

快 准 审

——广播节目现场连线报道创新的核心要素

冯洁萍

面对全媒体的冲击，毋庸置疑，广播在受众市场占领、广告收益等方面已经处于边缘弱化的尴尬境地，甚至一个微信公共账号，一个微博平台，一个博客群也可以成为一个私人迷你广播电视台，如雨后春笋般涌现出来。

广播曾经以快速传播在传媒界独占鳌头，但面对日新月异的新媒体冲击，信息的传播没有最新只有更新，没有最快只有更快，手机微博、微信的应用已经让新闻进入了“秒读”的年代。反观广播，不但已经在“快”字上慢了一拍，而且在娱乐性、互动性、灵活性、细分市场等方面也步人后尘，陷入被动挨打的境地。

生于忧患死于安乐。笔者认为，广播和广播人需要与时俱进，充分运用现代的广播电子技术，扬长避短，彰显广播快、准、审的特色，充分发挥广播现场直播的作用，使广播的价值得到最大化的彰显。现场直播连线不但大有可为，甚至在某些时刻无可替代。即使在全媒体发达的当代外媒，“围炉夜话”仍然展现出传统广播电台的无穷魅力，它曾经帮助韩国总统李明博度过危机，帮助美国总统奥巴马赢得了竞选。

一、广播现场连线彰显广播魅力

什么是连线报道？简单而言就是运用先进的视音频技术，让分布在不同地点的当事者或采访对象对新近或正在发生的、发现的新闻进行实时报道，并展开评述和讨论的新闻报道方式。

广播连线报道的形式最早应用于第二次世界大战时期，1940年8月24日，3000万个美国家庭通过收音机，收听了美国哥伦比亚广播公司的《这里是伦敦》节目。节目一开始，收

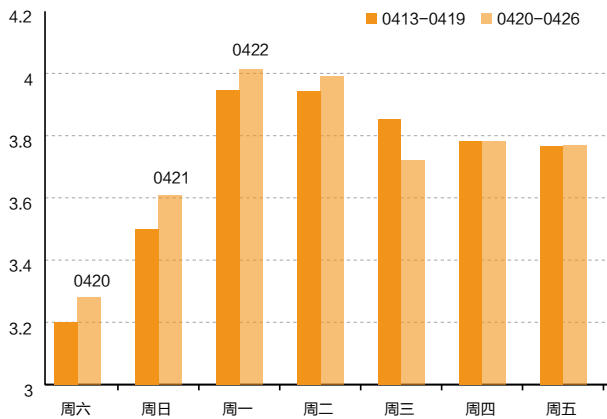
音机里传出了震耳的炮声，接着记者爱德华·默罗的声音出现在电波里，爱德华·默罗由此独创了战地现场广播、连续报道等广播形式，真正意义上的新闻连线报道就从那时开始。时至今日，广播现场连线仍然在彰显广播魅力的以下优势：

1、应急广播不可或缺

图1-2显示，在4.20芦山地震后，传统媒体背靠优势的媒介资源第一时间赶赴现场，电视、广播迅速呈现，报纸刊物动态解析，相比2008年的汶川地震，以微博、微信为代表的社交网络媒体的积极参与，在一定程度上改变着传统的灾难报道模式。在“黄金72小时”的电台收听情况及后续收听率的持续上扬，让广播人为之振奋（图1-2）。

