

2001.11.28

广播电视新闻系列教材

音响 报道 教程

修订本

张 舒 著

YINXIANGBAODAOJIAOCHENG YINXIANGBAODAOJIAOCHENG YINXIANGBAODAO

中国广播电视出版社

广播电视新闻系列教材

音响报道教程

(修订本)

张 舒 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

音响报道教程/张舒著. - 北京: 中国广播电视出版社, 1995. 9

广播电视新闻系列教材

ISBN 7-5043-2773-5

I. 音… II. 张… III. 录音新闻-写作播音-录音报道-教材 IV. G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 13502 号

音响报道教程 (修订本)

作 者:	张 舒
责任编辑:	刘跃钊
装帧设计:	郭运娟
责任校对:	张莲芳
监 印:	张 杰
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583
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:	涿州市海洋印刷厂
开 本:	850 × 1168 毫米 1/32
字 数:	260 (千) 字
印 张:	11.25
版 次:	2001 年 1 月修订版 2001 年 1 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7-5043-2773-5/G·1033
定 价:	20.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

出版说明

为了适应我国广播电视新闻宣传事业的发展需要，促进从业人员职业素质不断提高，我社于 1995 年出版了这套“广播电视新闻系列教材”，首批共十种：《中国新闻事业史教程》、《中国现代广播简史》、《新闻理论教程》、《现代新闻采访学教程》、《广播新闻编辑教程》、《新闻评论写作教程》、《新闻专稿教程》、《消息写作教程》、《主持人节目学教程》、《音响报道教程》。这套教材出版后，以它的系统性、理论性和实践性强而受到广大读者，尤其是大专院校相关专业师生的欢迎，每种书都曾重印。为了使这套教材不断完善，面向 21 世纪，更好地满足读者的需求，此次重印，我社特邀请作者对原书作了程度不同的修订，或增补新内容，或替换掉一些旧资料，或改正一些不合时宜的内容，对整套书的体例也进一步加以规范，力求提高质量。

在这里，我们要衷心感谢作者的倾力支持，也衷心感谢读者的关心。欢迎读者指正。

中国广播电视出版社

2000 年 12 月

前 言

现代社会的最重要的特点之一是资讯爆炸，人们接触的传播媒介也越来越多，社会公众可以从更多的窗口去了解世界、开阔眼界。广播，这一通过声音表现自我的大众传媒，在当前众多新闻媒体激烈的竞争中，如何赢得更多的听众？就要求能进一步挖掘自身潜能，树立广播风格。用好、用活声音（音响）是广播扬独家之长，提高节目质量的重要课题。

当前，国外广播有一种趋势，叫做音响的回归，即在采编节目时要最大限度地使用音响，充分展示其他传媒无法比拟的魅力。这些年来我国的广播工作者也在这方面作出努力，不断探索音响之奥秘，并取得可喜的成绩。许多音响精品节目使广播产生了为世人瞩目的吸引力。为进一步使广播摆脱印刷媒体的束缚、摸清自己生命的规律，就必须把音响作为一门专门的学问来研究。

《音响报道教程》作为大学本科的教材，力求理论与实际结合，重点在于应用。使学生具备研究和探索音响原理的能力；掌握采制音响报道的基本技能，以适应现代广播新闻工作的要求。

本书在总结我国广播音响报道发展中正反经验的基础上，吸取中外相关学科的研究成果，特别注意我国当代广播界最新的研究成果，力求反映出广播新闻宣传的新发展与新水平。

本教程基本内容分上、下两篇：

上篇绪论部分：从理论上阐述“音响”与广播改革的关系；音响报道在广播发展中的地位与作用。第二到五章，论述音响报道的特性；以及实况广播、广播讲话、现场报道和广播特写的特点和制作方法。

