艺术。“听”与“看”的结合，使电视新闻稿写作既不同于广播新闻的为“听”的特点，又不同于报纸新闻的为“看”的特点。有着独特的个性。可以说，电视新闻稿是一种特殊的文体。

【关键词】电视新闻稿 写作

电视新闻语言文字的魅力来自电视新闻记者对新闻事实的体验和感受，而不在于词汇的深奥和语言的花哨。总是要

求是念起来顺口，听起来顺耳，看起来醒目，一看就明白，一听就懂了。正如著名语言学家叶圣陶所说，“电视新闻文稿应该是意思通畅的稿子，观众不必花费无谓的力气就可以了解，而且绝不会发生误会。”就笔者多年的写作体会，电视新闻稿的文字风格有以下特点。

一、口语化

群众的口头语言，直接反映生活，有真情实感，简洁明快，丰富多彩，生动活泼，使人听起来即自然亲切，又通俗易懂。老舍说过：“世界上最好的文字，就是最亲切的文字，所谓亲切，就是普通的话，大家都这么说，我也这么说，不是用了一大车大家不了解的词汇”。因此，电视新闻稿的口语化是其最基本的特征。电视新闻文稿要做到口语

化，要在用字遣词造句上下功夫，要用普通话口语，并且要注意音韵的优美和响亮。要用双音节词，不用或少用单音节词；要用口头语，尽量少用或不用文言词或半文半白的语句；不用同音不同义的文字，少用虚词和关联词；少用或不用简称。还必须提倡写短句，避免欧式化倒装句。

二、通俗易懂、简洁明了

新闻报道的接收面，观众听众的差别是千差万别的。受众可能既有博士学位获得者，也有一个大字不识的农村老太太。同样一条新闻让大家理解一致，难度太大了。这就要求文字稿要做到通俗易懂。否则的话，我们用一些稀奇古怪的词，用一些不明朗的词就可能引起误解。咱们过去经常出现的事情，说有些

不去的记忆》的特刊，把市民心中留下深深烙印的重大经济事件展现出来；推出题为《2008，百舸争流》的特刊，让各县市区党政主要领导畅谈新年经济发展的重点和目标。这三期特刊运用了通讯、侧记、特写、人物专访、评论等多种形式反映了邵阳经济社会发展所得的成就，给读者留下美好而深刻的印象，该特刊也被报社评为年度最佳创新奖。

四、讲究技巧性

在采写领导活动的报道时，新闻标题的制作力求避免格式化。一位资深的新闻工作者曾说过：“好的标题意味着新闻稿件成功了一半。”虽然有些绝对，但无疑反映了新闻标题在新闻报道中的重要作用。在当今报业已经进入读题时代的背景

下，新闻标题的作用也就更为突出。它是新闻的重要组成部分，也是最先入眼的部分，有人称之为“新闻的眼睛”。其制作水平的高低，直接影响到新闻的质量和阅读效果。以往领导活动的报道，多是套用固有的模式，如“某某领导到某某地方调研（视察）”、“某某领导到某某单位慰问特困职工”等等，这样的标题使用的时间长了，难免使读者生厌。所以我们应该不拘一格的创新标题格式，打破使用已久的格式化标题，以活泼灵动、最能突出中心的标题取而代之。《邵阳日报》曾以题为《最是情深岁寒时》报道了市委书记在春节前慰问贫困职工；曾以题为《今夜无眠》报道了市长奔赴灾区指导抗洪抢险；曾以题为《暖冬的问候》报道了副省长郭开朗慰问困难党员和优秀教师。这些创新的标题

给读者以耳目一新之感。

要善于祛除领导活动报道惯用词汇，用朴实的语言进行表述。以往，领导人的话语前总是“强调”、“指出”、“充分肯定”等词汇出现在我们的稿件中，让读者感到厌倦和俗套。写活领导活动报道，就要在新闻语言上下功夫。要减少大话、空话、套话，根据事情特点选择与其适应的语言风格，充分发挥新闻语言独特的表达功能，完整、准确地反映新闻事实，使受众不仅能获得必要的新闻信息，而且能得到美的享受，增强报道的可读性。同时，还可适当采用“散文化”的语言表达手法，学会用轻松活泼的语言表达新闻事实，使领导活动报道成为版面上真正的亮点。

（邵阳日报社 湖南省 422000）

报道,咱们老百姓听了就不理解,比方说“列宁病重不能视土”,咱们有文化的人知道,视觉的视,电视的视,对有些人不能亲眼看,病重了,但是有的老百姓就不明白,说太不人道了,“列宁病重还不能逝世”,这不成笑话了吗?有很多语言上、听觉上不习惯的,怎样让各个阶层的人都能理解我们的新闻,都能接收这条新闻呢?唯一一点就是要做到通俗易懂,再一个是简洁明了,新闻的第一要点就是不能拖泥带水,不能罗罗嗦嗦,现在我们的观众时间非常宝贵,婆婆妈妈、罗里啰嗦,观众也是不能接受的。我们说在新闻语言方面,无论我们视听语言手段有多,结构变化有多快,一些基本原则不能变,这是我们在新闻结构和新闻语言这方面。