图1 4.20地震前后整体收听率对比（广州地区，每天）

整体平均收听率 %

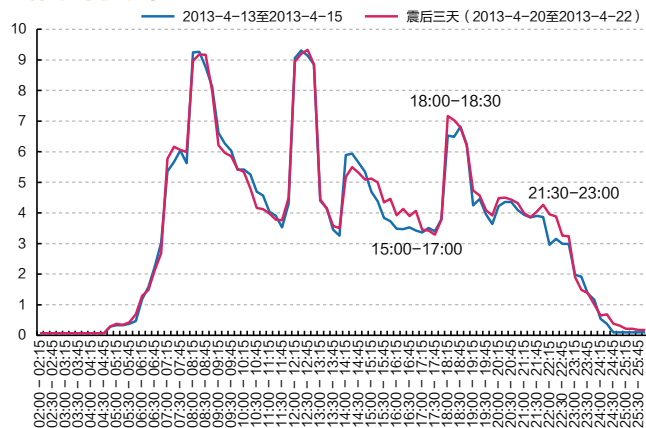


数据来源：CSM媒介研究

¹ 作者系广东广播电视台城市之声节目监制。

图2 4.20地震前后所有频率全天收听率对比（广州地区）

整体平均收听率 %



由此可知，在突发性事件发生时，因为流量受限，显示屏有限等原因，携带方便设备简单的电台在报道方面的优势是其他媒体无法替代的。要关注灾难现场，无论是灾区内还是灾区外，收听广播可能是他们最快获得信息来源唯一可靠的途径。迄今为止，日本的地震海啸预警预报，仍然沿用有线无线广播作为重要的抗震救灾工具。

2、快速传达现场感无可比拟

现场连线就是要将现场的信息第一时间落地。相较于电视需要整套繁杂的录制设备而言，广播的现场连线无疑是快速有效的，只要手持手机就可以在现场发回最新报道。信息快速传递的同时是伴有现场气氛的，现场的机器开动声、人群嘈杂声、救护车声等等，让听众无论相隔多远都犹如置身现场，而且这种现场的氛围极大地吸引着听众，使其不自觉的就会全神贯注收听。快速传递信息的同时伴有现场感，这是广播现场连线的又一亮点。

3、提升广播的服务性

虽然目前媒体竞争已进入白热化的阶段，但是作为传统的收听模式——广播，仍然是受众获取信息的重要来源之一。随着车载广播的不断普及，移动收听人群的比率不断上升，移动收听市场的份额无疑是各大媒体必争之地。

既然要多争得蛋糕，那么提供及时、超值的服务就是必不可少的，广播的节目要做到急群众之所急想群众之所想，这

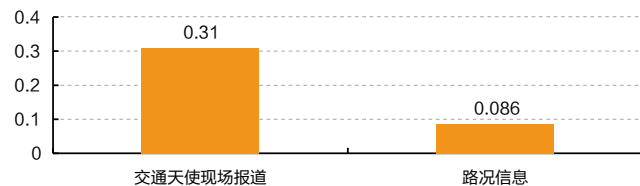
样才能“笼络”一批忠实的听众。例如出门开车，第一是提供即时路况信息以及天气情况等，第二要提供解决出行困难的方案，只有这样才算是广播电台真正为听众做到了快，准，审的增值服务和贴心服务。

要做到这些，现场直播连线就成为提升这个优质服务的一把利器。以本频道2013年8-9月“路况信息”和“交通天使现场报道”两个节目为例，图3中可以看出，有现场连线的“交通天使现场报道”比普通交通消息收听率高出3.5倍以上。而如图4显示，“交通天使现场报道”远比同样具有服务性质的“交通天使出门提醒”等节目高出一大截。显然受众对于具有现场感的交通消息服务是更加青睐的，这也证明了现场直播连线对于提升广播的服务性有着极大的帮助。

