

海峡文艺出版社

◆ 颜纯钧 著

21世纪文化传播书系

记述与呈现

现代传媒写作

XIANDA
CHUANMEI
XIZUO

21世纪文化传播书系

◆ 颜纯钧 著
海峡文艺出版社

记述与呈现

现代传媒写作
XIANDAI
CHUANMEI
XIEZUO

图书在版编目(CIP)数据

21世纪文化传播书系/记述与呈现——现代传媒写作/颜纯钧著. —福州:海峡文艺出版社,2003.10
ISBN 7-80640-820-7

I. 2… II. 颜… III. ①数学技术—应用—传播—研究②计算机网络—应用—传播—研究 IV. G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第011084号

记述与呈现——现代传媒写作

作者:颜纯钧

责任编辑:林滨

出版发行:海峡文艺出版社

社址:福州市东水路76号14层 邮编:350001

发行部电话:0591-7536724

印刷:福州市晋安文化印刷厂 邮编:350012

开本:850×1168毫米 1/32

字数:200千字

印张:8.25 插页:2

版次:2003年10月第1版

印次:2003年10月第1次印刷

ISBN 7-80640-820-7/I·546

总定价:180.00元

本册定价:18.00元

如发现印装质量问题,请寄承印厂调换

目 录

第一章 绪论	(1)
一 走向现代的传媒	(1)
二 写作作为一种活动	(6)
三 现代传媒与写作活动	(10)
第二章 总论 基本理念	(12)
第一节 注意力	(12)
一 现代传播环境	(13)
二 “眼球大战”	(18)
三 “注意力经济”	(21)
第二节 文稿第二	(23)
一 前期性	(25)
二 转换性	(28)
三 共生性	(31)
第三节 受众本位	(37)
一 受众置于本位	(37)
二 从记录、交际到传播	(41)
三 可信度	(45)
四 亲和力	(48)
第三章 传媒语言	(52)
一 记述性	(52)

二	从语义信息到有效信息	(61)
三	有效信息的增殖	(65)
第四章	传媒策划与写作	(70)
第一节	传媒策划	(70)
一	什么是传媒策划	(71)
二	选题策划	(75)
第二节	创意	(82)
一	什么叫创意	(82)
二	创意诸要素	(83)
第三节	策划案的写作	(91)
一	文体特征	(92)
二	策划案的结构	(93)
第五章	采访与检索	(107)
第一节	可能性空间	(108)
一	案头工作	(110)
二	寻找和落实采访线索	(113)
第二节	不确定性消减	(117)
一	采访前的准备	(119)
二	现场的观察与感受	(123)
三	人性化采访	(128)
第三节	提问的艺术	(133)
一	考虑对象与内容	(134)
二	注意引导	(138)
三	善于应变	(140)
第四节	资料检索	(143)
一	文献资料	(144)
二	利用工具书	(149)

三 检索的步骤·····	(152)
第五节 访谈和谈话·····	(157)
一 访谈和谈话中的采访·····	(159)
二 问题大纲与文稿写作·····	(161)
第六章 传媒文稿的写作·····	(166)
第一节 新闻知识·····	(166)
一 新闻之新·····	(166)
二 新闻的特性·····	(169)
三 新闻的要素·····	(182)
第二节 消息文稿·····	(186)
一 消息的题材、主题和角度·····	(187)
二 消息的构成·····	(192)
三 消息的视听化处理·····	(206)
第三节 专题片文稿·····	(210)
一 定义·····	(210)
二 专题片的类别·····	(212)
三 专题片的写作·····	(225)
第四节 纪录片文稿·····	(236)
一 纪录片的形态特征·····	(238)
二 题材与主题·····	(242)
三 叙事·····	(248)

第一章 绪 论

人类写作的历史可以一直追溯到原始时期。它与文字的历史一样久远。当早期人类在龟甲和兽骨上刻下最初的一些记事符号时，写作活动就开始了。最早的“甲午卜，今日王逐麟。”之类的记载，便既是历史的写作，又是写作的历史。几千年过去，人类还在延续着写作的活动，续写着写作的历史。

作为一种传播信息的手段，今天的写作活动正发生深刻的变化。在工艺的层面上，电脑打字以其便捷、高质的优势被更多的写作者所采用，并日益深入普通人家；在媒介的层面上，写作活动则广泛地和广播电视等现代媒体的传播结合在一起，共同建构当代生活的跨媒体的传播环境。写作这一古老的人类传播手段，在现代社会不是被取而代之，而是被结合到全新的传播秩序之中，并因此获得了新的生命。

