

大學用書

實務介紹

趙俊邁著

三民書局印行

媒 介 實 務

趙 俊 邁 著

學歷：中國文化大學新聞碩士

現職：東吳大學專任講師

文化大學大眾傳播系講師

民聲日報主筆兼台北採訪組主任

三 民 書 局 印 行

G 21
 ZJM
 43788
 491頁

行政院新聞局登記證 版業字第〇二〇〇號

中華民國

三民書局

著者	趙俊邁	發行人	劉振強
出版者	三民書局股份有限公司		
印刷所	三民書局股份有限公司		

臺北市重慶南路一段六十一號
 郵政劃撥九九九八號

媒介實務

基本定價伍元叁角叁分

中華民國七十一年二月初版

前 言

大眾傳播事業，隨着科學技術的日新月異，不斷地進步發展，傳播的媒介和有關的從業人員所具有的影響力，亦迅速加大。在美國，屬於大眾傳播媒介的電視、報紙、雜誌、廣播及電影，據「美國新聞與世界報導」連續七年的全國性調查顯示，都列名於最有影響力的二十名機構之內，成了美國有組織的四巨頭之一。這四巨頭是：政府、大企業、工會和傳播媒介。

然而，在此同時，由於美國新聞媒介在商業經營制度下，市場決定一切的自由競爭，少數新聞傳播人員便不免專走偏鋒，過度強調黑暗、醜聞和聾人聽聞無足輕重的瑣事，甚至虛構事實以求倖進，將新聞曲解、渲染，並予主觀個人化，反而忽略了新聞從業人員所應有的高度的道德心——公正、開明和誠實。尤其是最近一連串的事件，使得新聞界的信譽受到嚴重的打擊，這些事件，包括專欄作家卡諾揭露一名前「時代」雜誌駐西貢記者其實是一名北韓間諜，獲得一九八一年「普立茲特別報導獎」的一篇報導被發現是捏造的，以及去年美國總統大選中新聞托拉斯壓抑一切有利於雷根的報導的傾向等等。

當此彼邦民衆對傳播媒介發生「信任危機」的訊號時，我國的多位新聞先進和學者們亦高聲呼籲，忠告年輕的新聞從業人員要具備公正無私的精神，服務社會的精神，興善除惡的精神與創造革新的精神。如中國記者信條所說，一本善良純潔之動機，冷靜精密之思考，確實充份之證據，而是是非非，而善善惡惡，擔負起偵察環境、協調正反和傳衍經驗的責任。並且，更因之以建立起傳播工作者新的形象，使社會對傳播工作者有更正確的認識，以期使傳播工作者更為社會大眾所敬重盡其做

2 媒介實務

人民耳目喉舌的天職，而為國家民主，全民自由，奠定更鞏固之基礎。

本書之成，是本於今日對於新聞學與大眾傳播學有興趣的青年學子日益增多，許多其他科系的學生亦有興趣選讀傳播媒介有關的科目，而社會上的各行各業對於如何運用傳播媒介，也日益重視。故書中討論的範圍，包括有報紙、廣播、電視和電影四大媒介，其中尤以最具傳遞消息，形成輿論，傳播知識，且能形成學術性文獻資料等功能的報紙媒介為主。討論的內容，主要是運用各媒介的「實務」，深入淺出，概括性的介紹，除本科系學生外，其他科系的學生和社會人士，亦能易讀。

作者謹識

民國七十年十二月

媒介實務目次

前言

第一篇 報 紙

第一章 從報紙在大眾傳播媒介中的地位 看報紙的功能

第一節 緒 論.....	1
第二節 影響報紙地位的因素.....	2
第三節 報紙具有的功能.....	8

第二章 報紙的內容

第一節 新 聞.....	12
第二節 新聞評論.....	12
第三節 照片與漫畫.....	20
第四節 副刊、專刊和週刊.....	23
第五節 廣 告.....	25

