

国际广播论文集

第五辑

主 编 陈敏毅

副主编 于 旋

祝东颖



中国国际广播出版社

国际广播论文集

第五辑

主 编 陈敏毅
副 主 编 于 旋 祝东颖

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际广播论文集. 第五辑/ 陈敏毅主编. —北京: 中国国际广播出版社, 2003. 7

(国际广播丛书)

ISBN 7-5078-2033-5

I. 国... II. 陈... III. 国际广播-广播工作-中国-文集 IV. G229.25-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 115921 号

国际广播论文集(第五辑)

主 编	陈敏毅
责任编辑	吴运生
版式设计	周 迅
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 68053304[传真])
社 址	北京市复兴门外大街2号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
印 刷	中国人民大学印刷厂
开 本	850×1168 1/32
字 数	300千字
印 张	13
版 次	2003年7月 北京第1版
印 次	2003年7月 第1次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2033-5/G·878
定 价	24.00元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现图书印装质量问题,本社负责调换)

专家组成员

陈敏毅

孔令保

马为公

马博辉

汪作舟

邹福兴

魏敏华

目 录

上 篇

以“三贴近”的思想指导对外广播	王 蓬(3)
传统与新风的有机结合	
——论对外广播文化节目的与时俱进	陈宏昌(10)
“三贴近”与对外广播	姜 鲲(16)
实践“三个代表”创新国际广播	刘鸿祥(20)
对加强国际广播工作的认识	殷立青(23)
国际传播的主观指向与客观流向	王雪峰(30)
对外广播宣传与报道问题刍议	关来顺(34)
广播电台如何在多媒体时代中生存	吴 佳(42)
对外广播人面临的挑战	蔡静莉(47)
让世界了解中国文化	郝秀竹(50)
也说原创性新闻	刘素云(54)
宣传效果与心理沟通	祝东颖(59)
心理品质在记者采访报道中的作用	王 莉(65)

阿拉伯语国际广播概况及改进我阿拉伯语

- 广播之浅见 张立(69)
- 从CRI与BBC土语广播之比较谈如何提高国际台
- 节目的国际竞争力 夏勇敏(74)
- 从朝核问题看美日韩媒体报道的倾向性 全宇虹(80)
- 广播宣传档案的现状与思考 焦雪绵(85)
- 科学的节目考评机制是提高节目质量的
- 可靠保障 田进荣(90)
- 来自巴格达的声音是怎样传遍世界的
- 国际台多媒体联合报道战争的
- 实例分析 安晓宇(95)
- 国际台可以成为最出色的 洪琳(101)
- 从新闻导语谈内外有别 肖景贤(106)
- 对外广播专稿导语的写作和运用心得 杨晓梅(114)
- 国际新闻报道中的技巧与策略 徐朝清(121)
- “他山之石可以攻玉”
- 浅谈在国际报道中如何更好地
- 利用外电 王菊芳(126)
- 策划在对外广播节目创新中的作用 周剑峰(131)
- 论对外广播专题节目的编采技巧 王幼征(135)
- 此处有声胜无声
- 略谈驻外记者录音报道的采编 张哲(139)
- 关于驻外记者新闻采访的准备工作 唐鹤鸣(145)
- 浅谈驻外记者的评论写作 邓黎(151)
- 发挥驻外记者的优势 强化报道效果
- 评录音报道《防空洞里迎“六·一”》 汤黎(156)
- 驻外记者须情为民所系 马小青(161)

浅谈音响在广播节目中的作用	廖 丽(165)
音响是录音报道的灵魂	刘玉明(170)
半小时节目如何运用好音乐	陈陆平(174)
以音乐节目为先导,推进节目落地与节目 本土化进程	尚春雁(177)
如何办好谈话类节目	何喜玲(181)
“幸 好!” ——现场直播中突发情况的应对	段 爽(183)
打好念稿的功底 争取“说”稿的效果	王银河(186)
浅论外语播音员应具备的基本业务素质	陈竹冰(190)
试论播音艺术和中国书法艺术的相似之处	仇淑晶(193)
豪萨语播音的点点滴滴	赵效群(197)
对提高听众工作有效性的探索	祁桂林(200)
如何办好“信箱节目”	朱庆珍(206)
《听众信箱》 ——针对性宣传的窗口	杜团文(209)
对外汉语广播讲座的定位	朱丹阳(212)
浅析闽南方言是反映闽南地方文化的载体	郑新民(216)
朝鲜语句子中抑扬现象及其作用	徐昌述(224)
缅甸语广播中的外来词	徐敏霞(229)
浅议柬埔寨语言文化和翻译	郭昌颖(233)
看西方媒体网站特色 谈国际在线网站的 对外传播	张 弘(236)
互联网,未来国际广播的主要手段	范韩生(243)
广播新闻稿上网必须经过改写	孟 群(249)
国际台驻外记者如何写好报纸稿件	何 婧(252)
报纸提高读者忠诚度的策略	吴若蕾(257)