一 走向现代的传媒

现代社会可以从不同方面加以定义。每一种定义都涉及时代的某种特征或本质，比如全球化时代、后现代时代、数字时代、信息时代、网络时代……如此等等。

当我们说人类社会进入传媒时代的时候，它指的是这样一种特征或本质——在当今时代，人类的生活已经在极大的广度和深

度上被现代的传播媒介所包围、所影响。人类的生活已经越来越离不开传播媒介了。打电话、看报纸、听广播、看电影、看电视、上网……很难想像，谁能在一天里不从各种传播媒介那里获取各种外部的信息，没有这些信息，人们甚至已经无法正常、健康、愉快地生存了。当然，这还不是全部，尽管信息的获取对人的生存是如此重要，但传播媒介却不仅仅是提供信息而已。传播媒介已经深刻地介入人类的生活领域，塑造了人们的生活方式，建立了人们的生活秩序，改变了人们的生活习惯。

1964年，马歇尔·麦克卢汉在他的成名作《理解媒介》中提出了著名的“媒介即信息”的观点。这个观点曾经在几十年的时间里出现理解上的混乱，引起很大的争议。一般理解，媒介只不过是一种传播工具，一个把“内容”装进去的容器，它本身怎么可能又是“信息”呢？表面上看，这确实是个问题。然而，从更抽象的意义上看，信息并不仅仅是消息、知识等涉及实在内容的含义，它更是描述接受者状态改变的概念。一个很简单的例子，比如你从电视的天气预告中知道今天有雨。在未获得这个信息之前，你是一种状态，在获得这个信息之后，你就把雨伞随身带了——你的状态发生了根本的改变。根据信息论所提供的解释，所谓信息指的是某种不确定性的消除。也就是说，当接受者接受了某个信息之后，原先存在的某种不确定性消除了，他的状态也随之改变，和过去不一样了。所以，只要他的状态因为来自外部的影响而产生相应的改变，都可以称之为获得了信息。当电视机出现之后，你原本用于看报的时间都用来看电视了；当电脑出现之后，你不再写信而只发邮件了，你的生活被这些外部的媒介环境所包围、所影响、所刻画、所造就，你的生存状态发生了深刻的变化。所以，麦克卢汉才这样解释“媒介即是信息”——“因为对人的组合与行动的尺度和形态，媒介正是发挥着塑造和

控制的作用”。^①

所谓传媒时代，指的正是这样一个意思：今天，已经不仅仅是传播媒介在为我们服务，在给我们提供各种消息、知识了，而是反过来，人类本身已经深深陷入了由现代传播媒介所罗织的大网之中，无法逃脱了。这张大网规定了人类怎样来安排自己的生活，怎样想像与认识所生活的这个世界，怎样对周围环境作出自己的反应，总而言之，它重新塑造了人类。于是，如果不了解现代传媒，自然也无法了解今天的人类和人类的生活。

现代传媒是相对于传统传媒而言的。它们之间的区别表现在诸多方面。

首先，是在传播的介质方面。任何一种传播活动都需要借助一定的物质形式，才可能使施信与受信的一方建立关联。传统传媒采用的介质是纸张，而现代传媒采用的介质是电子。纸张的出现使人类结束了口传文化的时代，纸张的出现也使各种典籍得以保存与流传。但是纸张这种介质却不如电子这种介质在传播的速度、范围、质量、容量等方面更具有优势。最明显不过的就是对一些突发性事件的新闻报道。一则消息被受众所了解，采用纸质媒介传播必须经历采访、撰稿、编辑、审查、印刷、发行、购买等流通环节，采用电子媒介甚至可以在现场直播。发生在美国纽约的“9.11”事件，在数小时之后传遍整个世界，就是借助于电子这种介质才成为可能的。

其次，是在传播的符号方面。任何一种传播活动都必须借助一定的符号形式，才可能把无限丰富的信息内容装入相对有限的符号编码系统之中，再通过受信者对符号的认知与读解，把信息从符号中转换出来。信息的传播无一例外地经过了符号的语符和

^① 麦克卢汉：《理解媒介》第34页，商务印书馆2000年版。

语义之间的互逆转换才可望实现。这就像打电报，先把电文的每个文字转换成4个依序排列的数字，再把数字转换成特别频率和长短不一的电波，当电波被对方接受之后，再依据原先的约定逆转换成依序排列的数字，再把数字逆转换成电文的文字。所以，符号意义的事先约定，是信息传播得以借助符号形式实现的前提和基础。符号形式在信息的传播中承担着重要的作用。传统传媒的符号形式是语言文字，现代传媒的符号形式则更多的是图像与声音。必须指出，现代传媒并不是完全排除语言文字的，而是把语言文字从印刷文本中解放出来，用图像与声音的形式来表达。比如电视这种现代传媒同样不能没有语言文字，但语言文字在电视中只有两种存在形式：一是字幕，它已经变成图像画面的一个组成部分或表现形态；一个是口播或解说，它已经变成声音的表现形态。

