



现 · 代 · 传 · 播

MODERN COMMUNICATIONS

RADIO NEWS REPORTS

广播

王文科 著

新闻报道

浙江大学出版社



现 · 代 · 传 · 播

MODERN COMMUNICATIONS

广播

王文科 著

新闻报道

NEWS



浙江大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

广播新闻报道 / 王文科著. — 杭州: 浙江大学出版社,
2002.9

(现代传播丛书)

ISBN 7-308-03139-X

I. 广... II. 王... III. 广播新闻—新闻报道
IV. G212

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 062250 号

责任编辑 李海燕

封面设计 张作梅

丛书责编 李海燕

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

经 销 浙江省新华书店

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江大学印刷厂

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 13.75

字 数 350 千字

版 次 2002 年 9 月第 1 版

印 次 2002 年 9 月第 1 次印刷

印 数 0001—4000

书 号 ISBN 7-308-03139-X/G·560

定 价 22.00 元

序

新中国成立后,尤其是改革开放的20余年中,我国的新闻传播事业得到了迅猛的发展。传统的报刊、杂志等媒体不断地推陈出新,新兴的广播、电影、电视等媒体飞速发展,以网络为代表的电子媒体迅速崛起,构筑了当下多种媒体并存、相互促进、百花争艳的立体传播态势。但是,新闻传播的理论研究一直滞后于新闻传播实践,有待进一步开拓。

改革开放以来,我国引入西方的新闻传播理论仍无法摆脱西方传播理论的框架。近年来,虽然许多理论工作者为此做了许多的工作,但还远未能从根本上建立起符合我国国情的、具有自身特色的新闻传播理论体系。

这是一件必须完成的艰苦工作。它至少有以下两重意义:

一是社会主义国家的新闻传播实践必须有更为科学的新闻传播理论,必须有符合我国实际的传播理论来指导。西方传播学理论的形成、发展有其自身的历史、文化背景。它是西方特定的哲学思想、社会文化发展的结果,是对这种思想、文化影响下的新闻传播实践研究的结果。因而,在西方传播学理论的构架中,它所包含的许多社会、政治、文化的价值评判标准很难适用于我国。学理的内容可以借鉴,但不能套用,更不能照搬,否则我们将在实践中犯大错误。

二是新中国建立以来的新闻传播实践需要认真地梳理、总结。只有清醒地认识历史,才可能准确地把握将来。我们党历来重视舆论宣传工作。在几十年来的新闻传播实践中,我们形成了许多优良的传统,也走过不少弯路。所有这一切,都需要我们以严谨的



态度,科学地、全面地进行整理、分析。这同样是促使我国传播业的持续、健康、稳定发展的重要保证。

由浙江传播学院(筹)(原浙江广播电视高等专科学校)组织编写的这套“现代传播丛书”,可以说是在这样的背景下,试图通过研究媒体传播的具体现象来丰富我国自己的新闻传播学术宝库。

立足本土文化关怀,以西方传播学理论为借鉴,努力在东西方文化的交流中形成叙述的宏大文化背景,对当下传播现象进行多元文化的探究,从而显现出一种难得的开放性,这是该丛书的首要特点。

文化是一个民族的根本。新闻传播尽管在我国也有悠久的发展历史,但它从出现的那一刻起就体现出自身的独特之处。“现代传播丛书”一方面力争将自己的研究对象放入深厚的文化传统之中加以审视,从本土文化传承中寻求特定问题的解释,并以此来观照西方传播学理论,审视中国对西方传播理论的引进;另一方面,又以西方传播理论来反观中国新闻传播的历史、现状和将来。在不同文明和文化的碰撞中,形成一个开放的多元的文化价值关怀体系。