下篇第六到十一章，主要介绍采制录音报道的基本原则与基本环节，第十二章阐述音响报道的美学特征。

为了更好地联系实际，说明问题，书中较多地引用实例。以供学生学习与参考。

本教材专业性较强，针对广播记者专业技能而写，是广播学院新闻系学生的必修课程。同时也希望这本书能对从事广播新闻工作的年轻记者和新闻院校有关教学人员有一定参考价值！

目 录

前 言	(1)
-----	-----

上 篇

绪 论	(3)
-----	-----

第一节 关于广播改革的思考	(3)
---------------	-----

第二节 音响报道的发展	(12)
-------------	------

第一章 音响报道的特性	(20)
-------------	------

第一节 音响报道的新闻性	(20)
--------------	------

第二节 音响报道的优越性	(25)
--------------	------

第三节 音响报道的局限性	(37)
--------------	------

第四节 音响报道的题材	(41)
-------------	------

第二章 现场直播	(45)
----------	------

第一节 现场直播的基本特点	(45)
---------------	------

第二节 现场直播的基本环节	(49)
---------------	------

第三章 广播讲话	(58)
第一节 广播讲话的历史	(58)
第二节 广播讲话及其价值	(61)
第三节 如何组织广播讲话	(63)
附：广播讲话 《历史见证人》	(67)
第四章 现场报道	(68)
第一节 什么是现场报道	(68)
第二节 现场报道的分类及题材选择	(77)
第三节 现场报道的采制要求	(83)
第四节 采制现场报道对记者的要求	(102)
附：现场报道 《三峡工程胜利实现大江截流》	(111)
第五章 广播特写	(114)
第一节 广播特写的概念	(114)
第二节 广播特写的价值和类型	(118)
附：广播特写 《一幅画了三十四年的画》(节录)	(123)
附：广播特写 《难以忘却的歌声》(片断)	(127)
第三节 广播特写制作中的几个环节	(130)
附：广播特写 《走向正在消失的冰川》	(138)

下 篇

第六章 录音报道概述	(149)
第一节 录音报道的基本特征	(149)
第二节 录音报道与其他几种音响报道的区别	(154)
附：录音报道 《东方巨响震寰宇》	(160)
第七章 录音报道的几种体裁	(165)
第一节 体裁划分的必要性	(165)
第二节 录音报道几种常见体裁	(168)
附：录音新闻 《大胆讲，讲来一个奖》	(183)
第八章 实况音响的采录与运用	(184)
第一节 正确认识实况音响	(184)
第二节 实况音响的功能	(187)
附：录音报道 《投下公民的一票》	(188)
第三节 音响与主题的关系	(193)
第四节 采录音响的基本要求	(194)
第五节 选用实用音响的基本要求	(205)
附：录音报道 《挖墙脚的人们》	(207)
第九章 人物讲话的采录	(211)
第一节 人物讲话在录音报道中的地位 and 作用	(211)
第二节 采录人物讲话的基本要求	(222)
第三节 记者的访问艺术	(243)

附：人物访问 《张学良接受大陆赴台记者采访》	
.....	(255)
第十章 录音报道中的记者语言	(257)
第一节 记者语言与音响的关系	(257)
第二节 记者语言在录音报道中的作用	(266)
第三节 记者语言的写作要求	(284)
附：录音报道 《鹤乡追踪》	(293)
第十一章 录音报道的真实性	(299)
第一节 录音报道必须真实	(299)
第二节 录音报道真实性的要求	(304)
第三节 组织、补录和配乐问题	(312)
第十二章 音响报道的美学特征	(323)
第一节 研究音响报道美学的必要性	(323)
第二节 音响报道的形式美	(329)
第三节 音响报道的内容美	(336)
第四节 广播新闻工作者的审美观	(343)
后 记	(349)