第三章 新聞的涵義及價值衡量

第一節 新聞的涵義·····	29
第二節 新聞價值的衡量·····	31

第四章 新聞的來源

第一節 採訪記者·····	40
第二節 通訊社及資料供應社·····	44
第三節 資料室及其他新聞來源·····	50

第五章 新聞的分類與處理

第一節 新聞處理的基本法則·····	53
第二節 區域新聞的分類與處理·····	55
第三節 新聞的學科分類與處理·····	59

第六章 新聞採訪與編輯政策

第一節 擬訂採訪與編輯政策的根據·····	67
第二節 新聞採訪與編輯政策的探析·····	71

第七章 新聞採訪技術

第一節 採訪的合作與分工·····	75
第二節 採訪的準備·····	78
第三節 採訪的進行·····	81

第八章 新聞寫作

第一節	構成新聞的要素·····	89
第二節	新聞寫作的行文結構·····	92
第三節	導言和軀幹·····	98
第四節	新聞寫作的分類·····	104
第五節	新聞寫作的格式·····	107

第九章 新聞編輯

第一節	編輯的合作與分工·····	113
第二節	分稿、核稿與選稿·····	119
第三節	決定規格與整理歸併·····	121
第四節	製作標題與定稿發排·····	123
第五節	校對與付印·····	139

第十章 報紙的印刷

第一節	排 版·····	145
第二節	製版照相·····	154
第三節	晒 版·····	160
第四節	印刷實務·····	163

第十一章 企業化報紙的組織與管理

第一節	各部門的組織與成員·····	171
第二節	「人」的管理——管理規則·····	178

第二篇 廣 播

第一章 廣播基本原理

第一節	廣播的意義與特質.....	195
第二節	音訊的傳遞過程.....	197
第三節	頻率和波長.....	200
第四節	短波、中波和長波廣播.....	202
第五節	調幅廣播和調頻廣播.....	206

第二章 廣播節目製作基本設備

第一節	播音室.....	211
第二節	控制室.....	213
第三節	麥克風.....	214
第四節	附帶設備.....	216

第三章 廣播節目的類別

第一節	新聞節目.....	222
第二節	公眾事務節目.....	225
第三節	綜合節目.....	231
第四節	音樂節目.....	233
第五節	廣播劇節目.....	235
第六節	心戰節目.....	237
第七節	教學節目.....	249

第八節 廣告節目.....	250
---------------	-----

第四章 廣播節目製作

第一節 主要成員.....	255
第二節 節目製作的一般程序.....	260

第五章 導播技術及播音技巧

第一節 導播技術.....	269
第二節 播音技巧.....	285

第三篇 電 視

引 言

第一章 電視與廣播的比較

第一節 名詞與內涵的比較.....	293
第二節 媒介的比較.....	294
第三節 電視事業與廣播事業的比較.....	296
第四節 影響的問題.....	299

第二章 電視體系簡介

第一節 電視基本原理.....	305
第二節 電視圖像元素與掃描.....	308
第三節 電視攝影機與鏡頭.....	309

第四節 彩色電視·····	314
---------------	-----

第三章 電視節目製作人員

第一節 製作人·····	319
第二節 編劇·····	321
第三節 導播·····	321
第四節 導播幕僚羣·····	323

第四章 電視節目製作常用代號與術語

第一節 職稱代號·····	331
第二節 有關鏡頭與畫面的術語代號·····	332
第三節 有關工程部份的術語代號·····	336

第五章 電視節目製作技術要論

第一節 電視劇本的編寫技巧·····	341
第二節 分鏡表的實例·····	366
第三節 特殊效果的製作·····	370
第四節 畫面的切換·····	373
第五節 節目製作的導播口令·····	375

第六章 電視新聞

第一節 電視新聞的製作過程·····	377
第二節 現場實況轉播·····	381
第三節 衛星轉播·····	383
第四節 我國電視新聞的改進途徑·····	385