开放性还体现在丛书作者们对研究对象的把握上。首先,从媒体来说,丛书包括了传统的纸质媒体,新兴的电子、数字媒体,还包括古老的人际传播。从内容来看,既有对观念的探讨,又有对具体形式、方法的研究;既有历史的钩沉,又有现状的剖析。但从整体来说,丛书所关注的主要对象和所涉及的主要内容都集中在广播电视的传播方面,而我国近20年来的广播电视媒体正处于刚刚开始、迅速发展的阶段,因而这套丛书最重要的是一种跟踪式的研究,甚至是一种原生态的描述。在多元文化中观照,但并不急于给出结论。在丛书作者们看来,与其在一个不成熟的时间里给出一个不成熟的结论,还不如让历史自己去回答人们的质疑。

其次,本丛书还试图突破当今传播形势下的单媒体的孤立、深



入的研究,突破传统研究中那种对传播手法、形式、理念等没有热情的人机之间的对话形式,以宽阔的专业视角、清晰的人文理念关注当下的传播。

面对当今多种媒体并存、互相促进、共同发展的立体传播态势,任何纯粹单一媒体的研究都无法真正反映其本质,无法预测其将来的走向。如电子媒体的出现,并没有像当初人们所预言的那样,是谁吃掉谁的问题。相反,它们之间却日益显现出良好的合作方式和前景。事实上,之所以有这种预言,就是单一媒体研究的局限所致。因此,这套丛书立足传播事实,对所有媒体、事件都给予了充分的关注,目的就在于能从全局出发,尽可能真实地反映当代传播实况。

在对具体内容的把握中,作者们更加注意传播手段之外的人文主义精神,他们追求的是科学和人文的结合、技术与艺术的统一的学术坐标。

丛书的作者来自两个方面:一是具有较深学养的院校专业教师和研究人员;二是具有丰富实践经验的一线工作人员。它的构成不仅仅说明丛书理论和实践的紧密结合,理论为实践服务,重视突出实践,也为丛书的可读性提供了保证。该丛书可以作为大专院校相关专业的教材,也可以成为从业人员的进修读物。

当然,对新闻传播理论的认知在不断向前发展,丛书难免存在种种不足。但我相信,这只是一个开始。同时也希望能有更多的同志投入这项工作,以尽快建立起具有中国特色的新闻传播理论体系。

何梓华

2001年12月

(*何梓华教授系中国新闻教育学会会长、教育部新闻学教学指导委员会主任)

目 录

第一章 宏观视角中的广播新闻	1
第一节 广播新闻事业的产生与发展	1
第二节 当今各国广播新闻事业现状及发展趋势	5
第三节 我国的广播新闻事业	11
第二章 广播新闻的属性和特征	18
第一节 广播新闻的性质和作用	18
第二节 广播新闻传播方式的演变轨迹	24
第三节 广播新闻的共性规律	28
第四节 广播新闻的个性特质	33
第五节 扬长补短,提高广播新闻的竞争力	38
第三章 广播新闻采访	48
第一节 采访准备	48
第二节 访问和观察	56
第三节 现场采集	61
第四节 特殊采访	67
第四章 广播消息	72
第一节 广播消息的特点	72

第二节 广播消息的分类	80
第三节 广播消息的结构和语言	95
第四节 广播消息的写作	101
第五节 记者的“口述”消息	110
第五章 现场报道	114
第一节 现场报道的特点	114
第二节 现场报道的定义	125
第三节 现场报道的适用范围和题材要求	126
第四节 现场报道的结构特点和语言运用	131
第五节 现场报道的音响运用和背景介绍	135
第六节 现场报道的采制	143
第七节 现场报道对记者提出的要求	146
第六章 直播报道	154
第一节 直播报道的现状和界定	154
第二节 直播报道的特点	159
第三节 直播报道的解说	164
第四节 直播报道对记者提出的要求	168
第七章 广播通讯	198
第一节 广播通讯的共性特征	198
第二节 广播通讯的个性特征	208
第三节 广播通讯的结构方式	220
第四节 广播通讯的标题写作	241
第五节 广播通讯的表现方法	246
第六节 各类广播通讯的写作要求	268