上 篇



绪 论

第一节 关于广播改革的思考

一、广播在新闻媒介中的地位

作为社会发展、科技进步的产物，广播一产生便显示了它超越时空、传播迅速、直接、生动、逼真等优势，对报纸造成了巨大的威胁。甚至有人认为电子媒介决定了印刷媒介的死亡。此后，各国便掀起了办广播热。尽管报纸与通讯社为了维护其新闻传播的优势，联合起来共同对抗广播，极力地限制广播的发展，但广播还是在竞争中赢得了它的独立性并逐步扩大了影响。美国三大广播网的形成更是将美国的无线电广播事业推进到“黄金时代”。第二次世界大战则为广播的发展带来了更大的契机。新闻联播方式、广播评论、现场报道相继诞生。广播新闻在二战中发展到了一个高峰，我们所熟悉的美国 ABC 广播电台主持人爱德华·默罗和他的《现在请听》节目就是以其对二战公正、客观的报道和评论获得了听众的欢迎。伦敦大轰炸、珍珠港事件、美国总统罗斯福演说、盟军在诺曼底登

陆、日本投降等重大新闻通过广播传向全世界。^① 广播的地位再次得到认可和巩固。

二战后不久，电视的发展对广播造成了强大的威胁。电视的声画结合、生动形象、直观、真实迅速赢得了广大的观众。广播的发展走入低谷。

在中国，广播也曾经在相当一段时间里处于低潮状态，广播节目缺乏活力，不少听众纷纷转向电视。这一状态于 80 年代开始有了改变。1986 年，广东珠江台的改革掀起了新一轮广播改革浪潮，广播节目开始重新受到人们的重视。1992 年，以上海东方台为标志的又一轮广播改革浪潮的掀起更是形成了全国范围的“广播热”，一改我国广播刻板的传统运作模式，增加了板块节目、直播节目、热线电话和听众参与，并出现了节目主持人，广播以其崭新的运作机制、播出内容和社会定位再次获得了听众的信任和喜爱。

现在，广播又受到了电子计算机网络的威胁和挑战。也许有人会说，广播比不上报纸的深刻、随意浏览，也比不上电视的声画并茂、生动、真实，更比不上网络的可听、可看、可随时下载。然而，正因为广播没有纸张、文字等中间媒介，直接将声音诉诸听觉，更能给人以强烈的亲切感和现场感，也正因为广播缺乏电视画面，反而给人留下了抒发情感的广阔空间，更能引人联想。不管怎样，我们都应清楚地看到，广播作为一个独立的媒体，有其独特的一面，有着其存在的必然性。

首先，现代经济的发展为广播开辟了更广阔的生存空间。自从我国实行了市场经济，经济发展与社会发展日新月异，而市场经济的高速运转是建立在对信息的大量需求和快速传递的基础上的，特别是对商品市场、股票市场、证券市场、期货市

^① 《广播电视概论》第 32 页。

场、金融市场等信息的需求，而经济、社会发展的多元化同时也为广播的发展提供了新的契机。

其次，广播向窄播发展，符合传播规律。现在各媒介已不再一味追求某节目或频道能吸引所有的受众，以一类受众为对象的节目、频道越来越受欢迎，分众已成为一种趋势。广播应运而生的各种专业频道，如音乐频道、交通频道、新闻频道等，适应了受众的收听需求。

第三，广播仍拥有相当一部分固定受众。广播的携带方便、收听灵活，为广播创造了不同于报纸、电视、网络的生存空间，对于在校学生、晨练者、出门在外者、司机……来说，广播仍是他们与世界保持联系最方便、最快捷的工具。特别是随着近些年经济、社会的发展，流动人口不断增加，私家车拥有量迅猛增长，人们生活方式、消费方式发生巨大变化，知识更新的不断加速……都为广播提供了新的受众群。

第四，广播收听的随意性符合现代人生活的需求。一般说来人们在收听广播时往往处于半收听状态，即可以边干其他事情边收听广播。这对于现代人来说非常重要。现代生活节奏日益加快，人们很少能抽出专门的时间接触媒体。而读报、看电视、上网往往需要人们一心一意，不可能分心。广播却能让人们一心二用：既能完成手头的工作，又能知道今天有哪些重要新闻，对于讲求效率的现代人来说，何乐而不为呢？所以早晨广播的收听率往往高于电视也就不难理解了。