第四篇 電 影

第一章 電影製片過程

第一節 策劃階段·····	389
第二節 拍攝階段·····	395
第三節 剪輯製作階段·····	399

第二章 電影編劇技巧

第一節 構想故事與撰寫大綱·····	405
第二節 分場劇本的撰寫·····	409

第三章 導演與電影藝術

第一節 導演的基本技術常識·····	413
第二節 導演的表現手法示例·····	423
第三節 形式與內涵——電影藝術的本質·····	424

附 錄

一、出版法·····	431
二、出版法施行細則·····	436
三、臺灣地區戒嚴時期出版物管制辦法·····	439
四、廣播電視法·····	440
五、廣播電視法施行細則·····	446
六、廣播電視事業從業人員管理規則·····	451

七、廣播及電視無線電臺工程技術管理規則·····	452
八、調幅廣播無線電臺工程技術及設備標準規範·····	458
九、調頻廣播無線電臺工程技術及設備標準規範·····	462
十、電視無線電臺工程技術及設備標準規範·····	468
十一、電影檢查法·····	484
十二、電影檢查法施行細則·····	486
十三、電影片檢查標準規則·····	489
十四、中國新聞記者信條·····	490

第一篇 報 紙

第一章 從報紙在大眾傳播媒介中的地位看報紙的功能

第一節 緒 論

無論二十世紀的科學如何發達，人類的傳播行爲，仍然必須經過五個通道——即人類的視官、聽官、嗅官、味官和觸官。而在人類的五官知覺中，使用在傳播工作上最多的，到現在也仍然是視覺和聽覺。因此，傳播技術雖然不斷進步，所運用的符號依舊不離語言、文字、聲音、影像等基本符號的範圍。

由於人類傳播所使用的各種符號，其特性與效能各有不同，於是負載這些符號的大眾傳播媒介，也同樣的具有不同的特性和效能。

一九二〇年，由於美國 KDKA 電臺的成功，廣播事業才開始報導新聞，評論介紹，與接受廣告。因為它傳播迅速，無遠弗屆，效用廣大，所費低廉，受到聽衆們的歡迎，所以曾經對報業帶來威脅。事實上，那種威脅只是心理上的，廣播事業的迅速發展，並沒有對報紙的發行造成不良影響，反而對報業的進步有極良好的催化作用。

電視事業的發展，也是在美國開始。它是一九二六年英人約翰·貝

爾德 (John L. Baird) 所發明。然而，在美國電視事業的發展中，至一九四八年，電視才正式成爲一種大眾傳播的媒介。

因爲電視同時具有傳聲和傳影的功能，是無線電傳播與影像傳真的混合物，在新聞報導方面，佔有極大的優勢。並且，電視還同時具有有聲電影的娛樂效果。所以，在傳播事業中，電視很快就成爲人們新的寵兒，新的生活必需品，而爲二十世紀中葉最主要的大眾傳播媒介，所有其他的媒介都被迫淪爲次要角色。

廣播與電視的發展，擴大了新聞傳播的領域，也提高了新聞傳播的效能。在廣播未出現以前，報紙只能供給人們「看」的新聞；廣播發明以後，大家已可獲得「聽」的新聞，而且比報紙的傳播來得更快；及至電視被發展作新聞傳播的媒介後，大眾更可收到「看、聽」兼有的新聞，並且在今日太空衛星傳播與 ENG (Electronical News Gathering) 技術的幫助之下，電視新聞傳播的速度已經不在廣播新聞之下。

於是，這裏就產生了一些問題：在廣播和電視的雙重壓力之下，報紙將何以自存？它究竟居於怎樣的地位？在今日或未來它的主要功能又是什麼？

這些問題雖然曾經被許多學者所討論，可是在今天看來，它似乎又應該被更加深入地繼續研究探求新的答案了。

第二節 影響報紙地位的因素

太空衛星傳播的發展，自一九六二年七月十日美國發射電星一號 (Telstar I) 成功，迄今雖僅有十八年的歷史，但純就技術觀點而言，此項發展正急速前進。

太空衛星傳播，對於新聞傳播而言，除了諸如廣播與電視的立即現

場轉播國外新聞、電傳打字、圖片傳真等的功能外，最重要的還是在它造成了資訊科學 (Information Science, 或譯為新聞資料科學) 的誕生。

除了傳播衛星，資訊科學的另一重要角色就是電子計算機 (Computer)。電子計算機龐大的負荷量，使指點式 (Digital form) 的大量儲存情報成為可能，並且可以有效地找尋或取回資料。它們的功能，在於擴大資料來源與資料使用間的共同關係。