第八章 广播特写	314
第一节 广播特写的概念与特征	315
第二节 广播特写的分类	316
第三节 广播特写的写作要求	342
第九章 连续报道和系列报道	356
第一节 连续报道、系列报道的特点	357
第二节 连续报道的适用范围和系列报道的题材 选择	360
第三节 连续报道和系列报道需要注意的几个问题	366
第十章 广播新闻编辑	381
第一节 编辑的首要工作是策划	381
第二节 广播新闻稿件的处理	385
第三节 广播新闻节目的编排	391
第四节 编辑要树立“总把关”意识	396
第十一章 广播评论	398
第一节 广播评论的特点	399
第二节 广播评论的规格与体裁	404
第三节 广播评论的写作要求	419
主要参考书目	424

第一章 宏观视角中的广播新闻

第一节 广播新闻事业的产生与发展

人类最原始的传播方式是用口述的方法进行传播。最早的广播员被称为叫街者(Town Crier)和浪游的乐师(Wandering Minstrel),中国古代对流浪传播新闻的职业称为“唱道情”。到了17世纪,美国出现了沿街报告新闻的“敲钟人”。直到后来社会上出现了传单、报纸之后,“敲钟人”宣告失业。从广义上说,这些都可谓是“广播新闻”,但现在我们一般讲到广播的时候是有特指的。1979年版的《辞海》在阐明“广播”这个概念的时候,是这样说的:“通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响、图像的节目,统称广播。按传输方式,可分为无线广播和有线广播两大类。只播送声音的,称为‘声音广播’,亦简称为‘广播’;播送图像和声音的,称为‘电视广播’。”

一、广播新闻产生的时代背景和技术基础

19世纪初,发生了环绕英国的以机械革命为主的工业化浪潮,有关原料需求和货物销售的市场情报,成为工业化社会生命攸关的信息。这种社会化大生产与高密度的协作分配的事实,迫切需要一种既快速又有效的远程通信工具,以代替“邮寄”或“放鸽子”式的通信方式。同时,工业化的浪潮也为热衷于物理实验和发明的天才创造了一个很好的环境,同时物理学的发展又使新型通信工具的发明成为可能。



建立在有线电话基础上的“电话报纸”可以算是最早出现的有线广播新闻。1893年,匈牙利人西奥多·普斯卡把布达佩斯市700多条电话线连接起来,定时报告新闻,被称为“电话报纸”,有线广播从此诞生。

但当时人们的兴趣和注意力似乎更集中在无线电广播的发明上。1895年5月7日,俄国物理学家亚历山大·斯捷潘诺维奇·波波夫发明了不用导线传送信号的无线电接收装置——雷电指示器,1896年3月24日,波波夫用自己研制的两部无线电收发机传递了最早的一份无线电报;几乎与此同时,意大利青年工程师马可尼也取得了无线电通讯试验的成功。他们的科学发明第一次给人类提供了远距离传送信息的工具。

1906年12月25日,加拿大物理学家、美国匹兹堡大学教授费森登进行了一次实验广播,通过无线电波向空中播送圣诞故事和音乐,这是人类第一次在空中传播自己的声音。世人公认,这是广播第一次发射成功。

二、广播新闻的诞生历程

1906年广播发射成功,但处于萌芽时期的广播,设备简陋而笨重,还要带上耳机才能收听。1916年,美国马可尼公司的无线电报务员向公司建议把现有的笨重的收音设备改制成一种有几个波长可供选择的无线电收音盒。不久,一种当时叫“音乐盒”的收音机在美国无线电公司诞生了。

1919年11月,苏联下新城无线电实验所试制成功第一台无线电发射机;1920年1月11日成功播出世界上第一个语言广播节目。但由于国内政治环境的影响,这个广播电台一直处于试验性广播阶段,1922年才正式开播,同年11月7日被命名为“共产国际广播电台”。