第五，广播为人们提供了交流情感、沟通情感的空间。现代社会生活使人们生活在彼此隔离的空间，邻里之间走动少了，正常的交流沟通也少了。然而这并不表明人们不需要与他人沟通，相反，许多社会问题正是由于缺乏沟通才产生的。而广播中直播节目、热线电话、主持人的出现为人们创造了交流、沟通的空间。特别是一些深夜谈话节目，受到了相当一部

分人的欢迎。上海东方电台台长陈圣来在《广播沉浮录》一文中谈到：自从东方电台开设了 24 小时直播节目以后，深夜的节目开始走红，从零点到凌晨 6 点的《相伴到黎明》节目约拥有 30 万相对固定的听众。1997 年，东方电台在成立五周年之际，与发行量达到 200 万份的《每周广播电视》，联合调查最受欢迎的十大栏目，这档深夜的《相伴到黎明》节目名列第二。也许有人会说，网络的互动性也为人们提供了可交流的空间，然而这毕竟是两种形式。广播的交流是通过电话，用声音直接交流，更容易引起情感上的共鸣，所需要的也只是一部电话和收音机，而网络聊天，除了需要配置一定的设备，还要求具有一定的打字能力，在具体操作上，受到上网速度的限制，一般很难找到“一吐为快”的倾诉感。

第六，广播的迅速快捷及在灾害性天气中的作用仍然是不可取代的。有人称现代为信息时代，信息时代的一个显著特点应该说是信息的快速传递了。而广播在处理信息方面的迅速快捷无疑满足了时代的需求。特别是在灾害性天气中，如暴风雨、地震、台风等，电视、网络可能会因为线路及电的问题陷于瘫痪，报纸则很难传到人们手中，只有广播能及时把最新情况传到最广的范围。

美国《广播与电视》杂志 1995 年 1 月刊登的美国“统计研究有限公司”的研究报告显示，2 亿以上的人每周至少收听一次中波或调频广播。德国《世界报》1995 年公布的德国一些有影响的调研机构的研究结果表明，广播仍然是德国人最喜爱、覆盖范围最广的传播媒介，平均每个工作日有 82% 的成年人收听广播。据上海《广播电视研究》1995 年公布的市统计局的调查研究数据表明：如果按全天计算，上海广播听众是

电视观众的 2.3 倍。^① 这些数据有力地说明了广播作为一个媒体，仍然有其他媒体所不可取代的优势，关键在于如何利用它的优势，不断吸取新的科技成果，找准自己的社会坐标，形成有别于其他文化形态的广播文化，确立有别于其他新闻媒体的广播风格，使广播真正成为独特的这一个，无法被取代的这一个。

二、广播特点与优势

关于广播的特点，我国广播界的一些前辈和专家有过很多论述。早在 1952 年的第一次全国广播工作会议上，当时中央广播事业局局长梅益同志在总结报告中就曾经指出：“比起其他的宣传工具来，广播有它本身的特点，它用电波来传送声音，通过声音来进行宣传与鼓动。报纸的特点是用文字、靠视觉。电视的特点是用形象和声音，是靠视觉和听觉，而广播是靠声音的，它完全靠听觉。……广播既然是通过声音来进行宣传的，因此，它是迅速的，不受空间限制的，和诉之听觉的。”后来在 1956 年的第四次全国广播工作会议上，梅益再次论述了关于广播特点问题。他说：“我们是使用声音和语言来工作的，我们的节目以极高的速度传送给所有拥有收听工具的听众。我们特有的特点就是声音、速度和群众性。”^②

原广播电视部部长吴冷西同志 1983 年在第十一次全国广播电视工作会议上所作的报告中是这样说的：“广播电视通过声音和图像进行形象化的宣传，容易被人接受，为人喜爱。它的传播范围广，能深入家家户户，只要有接收工具，绝大多数

^① 《广播沉思录》第 15 页。

^② 《梅益谈广播电视》中国广播电视出版社 1987 年。