一纸文章 行走天下

——从《世界新闻报·经历版》论报纸的

- 可读性 陈 雁(263)
- 从为读者服务中得到的启示 丁淑暖(267)
- 试论电视国际新闻的标题 何 宇(271)
- 把好编辑工作中的语言文字关 吴运生(276)

下 篇

- MD 设备数据存储过程中的常见问题 马 立(283)
- 网络化数字调音台 廖文芳(287)
- 数字调幅广播技术的应用与发展 滕 莉(292)
- 广播中的新应用——ATM 技术 李 涛(297)
- 浅谈中国国际广播电台“走出去”工程的
- 技术条件 陈 燕(305)
- 对未来国际台新闻业务系统的几点看法 毛 伟(310)
- 广播实况转播技术解析 侯贵财(317)
- 告警系统在安全播音中的重要性 郭向军(320)
- 简述 SDH 技术 樊 硕(324)
- “冲击波”的冲击 陈玉林 毛 伟(330)
- 媒体资产管理 聂 明(337)
- 系统改造中的技术培训 陈 婕(343)
- 关于录音电平探讨 李国喜(347)
- 数字录音设备的分类与技术发展 陈 芳(354)
- 电子音乐分轨录制的几种方式及应对办法 李佩林(358)
- 扩音中在缺少辅助设备时如何减少回授啸叫
- 提高扩音质量 刘新杰(362)

谈谈传声器的正确使用	郭万辉(367)
信号处理中各种噪声的特性	朱鸿麟(370)
浅谈音乐录音技巧	李 莱(376)
耳机·音乐·音乐节目主持人	赵树昆(380)
试论建设工程投资控制的五个阶段	张玉光(383)
冷负荷过载系统的改造方案论证	王雨洲(390)
国际台采用广州新菱牌冷却塔的论述	闫黎光(394)
浅谈 UPS 电源的应用	毛兰兰(397)
浅谈柴油发电机组的应用	安雪飞(400)
受氯离子侵蚀建筑物的加固	王雨洲 梅学平(403)

上 篇

以“三贴近”的思想指导对外广播

王 蓬

中共中央总书记胡锦涛同志在谈到思想宣传工作的成绩时指出,宣传部门要“总结经验,深化改革,在‘三贴近’上取得新进展”。中共中央政治局常委李长春同志 2003 年 3 月底在中央宣传思想工作领导小组第四次会议上的讲话,也特别强调要从“三贴近”入手,改进和加强宣传思想工作。李长春同志说,贴近实际,就是要立足于社会主义初级阶段这个最大的实际,始终坚持解放思想,实事求是,与时俱进,真实反映改革开放和现代化建设的实践,坚持把发展作为第一要务,更好地为党和国家的中心工作服务。贴近生活,就是要深入到社会经济、政治、文化生活和人民群众的日常生活中去,反映客观现实,把握社会主流,解决具体矛盾,更好地融入生活、服务生活、引导生活。贴近群众,就是要充分体现群众意愿,满足群众需求,把握群众脉搏,说群众想说的话,讲群众能懂的话,更好地代表最广大人民群众的根本利益。以群众满意不满意、高兴不高兴、赞成不赞成、答应不答应作为根本的出发点和落脚点。

李长春同志关于“三贴近”的论述,提出了宣传的指导思想、工作方法、价值判断、宣传形式、检验标准等诸多理论和实践问题,不仅对我们的对内宣传工作有指导意义,对我们的外宣工作,同样具有现实的指导意义。

一、从“三贴近”看外宣导向

在宣传的指导思想上,“三贴近”不是简单的三句话,它对新闻工作者提出了非常明确的新闻导向,这就是正确代表最广大人民群众的根本利益,把体现党的意志同反映人民群众的心声统一起来。

