

# 全新 的 体 验

尹明华广播业务文选

上海  
远东

# 全新的体验

——尹明华广播业务文选

上海远东出版社

## 全新的体验

——尹明华广播业务文选

尹明华 著

上海远东出版社出版发行

(上海冠生园路 393 号 邮政编码 200233)

新华书店经销 上海主人印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 11 字数 280000

1996 年 2 月第 1 版 1996 年 2 月第 1 次印刷

印数 1—2000

ISBN 7-80613-267-8/I·228 定价:15.00 元

## 序

### 贵在求索

——写在《全新的体验》前面

高 宇

尹明华同志告诉我，他要出一本广播业务文选，取名《全新的体验》。我听了很高兴，并希望能早日读到这本书。他连说，正想让我先看看书稿，还要我为此写个序言。他说他是个做广播工作才十来年的新兵，说我是个老广播，当年他还是我在上海电台主持工作时招聘进上海人民电台的。其实，我也曾经是个新广播，或许有过相似的新体验，难却盛情，就写上几句。

我觉得这书名就取得有意思。它不仅是作者从事广播这个新职业的体验的反映，而且是在电子技术飞速发展和改革开放新时代广播功能有了一系列新的展示的记录，这就不限于新广播在在见新，老广播也同样要求重新学习。广播是伴随电子技术的发展而出世的，距今不过七十来年。年岁稍长的一些人还记得，当初对广播是多么新奇，拥有一只矿石收音机就当作乐事，对价格昂贵的收音机是有些望尘莫及的。而今，收音工具大普及，矿石机已成为历史陈列品，立体声“随声听”随处可见，购置高级音响设备成为一种时尚。电视从黑白到彩色，从平面到立体，体积有微型的也有超大的。光纤、数码、卫星转播等高新技术日新月异，广播电视堪称奇妙世界。人们曾经评价广播电视已成为日常生活的不可缺少的组成部分。现在看来，此论似乎已有不足。广播电视作为先进的电子化的信息技术，它所发挥的作用，已超过了一般听听看看节目的范

畴,而是可以促使整个社会的生产方式、生活方式发生变化,甚至对人们的时空观念也将产生影响,有所变更。这就是说,广播从业人员对所从事的专业,不仅要有行业性的、实用的、低层次的通常要求,而且还需要有社会性的、前瞻性的、高层次的战略眼光。本书作者提出的“重视广播资源开发”的命题就很重要,符合时代潮流,对开拓发展广播功能,无疑会给人们有益的启迪。广播功能可说尚未得到充分开发,潜能颇大,况且现在还有些使用不当致使广播功能浪费和损耗、错位的情况。不论新老广播工作者,不宜浅尝辄止,不宜故步自封,不宜墨守陈规,而要尽量开发这块大有可为的用武之地。我们常说谋事要有宏观意识,对于广播传媒的资源开发的观点,当属此类。

作为一种体验,是要受到诸多条件的制约的。通常缺乏物质条件,缺乏实践,对某种事物(事态)难以有实在的体验,或者往往具有局限性,更遑论全新。但这不碍事,只要心中有数,孜孜以求,不陷入盲目性就好。本书作者从理论和实践的结合上作了许多尝试,对广播工具的运用方面颇具创新意识。书中有关广播改革的构想,敢于“面对挑战”,对已形成某种传统格局的新闻节目结构,作出新的布局,对某些社会生活题材,大胆地作试验性报道,并取得成功。理论依据的支撑和不断实践的驱动,使他提高勇气,扩展视野,增长才干。十多年来,他的作品相当丰盛。而这本广播业务文选,则是他工作经验的积累和展示。我想特别强调,一个专业工作者对自己的专业要有一个执着的追求,才能事有所成。