图3 《交通天使现场报道》和《路况信息》收听率对比

收听率 %

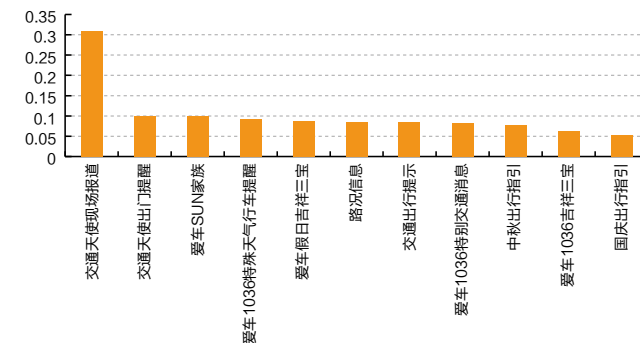
广州地区（2013年8-9月）



数据来源：CSM媒介研究

图4 广东广播电视台城市之声节目收听率对比（广州地区，2013年8-9月）

收听率 %



数据来源：CSM媒介研究

二、如何做好广播现场连线报道

既然广播有着其他媒体不可比拟的优势，那么如何极大地发挥现场连线这个独特优势呢？笔者认为应从以下几个方面着手：

1、快

（1）获得信息要快

当今，一部手机知世界已经是一件再正常不过的事了。但是，因为熟视无睹而错失最佳的采访时机的事情也比比皆是。所以快，是需要有心、有准备的。

（2）处理要快

所谓的“快”已经不是表层意思的得到信息的“快”。而是在小部分人已经获知信息的情况下，你如何嗅出事件的价值所在，并马上采取行动。这就要求我们的媒体人做一个有心人，随时关注社会，俗语说的好，“机会只给有准备的人”。以2013年9月20日广州同德围鹅掌坦发生仓库爆炸为例。当时，笔者负责本频道交通消息的播报，正在布置日常交通消息采编人员。中午接近12:00的时候爆炸事件发生，12:30时候接到交警封路的消息，而此时微博、微信上开始有网友的消息发布。当时，笔者在办公室正准备外出午餐时接到年轻采编的电话告知，同德围发生“工地爆炸，目前已经有十台消防车赶赴现场”。新闻敏感告诉我，出大事了。于是，来不及布置谁去现场，笔者踩着高跟鞋就一路飞奔下楼。这就是处理快，事实证明，当其他媒体反应过来时，笔者已经在现场干得热火朝天了。

（3）到达现场要快

处理快，决策正确，对于新闻事件的报道只是做好了一个开头。往往出事的地方都会有相关封路等临时措施，如何到达甚至是快速到达现场，就是一件非常考验记者综合素质的事了。当时，同德围发生爆炸，因为沿路都已经封路了，根本用不上交通工具，笔者唯有循着救护车飞驰而来的方向跑步赶往事故出发地，在12:45发回第一次电话连线，报道了封路的情况。

（4）连线要快

“快”字如何体现，这也是考验一线记者智慧的一件事。同样是同德围爆炸事件，是不是一定要进入现场才开始连线呢？笔者的处理是，一定不能错过对于受众有效、有用的信息，争分夺秒，把最新的消息发回直播间。当天，笔者在

12:30出发，12:45，在往事发地飞奔的途中，笔者决定马上做第一次连线，把相关的封路信息、沿路拥堵情况、救护车、消防车呼啸而过等第一手往现场的沿途所见所闻发回直播室，指引司机不要往同德围方向行驶，告知沿途等公交的乘客也不要再等了。12:59进入现场，成为第一个进入现场的电台记者，发回第一个爆炸现场连线电话。由于封路的原因，其他的媒体记者一直在爆炸现场外徘徊，根本无法进入，笔者在现场一直坚守报道，持续到下午3:00撤退时，各方媒体才得以进入采访，而笔者已经连线多达6、7次了。所以这个“快”，要靠持续坚守、高度的责任心去成就。有了这样精彩的快速连线报道，全媒体形势下，广播依然光彩照人。

（5）找到采访对象“下手”要快

关于这一点，经常在直播连线中遇到，但是又经常会被轻易忽视。现在媒体竞争激烈，各路记者到达现场，都会马上使出浑身解数去寻找适合的采访对象，这时比较考验记者的沟通能力、组织能力和判断力。像前文所述，这个“现场解说员”找到后就得“先下手为强”，趁他“全情投入”的时候马上采访，这样拿到的录音或者现场连线都是相当精彩的。而且，为什么说“下手”要狠呢，因为只要稍有迟疑，这个最佳人选就会成为同行的首选。所以做到这一点，还是有待经验的累计和现场的变通运用。

2、准

（1）信息发布要准，不能盲目相信现场传言或网络传闻

新闻必须是真实的，这是作为媒体必须谨守的宣传原则。往往在事故发生的同时，信息就会满天飞，真的、假的、甚至故意造谣的信息随着网络迅速传播。这时候，现场记者一定要保持冷静的头脑，不能为了“快”而毫无原则。特别在处理地震、爆炸这些伤害面较广的事件过程中，更应多方核实，确保信息的准确性。同样以同德围爆炸为例，笔者在到达现场前，网络甚至个别电台都在发布是“同德围的一个工地发生爆炸”。于是，在笔者到达现场后，通过方方面面的了解及采访爆炸逃生人员知道，爆炸的是“德宝仓库”，是一个综合仓库，而不是工地，使本频率成为第一个准确报道爆炸地点的官方媒体。当然，因为这次爆炸破坏力强，一时间，无论是现场还是网络都流言满天飞，甚至有说死了一百多人，这些就需要