在对外宣传报道中,同样存在一个将上述两者统一的新闻导向问题。我个人理解,我们外宣的责任,就是把一个生机勃勃的、正在变化中的、古老而又年轻的、充满矛盾又不断进取的中国及时全面地介绍给海外听众,使听众通过我们的节目,对一个真实的中国有客观的认识,既看到了我们的成绩,也了解我们的不足,更知道我们在千方百计改进缺点,不断完善。使人知道中国共产党和政府在做些什么,人民在想什么。13亿中国人的奋斗目标是明确的,前景是乐观的。一个友好强大的中国将对世界作出巨大贡献。这就是我们的新闻导向,是党性和人民性的高度统一,符合“三贴近”的要求。

用一分为二的方法真实地报道中国非常重要。当我们报道中国经济与社会发展取得的巨大成就时,应该指出我们自身还存在的不足,与发达国家的差距;当我们报道中国市场经济建设进程不断推进时,应该让听众知道中国在经济转轨中也遇到艰难与挫折;当我们报道中国法制建设日益完善时,应该指出中国反腐败斗争的艰难与复杂;当我们报道中国旅游业蓬勃发展时,要让听众了解中国已经非常重视生态污染与环境破坏等严峻问题;当我们报道人们物质生活日益丰富时,告诉听众中国正致力于加强全社会的精神道德意识;当我们报道许多城市居民生活水平大幅度提高时,应该指出广大农村居民收入不高、城乡居民的生活水平还存在一定的差距……

当然,一分为二并非半斤对八两,分庭抗礼。无论批评还是

歌颂,我们都不能有闻必录,而是要把握社会生活的主流,反映时代的精神,揭示生活本质,弘扬积极向上的精神。也只有如此,我们才能报道有深度,坚持正确的舆论导向,引导社会舆论,更好地做到“三贴近”。

二、从“三贴近”看外宣采访

按照“三贴近”的要求,我们对外宣传可以采访报道的领域十分宽广,我们的采访应该是全方位的。

在经济方面,我们可以采访中国经济综合发展状况,中国经济体制改革的进展和难题,中国经济未来发展趋势等宏观问题;也可以对第一、二、三产业进行分类采访;采访基础设施和重大工程建设,高新技术产业发展状况;采访城市经济,农村经济;采访中国对外开放,吸引外资的情况;采访国有企业、私营企业和个体经济的发展;采访东部沿海地区、经济发达地区,西部边疆地区、经济欠发达地区。

在文化方面,我们可以采访中国各项文化事业的发展状况,目前遇到的问题,中国政府及有关机构的举措,以及未来的发展方向等等。我们对文化的理解应该是广义的,这其中既有中国政府倡导的精神文明建设、公民伦理道德建设,也有中国的传统思想美德和吸收外来的先进思想和观念;既有政治体制改革,也有民主与法制制度的建设;既有文学艺术等各个种类,也有教育、科普、体育等基本内容;既有本土的文化活动,也有外来的文化交流;既有城市文化,也有乡村文化;既有高雅艺术,也有通俗艺术;既有汉族文化艺术,也有少数民族文化艺术。

在社会生活方面,我们采访的关键是要围绕“人”字做文章。在改革开放和经济迅速发展过程中,中国人民收入的增加,生活水平的提高,生存环境的改善,生活质量的提高,都是采访的内容。同样,中国不同地区、不同阶层生活水平差距拉大,中

国政府和社会机构对这些问题所采取的对策,医疗、养老保险、失业救济等社会保障制度的实施,也是我们关注的焦点。中国人的现代与传统生活方式,丰富多彩的城市与乡村生活,不同民族的生活习俗、宗教信仰、文化传统,中国人民民主与法制观念的增强,反对封建迷信和腐朽没落活动,中国人在外国、外国人在中国的生活等,这些都是需要我们采访的题材。

然而,在我们的新闻采访工作中,时常听到有人说某篇稿件有深度、内容实在、有新闻价值、有特色、有新意,某篇稿件较肤浅、空泛、没有新闻点、一般化、老一套等。如果深入分析一下,新闻采访质量的优劣,与新闻工作者是否贴近实际,贴近生活,贴近群众有极大的关系。外宣采访也是如此。

试想,如果我们不深刻了解中国的现实,了解社会发展中每一阶段的变化,我们怎能对党和政府提出的重大决策作出判断和领会,进而在采访和报道中将党和政府的意志自然流露出来呢?如果我们对自己负责采访的领域一知半解,甚至就知道一点皮毛,我们怎么能够写出有深度、有特色、有新意的稿件呢?如果我们没有深入生活、深入群众,我们怎么能够反映出生彩斑斓的生活现实,反映出活生生的“这一个”呢?怎么能够了解群众的真实想法,报道他们的真实感受,进而得到我们海外受众的认同呢?