最后，是在传播的媒体环境方面。任何一种传播活动都有相应的媒体形式，这些媒体形式构成了传播的环境。传播的媒体环境不仅影响施信与受信之间所建立的关系，而且影响传播的方式、秩序、效果，以至参与建构整个社会的基本形态。传统传媒的媒体环境是平面的。这里的平面不仅是指它的印刷文本通常是平面的媒体，而且还指它的构成是单一的。现代传媒的媒体环境并不是简单地以电子媒体去取代纸质媒体，而是把纸质媒体包容在自己之内。时至今日，纸质媒体在现代传媒时代不仅没有消失，而且正在发展自己。大量的报纸媒体、文字杂志都在建立网络版就是一例，而电视台、广播电台也纷纷在建立网站。现代传媒把纸质媒体、电子媒体和网络媒体统辖网罗在一起，建构起一个多层次、多元化、交叉共生的多媒体环境。

正因为现代传媒已经与传统传媒有了诸多本质上的区别，当今人类才会感到越来越被掷入一个被现代传媒所包围的生活环

境。电话、录像、录音、报纸、杂志、招牌、招贴、广播、电视、电影、网络等不同的传播手段与方式已经进入了家家户户。每个人在每一天里都一再地遭遇到这些传播的手段与方式。现代人已经不可能脱离现代的传媒环境而正常、健康地生存和发展了。反过来，现代传媒也在与人类生活的密切结合中产生一些共同的特征与趋势。

首先，现代传媒越来越具有大众化的特点。这是因为，在图像时代正逐步取代文字时代的情况下，接受传媒信息已经不再只是知识者的专利。图像与声音的认知不像文字的认知那样，需要以相应的受教育背景来作为支持，而网络传播的出现更以其互动的大众喧哗式的传播特点，吸引更广泛的受众参与其中。另一方面，不同的传播媒体在竞争激烈的市场环境中，基于自己生存与发展的需要，也都在致力于降低自己的门坎，以最大限度地扩大自己的受众范围为最高目标。所以，现代传媒也叫大众传媒，就是这个道理。基本的共识表现在：现代传播不能不对大众的文化权力表示足够的尊重。掌握在大众手里的报刊订阅单、收音机旋钮、电视机遥控器、电脑鼠标等就是体现他们文化权力的武器。

现代传媒也越来越具有一种商业化的特点。尤其是在当代中国，伴随着改革开放，整个国家从计划经济走向市场经济，原本作为意识形态部门的主流媒体，在承担宣传教育的社会责任之同时，也在加大商业运作的力度，探索与市场结合的各种途径与方式。这一方面与媒体的自主经营改革有关，更与媒体努力扩大受众范围的目标有关。因为今天的受众同样是在市场的环境中生存的，这个大环境在很大程度上改造了他们对信息的需求与对审美的趣味选择。另一方面，更多的民间传播机构正在市场环境中诞生。它们的经济来源更不可能依靠政府拨款，而只能依靠广告收入。而广告商则是以权威调查机构所提供的报纸发行量、电视收

视率、网络点击率等数据来决定广告投放的方式与力度的。在全球化到来之际，西方传媒集团纷纷抢滩中国的传媒市场。这个前景势必会给中国传媒运作的策略与方式带来深刻影响。现代传媒越来越具有商业化特征是可以肯定的。

在比较深入、比较全面地认识了现代传媒之后，进一步去了解现代传媒中大量存在的写作活动就成了一种必要。

二 写作作为一种活动

写作是人类在漫长的实践中逐步发展起来的一种融合了智慧、情感、意志力、才干、技能等多方面素质的实践活动。对大学生，特别是文科大学生来说，写作更是受教育者必须具备的一种基本技能，它贯穿在整个国民教育系列之中，而且按照一种循序渐进的方式来展开。

在小学阶段，一个学生要从识字、造句、述段、组章，这样从低到高、由浅入深、自易而难、先简后繁的阶梯式的写作学习过程。这样一步步展开的写作技能的学习过程，从基本上说是从对写作成品——即文章的感性认知开始的。也就是说，在传授写作知识时，小学阶段不是着眼于写作的复杂过程，而是先掌握文章的基本构成单位与构成层次。这里包括字、词、句、段、篇章等不同层次，以及开头、结尾、层次、段落等不同部分。虽然小学语文课也涉及多种文体，但从写作教学的要求看却并不着眼于文体知识方面。小学生只需了解一篇文章是由哪些现成的东西来组成的，要写一篇文章要先学会哪些基本的技能大致也就可以了。