与此同时,即1920年10月27日,美国联邦商业部向西屋电



气公司的当权者戴维斯颁发了商业电台营业执照,并批准了 KDKA 这一呼号。戴维斯同时征得匹兹堡《邮报》同意,将该报的新闻用电话向 KDKA 广播室传送,以供播出。1920 年 11 月 2 日,匹兹堡 KDKA 广播电台开始播音。这次广播的第一个节目,是报告哈定和柯克斯两人竞选总统的选举结果。广大选民聚在公共扩音器前收听最新消息,由于开票统计数字及时被播送出来,产生了极为轰动的效应。这是被公认的第一家正式的广播电台,播报的新闻也就是第一篇现代意义上的广播新闻。

此后一年里,美国从商业部取得营业执照的商业广播电台就达 500 多家,掀起了一股办广播热。与此同时,世界各国广播电台如雨后春笋般涌现:1921 年,法国邮电部建立广播电台;1922 年英国伦敦广播电台开始播音;1923 年 1 月,美国人把无线电广播引入中国;1923 年 10 月,德国柏林广播电台开始播音;1924 年,意大利广播电台开播;1924 年 11 月,日本广播电台开播……

1940 年前,广播工程技术只限于调幅广播;1940 年美国建立了调频广播,1942 年,调频广播风行世界。

三、广播新闻的发展演变

广播新闻既是广播事业发展的核心内容,同时又直接反映出广播事业发展的进度和水平。就美国而言,广播新闻的发展大致经历了从“附属”到“独立”再到“成熟”三个阶段。

第一阶段,广播主要受报纸的控制,像《底特律新闻》于 1921 年开办 WWJ 电台,就是因为电台能够“为它博取公众好感、增加报纸销路”;它的成功,带动了其他报纸纷纷建立自己的广播电台。美国报纸发行人协会电台委员会 1927 年的报告中说,当时美国有 48 家报纸拥有自己的电台,69 家报纸出钱在人家电台上办节目,97 家报纸为电台提供新闻节目;报告认为:“电台报道新闻事件促进了报纸的销售。”严格地说,这一时期广播播报的并非自己的新



闻,广播新闻还只是报纸新闻的“附属”。

第二阶段,广播开始创立自己的新闻报道业务。刚开始时,电台通过播报新闻推销报纸,但同时也从报纸挖走了部分广告。于是美国报纸发行人协会董事会于1932年采取行动,建议各通讯社在报纸刊出以前,不得出售或透露新闻。这迫使广播业自己把新闻采写工作承担起来,从而逐步建立起自己的新闻采编队伍,并出现了一批新闻分析员、评论员。30年代的广播新闻报道,特别对一些重大新闻事件,如罗斯福的“炉边谈话”、总统候选人提名大会和竞选活动、英国国王爱德华八世逊位等事件的报道,为广播赢得了众多听众。广播新闻队伍的形成和新闻报道日益活跃,广播新闻真正走向“独立”。

第三阶段,广播新闻在战争的洗礼中走向成熟。1938年在慕尼黑黑危机刚发生的时候,广播的新闻报道尽管还很稚嫩,但产生了很大影响。3月12日,哥伦比亚广播公司派驻欧洲记者爱德华·默罗和他的同事,临时安排了广播史上的第一次“新闻联播”:他们分别从维也纳、伦敦、柏林、巴黎和罗马,联合向美国听众报道他们的所见所闻。在此后的20天中,他们一直采取这种方式从欧洲14个城市向听众作实况报道,包括传送希特勒、张伯伦、戈培尔、墨索里尼和教皇保罗十一世的声音;而卡尔登邦则在纽约的“第九播音室”为驻欧洲记者联合进行的实况广播奔走张罗,同时主持分析和评论节目。这次广播新闻报道,为第二次世界大战期间广播报道业务和技术设施的大发展,以及形成新闻广播的基本格局准备了条件。到战争末期的1944年,全国广播公司的新闻广播时间,已经从1937年占全部播出时间的2.8%,增加到26.4%;形式也日渐多样,不仅有新闻报道节目,而且有新闻分析、新闻评论节目。这标志着新闻广播格局的形成,也标志着广播进入了成熟期。