按照“三贴近”的要求,我们新闻工作者还必须及时迅速地反映现实生活和社会舆情。外宣工作者同样如此。当我们做到“三贴近”,我们就会对实际生活和群众反映有很强的敏感性,与社会共呼吸同命运,对热点问题及时进行快速、滚动、充分的报道。

在外宣采访工作中,我们还应该有一个重要任务,就是密切跟踪海外舆情。俗话说得好:“知己知彼,百战不殆。”我们只有

贴近了海外受众,随时了解海外舆论对中国的关注热点,根据这些热点进行策划,安排采访,有时效、有针对性地回答海外受众的问题,才能增强我们对外报道的感染力和吸引力。

三、从“三贴近”看外宣形式

李长春同志说,新闻宣传工作的“三贴近”,要把思想性、指导性和可读性结合起来,多用群众的语言、多联系群众身边的事例,多采用群众喜闻乐见的形式。他还提出宣传思想工作要具有感染力和吸引力。这些都说明宣传的形式十分重要。

宣传形式对外宣而言,也是新闻报道中不可忽略的重要因素。世界上的媒体大战异常激烈,国内外各家媒体都在以自己的特色和形式吸引受众。而形式能否吸引人,说到底新闻工作者是否了解社会,了解受众需求,了解自己媒体的独特个性。

我常常想起一个外国人做的广播节目——《欧罗巴的钟声》,这是一个时长近一小时的节目,主题反映第二次世界大战给人类带来的灾难,人们对未来美好生活的憧憬。节目的主题是严肃而沉重的,也是“永恒”的话题。同时,作者找到了一个十分适合于广播的载体形式,以欧洲的教堂、广场、家中的钟声为主线,穿插进弥撒仪式的祈祷声,婚礼的喧闹声,街头的嘈杂声,刺耳的枪炮声,人们惊恐的呼喊声,广播中传来的宣战的命令声,激奋的歌声,领袖人物的讲话声,群众的呼喊声,海浪的咆哮声,新生婴儿的啼哭声,伴随着播音员那浑厚低沉的男中音,生动立体地报道了那场世界大战。当听到这个节目时,我的眼前不禁浮现出一幕又一幕感人肺腑、动人心弦的画面。在那一瞬间,你可以深切强烈地感受到,广播的声音,可以通过受众的听觉塑造出无数生动的形象,给人以广阔的想象空间,这一媒体具有其他媒体无法取代的独特优势。

我们是从事对外广播工作的,我们制作的新闻、专题节目能

否感染和吸引受众,与节目的形式有极大关系。我们说,要多一些录音新闻,专稿的音响要丰富多彩,富有权威性和典型意义,就是考虑到广播的特性。当我们充分发挥声音的优势,就会大大增强广播节目的现场感和生动性,增强节目的感染力和吸引力。我们说,对外专稿的写作要深入浅出、通俗易懂、点面结合、多加背景,就是为了贴近受众,使那些不同国家和地区、不同文化教育素养、不同生活习惯和宗教信仰的受众,更深刻地了解你所报道的人和事。我们说,对外新闻写作要用简明通俗的语言讲清事实,新闻导语要简洁,突出重点,新闻主体内容要扎实简短,适当增加背景材料,就是考虑到对外广播新闻的特点和海外受众的需求、收听习惯。我们说,要改进会议报道和领导人活动的报道,使这些报道更有实质的新闻价值,就是要使我们的报道符合新闻规律,报道形式与内容相一致,增强节目的针对性和实效性。

所有这些,看似形式问题,实则反映出我们对“三贴近”的理解和把握能力,反映出对外广播工作者的职业精神的强弱。

四、从“三贴近”看外宣效果

毛泽东同志讲过,中国共产党人是动机与效果的统一论者。李长春同志说,我们的宣传要讲群众想说的话,讲群众能懂的话,为群众提供想看爱看、健康向上的精神文化产品,以群众满意不满意、高兴不高兴、赞成不赞成、答应不答应作为根本的出发点和落脚点。可以说,这就是对我们宣传效果提出的一个根本检验标准。

就外宣而言,我们的宣传效果如何,我个人以为,其检验标准就是,我们的报道是否海外受众要听、能听,他们能不能明白,爱听(看)不爱听(看),满意不满意。

为使我们的节目收到良好效果,我们应该在国外建立科学