




普通高等教育“十一五”国家级规划教材

 中国人民大学出版社

21世纪新闻传播学系列教材 >> Journalism & Communication

周小普 主编

广播电视概论

普通高等教育“十一五”国家级
21 世纪新闻传播学系列

广播电视概论

周小普 主编

中国人民大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

广播电视概论/周小普 主编
北京:中国人民大学出版社,2006
(21世纪新闻传播学系列教材)
ISBN 7-300-03671-6

I. 电…
II. 周…
III. ①广播事业-文化史-教材 ②电视事业-文化史-教材
IV. G229.19

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 72909 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

21 世纪新闻传播学系列教材

广播电视概论

周小普 主编

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮 政 编 码	100080
电 话	010-62511242(总编室)	010-62511398(质管部)	
	010-82501766(邮购部)	010-62514148(门市部)	
	010-62515195(发行公司)	010-62515275(盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京鑫鑫印务有限公司		
规 格	170mm×228mm 16 开本	版 次	2006 年 12 月第 1 版
印 张	25	印 次	2006 年 12 月第 1 次印刷
字 数	453 000	定 价	29.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔划排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵



总序

20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。这一百年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视和互联网相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治经济和文化的影响，则变得越来越大。

这一百年，也是中国新闻事业飞速发展的一百年。其中最后的二十年，即改革开放以来的二十年，发展得尤为迅猛。综合有关部门发表的统计数字，截至本世纪的最后一年，全国已有公开发行的报纸两千一百种，通讯社两家，广播电台一千二百座，有线和无线电视台三千多座。其中，报纸年出版总数达到一百九十五亿份，广播人口覆盖率达到88.2%，电视人口覆盖率达到89%，电视受众超过九亿。与此同时，全国各类新闻从业人员的总数，也已超过五十五万人。这样大的发展规模，这样快的发展速度，在世界和中国新闻事业史上都是空前的。现在已经是世纪之交，回顾既往，盱衡未来，新闻传播事业在即将到来的21世纪，还将会保持着旺盛的发展势头。新闻传播，作为上层建筑、意识形态的一个重要组成部分，在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策，反映人民群众的伟大业绩和精神风貌，以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面，必将继续发挥着重要的导向作用。

与新闻传播事业的发展相配合，这一百年来，为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育，也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于本世纪初叶，

有八十多年的历史。新中国成立前的三十年，虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科，但规模都不大，设备也不够完善，在校学生的人数，最多的时候不超过四百人，三十年间累计培养出来的毕业生人数还不到三千人。新中国建立后，为了为新中国的新闻事业培养人才，新闻教育继续有所发展，但到60年代中期为止，全国的新闻教育机构也还只有十四家。当时全国共有三百四十三家报社，七十八座广播电台和十三家电视台，新闻系和新闻专业的学生统招统分，勉强能够满足中央和省市以上新闻单位人才方面的需求。“文化大革命”爆发后，这一发展被迫中断。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展，主要还是改革开放以来二十年间的的事情。这二十年来，中国新闻教育的发展和新闻事业的发展完全同步。截至1999年，全国设有新闻学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所，增加到六十所以上，专业点已超过一百个。专业教育体系已从单一的本科教育，发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育等多层次的格局。改革开放之初，全国在校的新闻系科学生总共只有五百来人，现在仅本科生就有六千人，加上大专生和研究生接近一万人。二十年来向新闻单位输送的毕业生，累计也已超过三万人。办学层次，办学规模，办学水平，都有了很大的提高。在世纪之交，新世纪的蹁跹足音已经十分临近的时刻，随着新闻传播事业的加速发展，随着新闻战线人才需求的不断增加，在可以预见的将来，中国的新闻教育肯定还将会有更大幅度的发展。

一般说来，新闻教育质量的高低，起决定作用的，主要是两个因素：一个是师资，一个是教材。两者之间，教材的作用更大。这是因为，师资的多少和良窳，往往受办学主客观条件的限制，而教材只要一旦完成，就可以直接嘉惠于学子，风行四海，无远弗届。进一步说，一部好的教材，不仅可以满足教学的需要，培养出一大批人才，而且还可以同时拥有很高的学术含量，推动新闻学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》，1927年出版的戈公振的《中国报学史》，就是这方面的很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学和新闻史教学时，作为教材编写出来的。出版之后，立即引起世人的关注和推崇。几十年来，一再重版，历久不衰，至今仍然是公认的新闻学和新闻史方面的传世之作。正因为这样，新闻教育的前辈们，历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年，坊间出版的新闻学方面的书籍，绝大部分都是教材。改革开放以后，新闻学研究空前繁荣，新闻学方面的书籍大量问世，但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材，覆盖了新闻学的方方面面，经过出版家和众多作者们的长期努力，门类和品种基本配套齐全，曾经为同时期的新闻教学作出过重要的贡献。但是，随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展，这些教材的体例日显陈旧，观