第二节 当今各国广播新闻事业现状及发展趋势

一、当今各国广播新闻事业概况

广播新闻事业自 20 世纪 20 年代开创以来,各国都纷纷开始发展,现在世界上 169 个国家中,除了欧洲的圣马力诺和列支敦士登外,都有无线电广播电台。这些国家多数使用中波、短波、调频等波段,播出两套以上的广播节目。收音机已经如同其他生活必需品一样普遍,据统计,全世界平均每 3 个人就拥有一台收音机。因此,广播新闻在世界各国都有着巨大的影响力。

我们不妨迅速浏览一下一些有代表性国家的广播新闻事业的现状。

英国:英国的广播被称为世界广播的楷模。英国广播公司(BBC)是国内惟一的公共广播事业机构,禁止播放广告,其经营费来源主要是政府征收的电视执照费。BBC 有 5 个全国性广播台,加上不少地方台一起构成 BBC 的国内广播网。与公共电台并行的,是国内 200 多家私营电台。英国人爱听广播是有传统的,几年前,在英国,有 94% 的人是广播电台的听众;近年来,一部分青年转向了国际互联网和电脑音乐,但广播新闻的听众仍占全国的 86%。(见张勉之:“我所知道的英国广播界”,《广播漫笔》,北京出版社 1998 年版)

现在,BBC 开始面临经济上的压力,但他们精做新闻的传统没有变,仍一如既往地遵循 75 年来形成的原则,如准确第一,时效第二;保护新闻来源;不偏不倚的平衡报道等。他们也为此而骄傲。(见徐迅:“面临挑战的 BBC”,《中国广播》,1999 年第 4 期)

美国:美国是广播新闻事业十分发达的国家。美国广播电台大部分掌握在私人手里,这与英国的 BBC 形成鲜明对比。在美国



广播界,最有影响力的仍然是 CBS、NBC、ABC 三大广播网,覆盖了全国人口的 99%。除此之外,还有许多区域性的广播网,它们集结了上千座广播电台。因此,在美国,广播无处不在;1994 年时,美国国内电台总数达 11430 个,相当于电视台总数的 7.5 倍;在许多大城市,电台数量都在 100 个左右。广播新闻节目是灵魂,节目形式多种多样,如谈话节目、辩论会、电话采访、现场报道等,听众有如身临其境。有调查资料表明,广播是美国成年人的“第一新闻来源”。(张家先:《广播应当办成新闻中心和信息中心和信息总汇》,中国广播电视出版社 2001 年 3 月版)80% 的美国人每个周末听 5 个小时以上的广播,66% 的美国人在电视黄金时段收听广播,43% 的美国人在午夜听广播。

俄罗斯:前苏联是世界上广播新闻事业最发达国家之一,其广播机构均属国营性质,形成了以前苏联广播电台为中心的强大广播网。前苏联解体后,俄罗斯国家广播电视总局作为政府的一个部门,主要负责执行国家对广播、电视的政策。从 1992 年至 1998 年,广电总局一共发放了 2500 个营业许可证,但只有 1500 多家电台电视台在运行中,其余近 1000 家已停播或倒闭。在运行的广播电视台中,官方的只有 92 家,非官方的有 1506 家,其中 1000 家为电视台,近 600 家为广播电台。(见张勉之:“变革中的俄罗斯广播电视”,《广播漫笔》,北京出版社 1998 年版)

日本:在日本广播界占统治地位的是日本广播协会(NHK),该公司不经营广告,经费来源主要靠受众缴纳的视听费;与之相抗衡的是由 100 多家私人公司组成的商业广播网,这两大广播网覆盖日本国土。