到了中学阶段，对写作学习的要求相对提高了。概括起来有三个方

写、说明、议论和抒情，要学会写作首先必须学会选择和运用恰当的语言表达手段；其二，是写作一篇文章的基本构成要素——材料、主题、结构、语言等，这不是文章的外部构成，而是内在构成，它要求写作者对写作过程有更为自觉的控制能力；其三，是写作活动所采用的文体形式——记叙文、说明文、议论文。它要求写作者建立文体的形式感觉。

那么，进入大学阶段之后，写作学习又主要着眼于哪些方面的提高呢？

可以先思考一个问题：在中学学过的三种文体——记叙文、说明文、议论文，除了在学校里，在课堂上，还可以在别的地方看到吗？比如报刊，比如内部文件，比如私人写作（信函、日记等），一般都看不到这三种文体，而是比这三种文体在分类上更具体、更规范、更严格的一些文体。任何一本文学杂志，都只能看到有小说、散文、随笔、诗歌等文体；任何一本理论杂志，都只能看到论文、书评、笔谈、杂感等文体；任何一份报纸，也都只能看到新闻、通讯、调查报告、社论、短评等文体……在面对公众传播的各种报刊中，是看不到一般的记叙文、说明文或议论文的；甚至在商店里，我们也很容易看到具体商品的说明、药品的说明、电器的说明，却看不到所谓的一般“说明文”。

那么，为什么在中学学过的三种文体，在报刊等传播媒体上却看不到呢？有一点是写作学习者必须清楚，但时常并不清楚的——记叙文、说明文和议论文这三种文体，通常都被称为“练习性文体”。也就是说，这三种文体都是局限于学生的某个受教育阶段，为写作教学服务，为了奠定他们的写作基础而专门创设的三种文体。它们只存在于小学、中学的语文课和大学的写作课或“大一国文”课中，是专门为讲授写作知识而创设的三种文体。它们只是着眼于为学生提供最初步的关于文体写作的基本常识。

而一旦进入社会实践的领域，这三种练习性文体就被更规范、分化得更具体、更有实用性的各种文体所取代。这就是为什么，在学校之外看不到记叙文、说明文和议论文的原因。虽然在社会实践领域见不到这三种文体，但不难发现，在社会实践领域中实际运用的各种文体，其中都包含着这三种文体作为基础和准备的成分。

那么，大学阶段的写作教学和中学阶段的写作教学，从本质上应该有什么不同呢？著名女作家张爱玲曾经回忆过：“中学读书时，先生向我们说：‘做文章，开头一定要好，起头起得好，方才能够抓住读者的注意力。结尾一定也要好，收得好，方才有回味。’我们大家都点头领会。她继续说：‘中间一定也要好……’还未说出所以然，我们早已哄堂大笑。”^①先生的写作教学存在的问题，就在于只讲出要写好，而没有讲出怎么才能真正写好。固然，这是一个比较蠢笨的先生，但中学阶段以“练习性文体”为中心来实施的写作教学，从根本上决定了学生写作的一种不可改变的性质：它是以语文老师作为惟一的授命者和惟一的读者的。

在这里，有必要区分两个概念：写作行为和写作活动。

所谓写作行为，是指一个写作者拿起笔来，在稿纸上写下一连串的文字符号，并建构起一篇文章的那个行为。所谓写作活动，则是指为了达到以文字语言来传递信息的目的，所必须包含的种种活动。

在写作行为中，你只需要依赖你的脑和你的笔就可以了。比如命题作文，看到题目，想一想，就动笔写作了，这是写作行

^① 张爱玲：《论写作》，《张看》第232页，皇冠出版社（香港）有限公司1995年版。

为。然而，写作活动却不是这么一回事。比如，中央台《新闻调查》要做一个关于增值税案的调查《中国第一税案》，自然也要撰写文稿。然而，在一开始，摄制组首先制订的计划是请专家来上课。专家把桌上的烟和茶壶排了几个组合，才让摄制组的成员对增值税有了大体的了解。这是一次增长有关写作对象相关知识的活动。它不是动笔写作的那个行为，但它仍然属于写作活动。如果没有这堂课，有关《中国第一税案》的调查文稿肯定没有如此深刻，如此精彩。可见，接受知识也是这次写作活动有机的一部分。再比如，著名的纪录片制作人吴文光曾经在1998年与一个称为“远大歌舞团”的流动演出大棚一块生活了多年，拍摄了后来影响广泛的纪录片《江湖》。甚至在后来还一直保持着和该大棚的联系。这其中，动脑和动笔只是构成此次写作活动的一个环节，更多的时间和精力却花在了与流动演出大棚一块走南闯北，一块吃、喝、拉、撒、睡的过程中。它虽然不是直接行文的写作行为，但没有它却不可能有这部纪录片文稿的写作行为。所以，《江湖》的纪录片文稿而言，它也应该被归入写作活动的范围。