当然,任何事物总是处于动态的、发展着的环境中,即使一件静止的事物,也会受到它周围动态环境的影响,绝对静止固定的东西恐怕是没有的。就拿广播工具来说,能源是一种动力,流动着的多种声响是一种活力,而人的操作则是最根本的行为。从引发广播到接收广播,使物化广播具有了人格化的特征。人们对广播工具的投入程度,和它所回报的尺度是成正比的。广播工具本身的技术构件是机械的,无音的,但它好像也具有特异性,使用者越是理解它、

爱护它、运用它，它越是能使你有一种得心应手的感应，产生意想不到的效益。如同任何事物一样，广播也是有度的，具有特定的规律，不能歪曲不能超越，如若失度损衡，也是要吃苦果的。成功与失败总是相对的。一次成功不等于全盘成功，一次失败，不等于全部失败。经验教训需要多方面的多数次的积累比较，以至修正和发展，才能逐步完善。一蹴而就的事毕竟少有，一成不变的东西实在罕见。作者在这些方面有一种可贵的表现——求索。从长远的历史角度看，广播是个新兴事业，高新技术层出不穷，精彩纷呈；专门人才群星灿烂，栋梁辈出，广播的天地非常广阔。作者说他选择这项工作很幸运，这是一种真切的体验。天下事大抵是有为革命有追求，有作为则是幸运，对人民有奉献更是幸运。我祝愿作者在创业的道路上取得更大成功。

写了这么一长篇，好像只是开了个头，言犹难尽。说不上什么序，只是聊表一点个人的体验，或许是一种同行的感应吧。何如长话短说，归结为四个字：贵在求索。以兹共勉。

# 目 录

|              |     |
|--------------|-----|
| 序 贵在求索 ..... | 高 宇 |
|--------------|-----|

## [传播研究]

|                     |    |
|---------------------|----|
| 迈向 21 世纪的现代广播 ..... | 3  |
| 重视广播资源的开发利用 .....   | 26 |

## [新闻改革]

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 面对挑战 .....                | 43 |
| 东广新闻的创新思路 .....           | 48 |
| 竞争与合作 .....               | 62 |
| 广播改革新构想 .....             | 70 |
| 广播新闻评论管窥 .....            | 81 |
| 角度·观念·环境                  |    |
| ——关于广播评奖 .....            | 87 |
| 主持人时代与文化超越的呼唤             |    |
| ——第二届全国 10 佳主持人初选印象 ..... | 95 |

## [编辑手记]

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 广播新闻节目的编排艺术 ..... | 107 |
| 早新闻节目的编排艺术 .....  | 116 |
| 早新闻节目编排续谈 .....   | 124 |

|               |     |
|---------------|-----|
| “大刀阔斧”和“手下留情” | 134 |
| 及时提供“稿外背景”    | 138 |
| 新闻和新闻节目       | 140 |
| 新闻的真实性和可信性    | 143 |
| 深化经济报道随想      | 145 |
| 来一些“禁用词汇”     | 150 |
| 编辑断想          | 153 |
| 以勤制偏 认真把关     | 162 |

## [作品评议]

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 蒋孙万录音报道艺术特色初探       | 167 |
| 蒋孙万谈广播              | 181 |
| 蒋孙万先生的笑声            | 191 |
| 超越自我                |     |
| ——记蒋孙万              | 194 |
| 醇的声音 醇的人品           |     |
| ——记陈醇               | 202 |
| 具有浓郁时代气息的生活画廊       |     |
| ——析朱慰慈的人物专访报道       | 209 |
| 新奇含蓄 文约意丰           |     |
| ——析《企业经营自主权的活力》     | 214 |
| 贵在有个性有新意            |     |
| ——分析三篇同一题材报道的导语     | 218 |
| 对比在新闻写作中的运用         |     |
| ——评通讯《墙里开花墙外香》      | 221 |
| 换一种导语写法             | 223 |
| 重视选好新闻报道的角度         |     |
| ——阅改新华社上海分社供电台专稿的启示 | 226 |