记者冷静甄别，千万不能头脑发热人云亦云了。

（2）找对采访对象

现场找采访对象，这对于增强现场效果，提升可听性都是必不可少的。那么找谁呢？这是每一个有过现场采访的记者都碰到过的问题。首先找“现场解说”，一件事发生后，总有个别人热衷当“现场解说”，他们眉飞色舞地描述事发经过，当然通常这些都是现场的目击者，然后通过观察他们的描述，甄别出他们的叙述是否流畅、语言是否大家都听得懂的普通话或适合电台播出的方言，最后就可以上前搭讪，让他乐意为你的节目做电话连线或现场采访。这个过程，记者还需提醒例如未经确认的伤亡数字不能说，请受访者只说眼见的等等。所以，找对采访对象，是必不可少也是非常重要的一环。

（3）找对现场音效

现场音效，会通过电话连线直接传递给受众，让受众感受到现场的氛围。往往有一些年轻的记者会忽略了这一点，简单地认为找一个安静的地方，会让电话效果更加清晰。殊不知，就是太过“安静”了，会使连线报道失去了现场的真实感。所以，在特定的环境，还是应该有该环境的特定音效。例如现场的救护车鸣笛声、消防车声，甚至人群叫嚷声，这些，都能立即把正在收听的听众的注意力集中到广播中，随着节目的进行，环境音响的持续，受众会同时展开联想，更加增加了解现场的迫切性。通过声音展开联想，这就是广播的魅力。

（4）报道语气运用要准

一些年轻的记者往往会忽略了报道中语气的把握。所谓“语气”可以说是语言的“神”的所在，这里包含了所表达的感情色彩、说话人的态度和所传递的份量。犹犹豫豫、磕磕巴巴、无精打采或者过于夸张地嚷嚷，都是直播连线中常见的毛病。所以，笔者对报道过程的语气提出以下几点要求：坚定，语气坚定，可以增加信息的可信度；简练，简练可以让受众快速获知信息的真实情况。配合所处环境，运用不同的语气，或者平和、或者急促，或快或缓，声调或高或低，这些都要配合不同的环境去运用。

3、审

审问。审问之明辨之，突发现场不慌乱，危险处境要沉稳，泰山崩于前而色不变。尽量筛选甄别，去伪存真，避开假象谎言流言蜚语的报道。甚至发挥记者的预见性和观察力，平时预防胜过救援，灾难发生时预警二次灾难的发生和伤害，提前监督和预测，减少不必要的社会财产和人员的损失。担当媒体人的社会责任，不仅需要先天下之忧而忧的大局观，还要有专业的素养，经验和预见性。避免焦头烂额为上宾，曲突徙薪无人问的社会悲剧。

审时度势。发挥媒体的建议和指导功能，帮助听众进行选择 and 博弈甚至二次博弈。比如堵车，我们会建议司机绕道，但如果所有的司机都绕道，又会形成新的堵车，在又快又准，及时更新，综合判断的基础上，发挥电台栏目超值的局部社会的调节指引功能，辅助政府及有关部门高效节能，环保和谐。又比如事故救灾，心急如焚往往欲速而不达，或者是无序重复，缺少协调，过多的志愿者涌入给灾区带来新的短缺等等，最需要什么，哪些物资要先行，轻重缓急，协助政府和机构，发挥排忧解难和拾遗补缺的功能。

审慎的作风。不但能弘扬人性的正能量，树立社会积极向上的风气，打击假新闻，新闻勒索等歪风邪气。而且能避免不必要的误解和恐慌。

总之，“快、准、审”的广播现场连线是在全媒体环境下，彰显广播快速、高效、权威播报的“独门利器”。创新型连线报道在全媒体时代掌握快、准、审的核心竞争元素，就能占领传播制高点。不断变化的市场以及受众也正是推动广播媒体不断前进的动力。正如《王者归来》中一句经典的话，“The world has changed, the world is changing.”世界已经变了，世界还在变。唯一不变的是变化。昨天成功的经验就是明天失败的原因。

真正要达到创新的“快、准、审”的直播境界，还有待所有媒体人的探讨和努力。收听率数据实时测量听众的行为，数据显示出节目通过变革所带来的收听率的增长，听众的反馈也充分证明节目变革的成功。只要在学习创新中，在学习中学习，把传统广播优势发挥至极，就能在当今及未来的生存发展中谋得一席之地。