事實上，許多太空科學家已預測，龐大的資料銀行 (Data banks) 與健全的資訊系統 (即資料交換系統，具有目錄、電子計算機、摘要及傳播等組織) 一旦建立，對於世界性的新聞傳播、資料交換、文化交流、大眾教育等等，都將有極大的助益，所有資料的找尋或取得，將會極為便利。

在新聞傳播方面，目前傳播衛星已經給全世界新聞的交流增加了便利和機會。它不只是給廣播和電視新聞的傳播帶來新的境界，報紙也同樣能分享到它所帶來的利益。如果一位編輯需要世界性的新聞時，也能透過衛星獲得消息。

不過，新聞人員所應先注意的，就是衛星傳播若能進入所謂直接廣播 (direct broadcasting) 時期，資訊系統將能把電視或傳真直接送到每個家庭，而此種接收機只比一般家庭的電視機多出五十美元而已。屆時，對於廣播與電視，人們所了解到的報紙所佔的優勢，如記錄性、保存性、索引性等，是否將會降低或失去意義？

欲回答這一個問題，我們可以從另一個角度來看。

新的媒介雖然來勢汹汹，富有革命性。可是，所使用的符號，仍然不離語言、文字、聲音、影像等幾個基本符號。在這些基本符號當中，閱讀文字仍是攝取情報的最經濟的方法。而且，文字能精確和長久地表達一個意思，具有固定性，不受情緒的影響。有文字，邏輯才能產生，

才能固定。所以，報紙、書刊等印刷媒介，仍舊是人類不可少的，即使是在資訊世界中它可能會減弱了某些意義，但它還是最符合人類的理性需求。因此，我們可以斷言，屬於印刷傳播媒介的報紙，將來必定會繼續存在，並仍有其發展的遠大前途。

目前，報紙在各種大眾傳播媒介中所佔的地位，除了因受一般所了解它的優點和缺點所影響之外，還有一些客觀的因素會影響到報紙的地位。

一、政治因素：以蘇俄而言，因為他們視報紙為一種不可缺少的統治工具，在共黨統治下，沒有民營報紙，所有報紙都是由共黨及政府發行的。因此，報紙的訂價很低，故能普遍發行，尤其是俄共的中央機關報「真理報」，其銷售量有可能是全世界第一。

反之，在阿拉伯回教國家，一方面因為他們對女性的限制很多，女性不能享受教育和參政的權利；二方面是他們篤信回教禮拜儀式，每天要舉行禮拜五次，除了正常工作外，他們幾乎已經沒有閒情逸致可以讀報了。這些因素自然都會影響報業的發展。據聯合國的統計（“Statistical Yearbook”；by UNESCO, 1978-79）顯示，一九七七年阿拉伯國家每千人的閱報率，平均只不過三十份而已。

二、經濟變動：近年來，英國的報業日漸衰微，最大原因之一就是經濟的衰退，通貨膨脹。經濟衰退的現象，不獨反應在廣告主購買廣告的力量，同時也減低國民的購買力（包括購報力），使得全國性的大報發行量都顯著減少。通貨膨脹方面，依據國際勞工組織（ILO）的調查顯示，一九八〇年英國的物價上漲情形，達百分之十五點九，意味着報社使用的進口紙張、油墨和其他各項支出也相對增加，更深刻的加重報業負擔。

相反的，在我國則由於經濟的不斷進步和國民所得的不斷提高，報