点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材，尚付阙如，使现有的教材，出现了不少缺口。21世纪即将到来之际，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识。

呈现在读者面前的就是这样的一套系列教材，她将涵盖新闻学、传播学两个学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。负责编写工作的，是中国人民大学、复旦大学、北京广播学院等校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的教授、副教授，其中有相当大的一部分人，都是相关学科的学术带头人，堪称一时之选。收入系列的教材中有国家级重点教材，有部级重点教材，其他也都是经过严格筛选的精品，所以，这套系列教材的质量是有保证的，她的权威性也将会得到社会的认同。

21世纪是一个高度信息化的时代，是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱，一是以高新科技为代表的传播技术产业，二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁，在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划，隆重推出这套系列教材，是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里，我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

新的世纪即将到来，中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世，将会为新世纪新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣，为新世纪新闻传播人才的培养，作出她应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

1999年9月20日于中国人民大学林园



序

广播电视是声音与图像传播的媒介。广播电视传播者的有声语言和形体表现是信息传播的重要载体，声音和形体有其独立性，但符合传播规律的形式能促进内容更好地表达。在媒体发展、节目编排更注重接近受众，新闻节目更强调真实性、权威性的大背景下，新闻工作者——记者、编辑自己出声、出镜报道新闻，主持新闻节目成为趋势。因此，具有良好的语言、形体表达方面的知识及素质，对今天以及未来的编辑、记者来说是至关重要的。

表演与播音学本身都有着非常成熟的理论和大量的实践经验，但还很少被借鉴、运用到新闻编辑、记者的工作中来，大家不是那么深入、完整地了解到这些学科的成果，开设这门课程、阅读这本教材，对提高广播电视新闻传播的质量将会有很多好处。

积极借鉴、引入其他学科的研究成果为我所用，是发展中的广播电视新闻学的一个生长点，因为新闻学本身就是边缘学科，广播电视新闻学更是如此，吸收借鉴相关学科的知识会使学科研究更为深入。

本书两位作者都是本专业领域内的知名学者，都有本专业深厚的理论积累和丰富的实践经验，以此带给我们实实在在、生动活泼、与现实密切联系的知识，为这一跨学科成果的发展做出了贡献。吴郁，北京广播学院教授，撰写上编，第

一章至第七章；侯寄南，北京电影学院教授，撰写下编，第八章至第十七章。她们在本专业与新闻工作的结合上有很多独到的思考与见解，为丰富和提高广播电视新闻专业的知识与教学水平付出了艰辛的劳动，在此我们深表敬意，并欣然作序。

人大新闻学院 周小普

2001年9月



目 录

上 编

第一章 有声语言基本功概述	(3)
第一节 广播电视传播者与有声语言	(3)
第二节 采编人员有声语言的基本功	(6)
第二章 普通话语音的基本知识	(10)
第一节 学习普通话的方法	(10)
第二节 普通话的声、韵、调	(12)
第三节 普通话的语流音变	(27)
第三章 话筒前的用声吐字	(33)
第一节 气息控制	(34)
第二节 口腔控制和吐字归音	(41)
第三节 声音的运用技巧和嗓音保护	(48)
第四章 有声语言传播的明晰性	(59)
第一节 有声语言明晰性的意义	(59)
第二节 停连	(61)

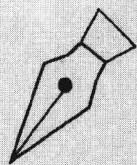
第三节 重音	(70)
第五章 有声语言传播的交流性和艺术性	(80)
第一节 有声语言传播的交流性	(80)
第二节 有声语言传播的艺术性	(86)
第六章 电视新闻评论类节目的主持艺术(一)	(101)
第一节 电视新闻评论类主持人节目的主要形态及主持人的素质	(101)
第二节 新闻评论类节目主持人的播报	(106)
第三节 新闻评论类节目主持人的导语、串联词	(111)
第七章 电视新闻评论类节目的主持艺术(二)	(121)
第一节 新闻评论类节目主持人的言论	(121)
第二节 新闻评论类节目主持人的专访	(140)