## [节目回顾]

### 跨国联播的新尝试

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| ——记“迈向新世纪的浦东新区”特别节目 .....  | 235 |
| 对江浙 10 市的“全景式扫描” .....     | 242 |
| 经济报道的新尝试 .....             | 248 |
| 我们与东亚运 .....               | 252 |
| “东方大哥大” 沟通你我他 .....        | 264 |
| 为民解忧的特殊热线 .....            | 276 |
| 走向新世纪的舆论创意                 |     |
| ——《我们走向 21 世纪》活动策划笔记 ..... | 295 |

## [海外掠影]

|                    |         |
|--------------------|---------|
| 欧洲广播电视现状一瞥 .....   | 303     |
| 澳大利亚、新西兰传媒见闻 ..... | 314     |
| 日本同行谈采访 .....      | 322     |
| 全新的体验(代跋) .....    | 尹明华 326 |

## [附文]

### 讲述老百姓自己的故事

|                             |        |
|-----------------------------|--------|
| ——记首届韬奋新闻奖获得者尹明华 ... 张玉兰 刘扬 | 330    |
| 东方新闻第一人                     |        |
| ——记大陆著名新闻编辑尹明华 .....        | 威廉 335 |

# 传播研究



## 迈向 21 世纪的现代广播

电脑专家流行着一种说法：不怕做不到，就怕想不到。只要想得出的东西，电脑几乎都能帮助你达到目的。

一些想法就这样产生了。即使暂时无法做到也罢。

### “规模效应”和“规模成本”，战术步骤和战略认识

也许用不了多久，我们会对今天所热衷追求的东西进行反省，并重新投入力量进行修正。诸如一个发射功率有限的地方电台，它的规模是否越大越好？怎样的规模形式，才能既确保传播的影响，又能拥有较为雄厚的经济实力？

进入市场化的中国传媒既从计划经济的脱胎换骨之中获得了巨大的收益，同时也感受到了无情竞争的种种压力，尤其是广播传媒。中国现有的 1200 多家电台，除了京、津、沪、粤等经济发达地区的电台经济收入尚可外，90% 以上的电台均不同程度地陷入空前的“经济危机”之中，有不少省级电台，甚至连台长每月的电话费报销都发生困难。于是“逼良为娼”，对记者、

编辑搞“经济承包”、“巨额回扣”，节目的“政治要求”不得不“屈从”于“经济要求”。全国各地每年召开的各种形式的台长会，交流的重点无一例外是“经济问题”。

沿海发达城市的广播电台借助于所在地区经济发达和人文素质的优势，广播改革和事业发展同步进行，尚无“山穷水尽”的压力。但是，倘若我们低估了印刷传媒和电视业的巨大发展潜力，依然沉浸于“早上广播，白天报纸，晚上电视”的所谓“三分天下”的格局优势中，以为信息革命的发展没有改变这种状况的可能，也许我们将出现战略上的严重错误。

作为一种独特的传播方式，广播固然有电视、报纸无法替代的作用和功能。但如果不重视强化功能，其影响却有日渐萎缩的可能。中国的电视业发展尚处在“初级阶段”，全国目前没有一家“全天候”播出的电视台。即便如此，在与报纸、广播的竞争中，电视已遥遥领先，独占鳌头。据中国人民大学去年关于传媒调查的一份报告显示，在了解国内外大事的第一消息来源中，电视占 50.5，报纸占 38.9，广播仅占 8.1。在了解新思想、新观念、新知识的主要来源中，报纸 43.6，电视 18.1，广播仅 2.1。广播与其他两种传媒的差距是显而易见的。可以想象，假如电视进一步发展成为 24 小时的全天候播出，进一步强化新闻播出，广播的受众面将会进一步萎缩。

印刷传媒具有信息量大、定向选择的优势，同时具有电子媒介无法比拟的保存性、便览性与集纳性的特长，因而在深度方面较能满足人们多样化的个性需求。随着信息革命的深入，报纸介入电子领域已成必然趋势。有人预言，21 世纪全球风行电子报，这种报无需纸张，无需印刷，无需发行，谁欲知天下事，只须打开电脑，按下特定键，随时都可以从荧屏上看到全世界成千上万种、各式各样的新闻报道以及广告，而且有声音，有画