总的来看，一次写作活动可以包括两个基本的方面：写作之内和写作之外。写作之内指的是与操作及驾驭文体、语言、书写等行为有关的方面；而写作之外则是指掌握相关的知识、资料、从事相关的交往与实践等对写作行为有直接或间接影响的方面。这就是陆游所谓的“汝果欲学诗，工夫在诗外”。

在大学阶段，写作教学所承担的任务，便是不仅要讲授“写作之内”，更要讲授“写作之外”，也就是涉及整个写作活动过程的规律与知识。

三 现代传媒与写作活动

所谓现代传媒写作，可以从几个不同的意义上去认识：

其一，现代传媒写作就是为现代传媒服务的写作。在广播电视这些现代传媒上，文稿写作仍然是构成各种节目或栏目的制作中不可或缺的一个部分。新闻报道需要写作新闻稿，专题片、纪录片的拍摄也需要有专题片文稿和纪录片文稿，谈话节目、调查节目同样需要有问题大纲、调查大纲之类的文稿来作为制作流程中的一个环节。一篇现代传媒的文稿写作，究竟是好还是不好，不是由其本身的写作水平来决定的，而是由这篇文稿所发挥的影响节目或栏目制作的功能来决定的。有时候，文稿本身写得很漂亮，但因为不理解广播、电视这些现代传媒的节目或栏目的制作流程，不理解现代传媒的传播规律，不理解现代传媒的受众需求，即便文稿本身写得再漂亮，也算不上是一篇好的文稿。

其二，现代传媒写作又是为现代传媒所规范的写作。在广播、电视等现代传媒中，媒介形式本身对文稿的写作本来就有各自不同的要求。广播和电视这两种现代传媒，本身在形式上就是很不相同的。这种不同当然会对文稿的写作产生影响。即便是一则报纸新闻，它要放在报纸的头版头条或是别的版面，在写作上也是有所不同的，因为这里可能有篇幅问题，有报道的详尽程度要求不同的问题，引起关注的内容不同的问题。在电视上，因为有画面，有同期声，有导入语，文稿写作本身不是节目或栏目的全部，而是其中的一个构成部分，自然也不可能和报章文体完全相同。特别是广播、电视上的各个节目和栏目，都有自己特定的形态特征，这些形态特征不仅限制、规范了节目和栏目，同样限制、规范了文稿的写作。

其三，现代传媒写作又是为现代传媒所控制的写作。现代传媒，不管是掌握在政府手里还是掌握在财团手里，它都是受控制的。这就决定了现代传媒的写作免不了要接受现代传媒的使命，并在写作完成之后接受审查。西方学者戴安娜·克兰曾指出：“莫洛奇和莱斯特提出了新闻媒体选择信息的一种有用的模型。他们并不认为选择供新闻报道的事件是建立在评价这类事件相对重要性的客观标准的基础上，而是认为选择新闻题材实际上是由记者四处寻找新闻的方式所决定的，而不是由事件本身的特征决定的。换句话说，选择新闻题材——无论是成为新闻的题材，还是硬性规定为新闻的题材——受到新闻机构的要求和惯例的引导，而不受事件真实情况的引导。”^① 一般来讲，现代传媒写作究竟写些什么，是不可能完全按照写作者自己的意愿去进行的，相反的，往往是在授命之后按照媒体的报道要求去写作。此外，审查也变成现代传媒写作活动的规律之一。一个现代传媒的写作者只能把这种审查制度看作是写作的规律之一，他才能有更多成功的把握。当然，这种审查包括委托人、编辑、宣传部门、意识形态部门等。应付审查成为写作过程中必须考虑的一个环节。在现代传媒中，审查是多方面的，多层次的。只有承认它是一个现实的处境，写作者才可能进一步把它转换成一种规律的形态来实施有效的控制。

^① 戴安娜·克兰：《文化生产：媒体和都市艺术》第15—16页，译林出版社2001年版。