日本的广播电台与报纸有着直接的渊源关系,大台与大报不仅在新闻资源上合作,而且在资金、人员上建立协作关系,因此日本广播电台继承报纸的传统,重视新闻节目。

法国:法国广播分公营台和私营台两类。法兰西电台是国家



台,包括5个国家级台和39个地方台。新闻是广播节目的主要部分。国内台每天24个小时播出,早上5点至9点为重点新闻节目时间,9点以后,每小时都有时事新闻。星期五晚上进行政治论战,星期六上午安排经济评论,星期日上午播发驻外记者国际热点问题的报道。所有的新闻节目都直播,没有专门的播音员,所有的新闻都由采写记者自己来讲述。私营电台节目丰富多彩,娱乐性节目所占比例更高一些。(见张礼栓:“德法广播掠影”,《中国广播》1997年第7期)

德国:吸取二次大战中广播被法西斯滥用的教训,德国走出了一种广播电视既不属于国家又不属于私人的公法广播体制,现在德国有11家公法广播电视台。1984年开始允许开办私营台,但法律对私营台限制非常严格。

德国广播新闻质量很高,一是有很强的“受众意识”;二是无论公法台还是私营台,都有调查公司,以及时采纳受众意见,调整广播节目;三是新闻节目精品意识、现场意识很强,一般新闻节目、文化科技节目等都要求有大量的现场采访。(见胡正荣、徐福建:“德国广播电视事业现状”,《中国广播》1998年第6期)

韩国:目前韩国共有97个广播电台,其中42个调频台。广播节目中收听率最高的是新闻节目。韩国的广播法规定公营广播和私营广播均包含新闻广播与商业广播要素,是根据自由竞争经营的混合性广播制度。

韩国广播新闻节目一般每个整点安排5分钟滚动播出,晚9时有《综合新闻报道》,新闻节目信息量大,而且大量使用记者的现场报道,生动客观,同时比较重视开通热线进行双向交流,鼓励听众积极通过来信来电参与节目。(金春子:“韩国广播简介”,《中国广播》1995年第11期)



二、对外广播与环球广播

利用无线电的便利之处对境外进行电波宣传,称为对外广播。它被视为宣传本国政治、经济、文化诸方面的不可多得的工具。第二次世界大战客观上为各国对外广播提供了一次充分实践的机会,战争结束后,开办对外广播的国家已从战前 27 个发展到 55 个。新闻节目是对外广播的重中之重,作为对外广播五大机构的“美国之音”、“莫斯科广播电台”、“中国国际广播电台”、“英国 BBC”、“德国之声”在新闻报道上也各有所长。

随着国际政治局面的发展变化,对外广播逐渐从服务于一国政治需要的狭隘观念中解脱,寻找到越来越多的与世界和平共处的契合点。尤其是进入 21 世纪后,随着国际政治多极化和经济全球化趋势的加速发展,同时也由于广播传播技术的日趋成熟,越来越多的国家积极开办“环球广播”,标志着国际广播进入了新时代。

环球广播,或对全球广播,或对世界广播,其英文为 WORLD SERVICE 或 GENERAL SERVICE,即以全世界为对象的全球性、综合性、普遍性广播。

这是当代世界各国在办国际广播方面逐步形成和发展的一种办广播方式,通常用英语和本国语昼夜不停地对全球各个方向(或众多方向或无方向)连续播出一整套新闻性节目(包括国际国内新闻、报道、评论、解说、专稿等)。近年来有关经济、金融等新闻栏目大量增加。

环球广播有三个显著的特点。其一,一般都同时播向全世界五大洲,所用语言大多为通行范围最广的英语,或加上本国语,或单用本国语。其二,就整套广播而言,一般都是昼夜 24 小时不停地连续播出,但就各个具体方向而言则有长有短。其三,以新闻性节目为主,一般都在每小时整点和半点开始播送几分钟到一二十分钟国际国内新闻和评论,然后辅以其他新闻性节目及音乐文艺