面,有色彩,还能储存、追索、任意复印。如果读者有兴趣,还可以通过电脑、电话与编辑部进行双向交流和参与编辑工作,从根本上改变长期以来只能“被动接受”的局面。

据统计,今天全美国有近万家报刊。许多家报社已在积极筹划抢出电子报,以争夺这一新兴的多媒体市场。据权威的新泽西凯尔西媒体顾问公司披露,1989年,仅有42家报社加入电子企业,研究发展电子报,到去年年底,已增至3000家。如《亚特兰大宪法报》、《底特律自由报》、《芝加哥论坛报》等,都在全国性的大资讯服务线里开设“窗口”,播放自己的版面;《纽约时报》也开设了专题节目,提供娱乐和文艺性服务;《华盛顿邮报》也在去年秋天推出了自己的电子新闻版。在英特耐特的国际电脑网中,据称全球已有2000多万个用户。

电视天然地具有画面和声音两种传播手段,报纸的发展趋向十分明显,将融合电子媒介的声、画优势。广播怎么办?进入信息社会的现代广播,面对着电视、报纸的有力竞争,难道还是仅仅固守在“声音”的阵地上,单枪匹马地“稍纵即逝”吗?抑或依然固我地仅仅依靠所谓“规模效应”来“壮大声威”吗?

毫无疑问,任何“规模效应”,均要有相应的“规模成本”支出。多开设一个小的节目,多开播一家电台,就要多一份传输费、播出费、制作费、人头费以及其他各种费用的支出。按现行规定的广播收费标准,一般一个小时的新闻节目成本每年约为25万元,专题节目成本约为20万元,除去早上6点到8点时段的新闻黄金时间,一般一小时节目每年广告收入20万元已属相当不错了。扩大播出规模的另一方面是扩大成本支出,这已成为电台难以卸去的财政负担。规模扩大以后收缩难,收缩要受到现行僵硬的“易进难出”用人制度的牵制。以传播信息为主的广播传媒每天吸收、播发着大量的新鲜的社会事件,包括在

进入市场经济的轨道以后,社会各个领域所采取的积极的用人机制。但是毋庸讳言,广播电台本身却未从这些有价值信息中吸取“营养”,从而形成自身的、适合市场经济规律的运作机制,这是很难让人理解的。

有幸考察了日本、法国、卢森堡、德国、美国、澳大利亚和新西兰的广播媒介,一个很深的印象是,这些国家的一些地区电台,很少有 24 小时的播音,人员一般在 20 多人左右,工作效率极高,一个主持人同时兼任编辑和一定的采访工作,熟悉电脑操作技能。当然这些新闻从业人员的薪水也较高,是一般社会工作的二至三倍。如德国柏林的卢森堡电台分台的一位新闻负责人就说,他在这个岗位上工作数年后,有了一定的财富积累和社会关系,就不准备再干了,尝试经商,因为干新闻工作太累了。但是对于一个人的今后来说,这一份经历很重要。新西兰太平洋电台主持人皮埃尔先生同时是电台的主管,这家每天播出 20 小时的电台连同技术人员在内不足 20 人。皮埃尔先生在经营和广泛的社交之外,每周六 18 点至 24 点,要连续主持 6 小时的节目。澳洲悉尼的一家华语电台也仅 20 人左右,每天播出达 20 个小时的节目。在他们听来,300 多人的电台规模,是不可想象的。百人以上的“托拉斯”式的大型电台,在国外也有,但一般都是跨国家或跨地区的。如卢森堡电台在法国、德国等欧洲地区设有数百家电台。日本的 ABC 在全国设有分台,新西兰国家电台在全国设有分台。在国外广播同行看来,在地区范围设立统一经营的多个分台,等于是自己削弱自己的力量和影响,因为任何听众只有两个耳朵,不可能同时收听两套节目。在一个地区或一座城市,广播听众是一个大致的恒量,不可能因为多开设一家电台就会多出一倍甚至几倍的听众,除非有特别重要的新闻报道或是节目办得特别好,否则,电台越多,听众越是