下 编

第八章 视屏传播与形体动作	(161)
第一节 电视的视觉性特征	(161)
第二节 电视新闻传播者面对的课题	(163)
第九章 形象的意义及构成	(165)
第一节 形象的意义	(165)
第二节 形象的构成	(167)
第十章 新闻工作者的形象	(173)
第一节 当好“喉舌”	(174)
第二节 做好“桥梁”、“纽带”	(175)
第三节 个性形象	(176)
第十一章 良好形象的获得	(179)
第一节 锻炼健美匀称的身体	(179)
第二节 增强身体活力	(184)
第三节 培养端正的体态	(191)
第四节 培养高雅的风度	(201)
第十二章 形体语言与视屏传播	(205)
第一节 电视传播需要无声传播手段	(205)
第二节 形体语言概述	(207)
第三节 形体语言的社会性	(210)
第十三章 体态动作即信息	(214)

第一节	表情信息	(215)
第二节	手势信息	(220)
第三节	腿脚信息	(223)
第四节	姿势信息	(225)
第五节	距离信息	(227)
第十四章	体态信息的识别	(231)
第一节	形体语言的结构	(231)
第二节	形体语言的环境因素	(232)
第三节	姿态簇	(234)
第四节	辨别真伪	(235)
第十五章	形体造型与表现	(239)
第一节	形式与内容	(240)
第二节	形体动作造型	(242)
第三节	表现性动作的源流	(248)
第十六章	视屏创造技巧	(254)
第一节	“相信”是产生真实感的前提	(254)
第二节	运用“假使”和想象的力量	(255)
第三节	注意力集中	(257)
第四节	放松	(259)
第十七章	口语播报与形体表达	(267)
第一节	机能上密不可分	(268)
第二节	表情上同根同源	(270)
第三节	表达中相辅而行	(270)
附	普通话异读词审音表	(276)

上 编





第一章

有声语言基本功概述

人类获取信息最重要的两大途径是视觉和听觉。广播电视媒介的传播优势之一正在于其声画兼备、视听并举，让声音和画面共同向人们传播信息和知识，提供娱乐和服务，把人们带入现实或虚拟的空间。广播电视中的声音：人的声音（主要指有声语言）、音乐、自然界及人类社会的声音（亦称环境音响），这些声音进入广播电视节目就必须遵循电子传媒的客观规律，其中传播者的有声语言理应纳入编辑记者业务能力基本功的范畴。

第一节 广播电视传播者与有声语言

广播电视传播者中与有声语言直接相关的，首先当属电台、电视台的播音员、主持人，他们是直接面向听众观众专门以有声语言（电视播音员、主持人还辅以体态语）进行传播的专业人员；其次便是直接出声、出镜为听众观众做口头报道、现场报道，做采访的记者，还有偶尔从“幕后”走到话筒前、镜头前与听众观众交流沟通的编辑。随着广播电视事业的飞速发展，为了让听众观众在第一时间获知各种他们感兴趣的信息，电台、电视台在加强快速反应能力的同时，记者直接出面报道的机会越来越多，对“全能”记者的呼唤也愈加强烈，与此同

时，编辑记者进入主持人行列的也并不鲜见，从自己动脑、动笔，到自己动口、出镜。显然，对有声语言的运用和驾驭，已成为广播电视编辑记者能力结构中比较重要的方面。

编辑记者与有声语言的关系，可以从以下三个方面来认识。

一、编辑记者的文字稿件应具有诉诸听觉的特点

广播电视节目的语言传播除了电视中少量的字幕之外，主要是靠有声语言进行传播，而各类节目的有声语言有相当大的部分是由编辑部门提供的文字稿件转化而来，如播音员播报的新闻消息类稿件、评论稿件以及各类节目形形色色的专稿、电视纪录片的解说词，等等。主持人除去现场即兴的提问、谈话、评述、串联词外，还有许多依托文字稿件的语言传播，如主持人的小言论、综艺节目或各种杂志型主持人栏目的串联词，等等。这些文字有些是主持人自己撰写的，有些是编辑部提供的。