三、准确、具体和生动

电视新闻稿件的语言要达到准确的要求,必须认真锤炼语言,力争选出最有表达性的“唯一”的词。要结合文章的内容去锤炼语言,切不可将其简单地看成一般的文字技巧。只有这样,才能更好地表现新闻事实及其主题思想,增强作品的表现力。新闻是用事实说话的。抽象的概念性语言、空泛的议论性语言会削弱了稿件的说服力。这里有对新闻写作要求掌握得不够好的原因,也有稿件写作的认识问题。有些作者在稿件中所表达的新闻主题,不是直接来源于生活,而是坐在办公室里苦思冥想“憋”出来的。想好了一个主题,再到下边找例子。这样即使主题思想再好,也很难找到典型的例子。新闻事实不典型,就只好用一些笼统、空洞的语言玩“文字游戏”。还有些作者,采访时不深入了解,写作时靠“想当然”,写出的东西往往是主观色彩很浓,当然就难以具体。

电视新闻语言要达到生动的要求,尽力突出新闻语言的“新”意,注意多选一些个性化的语言。历史总是在不断向前发展的,不同时代的语言都有不同的时代特点,这就要求我们注意捕捉那些时代气息浓厚的语言,增强语言的时代感。同时,我们反映的新闻事实是千姿百态的,人们对新闻事实的认识也是多种多样的。只要能把这些具有个性化的东西表达出来,我们的新闻语言自然会体现出自己的特点。

四、个性化

所谓个性化,是电视新闻语言文字运用要合乎新闻事物的特征,不要硬贴上去,沾不上新闻事实的边,造成“两张皮”的现象。宋代诗人黄庭坚曾说:“欲得妙入笔,当得妙入心”。写出富有个性化特点的电视新闻文稿,除了靠电视新闻记者的主观努力和对新闻事实的感受外,还得努力深入基层,到人民群众生活中去用心观察,认真揣摩人民群众的语言,从中挖掘提炼出能反映事物特征的语言和文字。只有“词浅”才能与观众更好地进行感情交流,只有“言近”才能符合事物的特征,使人感到亲切自然,只有“旨远”才能提升电视新闻的品位,增强电视新闻的传播效果。

五、语言风格要针对特定的读者群

不同新闻媒体都有自己特定的读者群。我们选择新闻语言,应注意针对不同媒体所面对的读者群。党委机关报、行业报、都市报、地方报,由于面对的读者群不同,所体现出的语言风格也应有所不同。比如党委机关报面临的读者群,大多是党员、机关工作人员,语言应体现庄重、严谨的风格;行业报面对的是某一行业的从业人员,语言的专业性可强一些;都市报面对的大多是普通百姓,语言应平实、活泼一些,应多一些“家常话”;地方报面对的是某一特定地域的读者,语言风格上可多体现一些地域特点。作为矿山企业的报纸,面对的大多是基层的矿山职工,在语言风格上既应体现基层的特点,也应体现矿山人直爽、粗放的性格特点,语言应尽量保持通俗、简洁、干脆的风格。

要做好电视新闻的采写,必须要事前准备充分,现场观察仔细。多年的采写生涯中,我把文字稿的写作过程分为“三步走”即写作前准备、现场采写和组稿定稿。在接受到采写任务后,记者首先应收集和研究与新闻主题有关的背景材料,补充学习相关知识,根据报道的主题,拟定采访提纲。提纲应包括采访的目的、要求、步骤、方法、采访对象、采访问题,以及采访中可能出现的问题和解决方法。做好充分的前期准备工作。比如我们每年年初在公司、厂部两级工作会议后,要进行关于两级工作会议精神落实情况的新新闻报道。在报道

前,首先记者自身要充分领会工作会议精神,一年的公司、厂部的工作中心、重点是什么。然后围绕中心、重点工作,筹划采访预案。根据各部门、各车间的工作实际,拟定采访问题。为了能多层次、立体报道,拟定采访不同层次的采访人员,确定不同的采访问题、采访方法。做好前期的准备工作,可以避免盲目性,掌握主动权。打开整个采访活动的通道。在现场采访活动中,记者要根据新闻的需要,适时选择有利的观察位置,便于观察的准确、全面,记录现场生动、真实的场面。记者的观察内容主要包括:事件变动的态势、把握新闻的事件的进程。事件发生现场的环境和气氛,捕捉典型的场景、细节和现场气氛。采访生动感和关键环节。观察步骤最能表现事物特征的细节。包括人物的外部特征、动作以及情绪变化。在一次宣传报道我厂职工为病中的工友捐款活动时,按预先计划,是准备采访当事人(患病职工)。当厂部领导把职工的捐款转交到当事人手中时,当事人年迈的母亲突然泪如雨下。我们就转而采访母亲。那位年迈的母亲对大家的关爱感动不已。泣不成声地连连说,在他们母子已经准备放弃希望的时候,是大家的爱心,又让他们重新看到了生的希望。根据现场情况,我们拍摄了当事人年轻的脸、瘦弱的身体,他年迈而泣不成声的母亲。在新闻播出时,在配以相关的文字解说和音乐,新闻播出后,引起了全公司职工的共鸣,大家纷纷伸出了援助之手。这次新闻采访,收到了比预期要好得多的效果,得益于根据现场情况,及时调整采访报道方案。

在电视新闻报导飞速发展的今天,切实强化文字表现力,提高文字写作功底,是电视新闻报导提高综合传播效应的有效途径,更是每一个电视新闻工作者的责任。要在平时工作中不断学习、总结,紧跟时代发展脉搏,做出视角独特、富有感染力的电视新闻报导。

【参考文献】

- [1]张哲信.电视新闻基础知识[M].四川人民出版社,1989.
- [2]叶子.电视新闻节目研究[M].北京师范大学出版社,1999.

(华县金堆城铜业公司百花岭选矿厂 陕西 714102)