分流。收听率高低是广播财富的“晴雨表”，听众越少，广告投入就越少，但是节目成本是“低”不下来的，如此循环。中国内地的许多电台，从 80 年代末起，纷纷效仿广东台，推出新闻、经济、文艺等系列台模式，最终一个个成为经济包袱。至于广州、上海、天津等沿海城市电台的系列模式都呈良性发展，主要得益于地区经济基础。一旦地区经济发展出现波折，新闻媒介中的广播传媒会首先受到影响。

由此可见，搞广播的“规模效应”仅仅是一种“战术步骤”，在一定阶段成功实施以后，断不能“持续不断”，甚至进一步进行“规模投资”，否则将会造成“战略失误”。迈向新世纪的现代广播，理应审视市场经济、信息革命和广播在媒介竞争中的不利地位等客观条件，确立一种全新的与社会发展相对应的战略认识。

## 现代广播发展取决于对现代信息技术的回应程度

1995 年 9 月，英国广播公司开设的全球首家数码广播电台在英国开播，这被誉为开创了“21 世纪广播的新纪元”。

这套正式投入使用的数码广播系统是由欧洲广播机构和各广播设备联合组织共同开发的“尤里卡 147”系统。该系统有以下优势：收听质量高，用户收到的数码广播信号极为清晰，就像在家里收听自己播放的激光唱盘一样；适应能力强，听众无论是在急驶的轮船上还是在飞奔的汽车上，都能收到同样稳定的高质量信号。此外，它不需要大功率的发射机，可以有效地扩大覆盖范围。英国广播公司从去年 9 月份开始在它的一至五台中全部开始数码广播，预计在三年内覆盖全国 60% 的人口。

据称继英国以后，世界各国大的制造商将大规模进入数码



广播市场。法国、德国、瑞典和瑞士也于去年底相继开始数码广播服务,丹麦和卢森堡将从今年起开始数码广播服务,芬兰、挪威、葡萄牙等将从1997年开始。另外,美国、加拿大和日本也在研制各自的数码系统,这些系统将在2000年前投入使用。

这是一种趋势——由于信息经济的出现,新闻媒介必然要进行媒体结构的重新调整和信息资源的优化配置,因此不能不对现代信息技术作出积极的回应。

新闻媒介要满足来自经济基础和上层建筑的不断增长的需要,就得适应生产力的发展,尤其要适应作为第一生产力的科学技术的发展。现代信息技术是生产力发展水平的一个重要标志。目前,世界上越来越多的国家都十分重视发展现代信息技术。英国广播公司研制的数码广播,扫清了声音传播的障碍物干扰,使人们在收听节目时能真正享受到一种美感。我们可以结合我国现在的广播收听效果,来认识这一新技术的意义。以上海广播为例,990千赫节目在上海西南方向常受干扰,792千赫节目在东北方向音质不清,1422、1197千赫的节目更是含混不清。再好的广播和音乐,在传输干扰的背景下,无论如何都会影响收听效果的。调频节目的收听效果要好些,但依然有很强的方向性,与激光唱盘的收听效果完全不能等同而语。CD市场的日渐扩大,必将对“技术落后”的广播收听效果产生极大的冲击影响。

提高广播传输技术的效率和质量,是发展现代广播的前提。据称日本已成功地进行了100亿比特/秒·100万公里的光孤子传输实验,由于采用了高速光调制器及光滤波器,直接进行光信号的放大和调制,而不再进行光电信号的转换,有效地减小了由于噪声作用产生的波动,控制了光孤子的牵制效应,从而实现了光孤子信号在传输相当于百万公里的距离后波形