与报刊杂志文字稿件相比，广播电视的文字稿件肯定有其自身的特色，其中最主要的即是必须适于听觉接受。一般来说，语言的文字形式是供视觉接受的，阅读过程中可以“停格”，可以翻阅检索，阅读者享有较大的自由；而对于听觉接受的有声语言，则是“稍纵即逝”，听众观众的接受理解直接受到传播者语言运用的制约，比如语句的冗长，结构的复杂，词语的生僻怪异，或者音同义不同，都会造成受传者接收的障碍和困惑，以至产生歧义，带来误解，最终影响传播的效果。所以，单从稿件写作的角度看，也要求编辑记者的撰稿、改稿符合听觉接受的规律，提倡“口语化”，多用短句，多用双音节词，避免同音误会。同时，为了充分发挥有声语言直接、可感性强和汉语音韵美的优势，还要注意语句的长短搭配，词语的平仄相间，表述的通俗易懂、深入浅出，使之读来上口，听来入耳。因此，对于编辑记者来说，仅从稿件写作的基本功角度看，要写出符合听觉接受规律、适应广播电视有声语言传播特殊需要的稿件，也必须了解和掌握有声语言表述及表达上的特点。

二、编辑应对节目的整体质量负责

无论电台、电视台，编辑工作贯穿于整个节目制作和传播过程，包括制定报道计划，约稿、组稿、选稿、改稿，编录、剪辑音像素材，撰写言论，录制节目，审听、审看节目等。在录制节目的环节中，编辑要和播音员、主持人直接打交道，阐明编导意图，介绍节目有关背景，补充记者采访见闻和体会，讨论转化

为有声语言时准确、鲜明、生动的表达方法，及时指出表达中的差错或感情分寸不够恰当之处，从而协助播音员、主持人圆满完成节目制作的这一重要环节。

目前记者编辑对有声语言的态度大体有两种：一部分人十分明确编辑对一档节目整体的责任，深知将文字转化为有声语言的播音、主持环节对于节目质量至关重要的作用，因此他们能够积极主动并饶有兴趣地去了解和关注有声语言在广播电视中的创作规律，从而在工作中与播音员、主持人有更密切、更深入的合作，能够提出准确的同时比较内行的意见或建议；还有一部分人，可能认为“隔行如隔山”，多一事不如少一事，与其“说不到点儿上”，不如“免开尊口”，甚而抱着“铁路警察各管一段”的态度，交稿了事，顶多把一把“差错关”，至于有声语言表达的优劣就不管了。显然，后一种态度没有对编辑工作负起全责，对节目整体质量的控制是不利的。

其实，编辑对有声语言质量的把关，不仅是指将文字稿件转化为有声语言方面，还要对主持人没有现成稿件的即兴口播，在语言内容、语句组织、声音基调等方面也都应当提出要求，积极地出主意，想办法，并在可能的情况下（如录制中或直播的间隙中），对出现的偏差及时提醒纠正。

三、记者编辑应适应口头报道的需要

如果说，过去广播电视记者编辑基本“躲”在节目背后，很少出声，更难觅踪影，那么，现在记者编辑可是广播电视节目中十分活跃的传播者，许多记者的声音和身影已为听众观众所熟悉。如1999年5月，中央电视台驻欧洲记者顾玉龙等人不断发回的以美国为首的北约轰炸我驻南联盟使馆，以及科索沃战局的报道，人们都记忆犹新。现在，广播电台、电视台节目中记者的口头报道、现场采访、各种专访越来越多地以音像的形式直接同听众观众见面，一些编辑也径直走到前台来为听众观众主持节目，这正是广播电视记者编辑有别于报刊杂志同行的重要特征，他们不仅要善于用笔用文字做报道，同时也要能够用嘴用有声语言做报道。

从广播电视电子传媒的特点和传播优势看，与印刷媒体相比，广播电视传播无须印刷、发行等环节，传播迅速、接收方便，尤其是声音、画面信息带来的真实感、现场感、立体感和冲击力十分强烈，是印刷媒体所无法比拟的。由此，在听众观众的接收心理上，对新闻事件或各种纪实性节目，人们必然希望更多地听到、看到记者在现场的、“原汁原味”的采访和报道。我们不难得出这样的结论：从广播电视传播的固有本质上讲，有声语言的表述能力，原本就是广播电视采编人员业务素质“题中应有之义”。