

# 电子新闻媒介 广播与电视

刘志筠 编著

中国人民大学出版社



# 电子新闻媒介 广播与电视

刘志筠

中国人民大学出版社

G32

LZJ

442.44-50

21/17

# 电子新闻媒介

广播与电视

刘志菊

\*

中国人民大学出版社出版发行

(北京西郊海淀路39号)

丰华印刷厂排版印刷

新华书店经销

\*

开本: 850×1168毫米32开 印张: 9.5 插页2

1988年5月第1版 1988年5月第1次印刷

字数: 236 000 册数: 1—2 500

\*

ISBN 7—300—00254—4

G·21 定价: 2.95元

## 前 言

信息传播，在人类社会无处不在，无时不有。传播活动是一种社会现象，它反映人与人之间的交往关系：互相联络，沟通情况，交流思想，传播经验……。通过传播，人们分享着信息。

本世纪20年代，伴随着广播电台的诞生，在西方出现了大众传播媒介(mass media of communication)这个名词。大众传播是指职业传播者(包括组织)使用各类设备(印刷机、电讯设备等)广泛、迅速、连续地向广大传播对象传播信息的过程。大众传播媒介则是大众传播的渠道，具体分为印刷媒介(报纸、杂志、书籍等)和电子媒介(广播、电视、电影等)。报刊、广播、电视、新闻纪录电影、新闻通讯社等亦称新闻媒介。

现在，新闻传播已进入电子时代，电子新闻媒介已逐渐成为人们获取新闻信息的重要来源。千姿百态的新闻接收工具日益普及，变为人们日常生活的亲密伙伴。

由于电子技术逐步装备了新闻事业，特别是电子新闻媒介的迅速发展，促使一些国家的大学新闻教育也有相应变化，其培养对象已不只是报刊的文字工作者了。目前，在一些比较发达的国家，新闻院、系大都设有广播电视专业，开设了有关广播电视的必修或选修课程。

新闻教育大体反映一个国家新闻事业的发展水平，我国也不例外。在社会主义建设新时期，我国新闻教育要适应新闻事业的发展，必须贯彻“面向现代化，面向世界，面向未来”的方针。

综合大学的新闻系是从新闻事业的需要出发来设置专业课程

的。由于印刷新闻媒介出现较早，这些课程自然更适于培养报刊、通讯社的工作人员，这有其历史原因。新闻教育比较发达的美国，也是从培养报刊工作人员开始的，只是在电子新闻媒介发展起来之后，由于它的传播手段特殊，才根据工作要求设置了相应的课程或专业。在我国第六个五年计划期间，随着社会主义物质文明和精神文明建设的发展，许多高等院校相继开办新闻系，同时也增设了广播电视课程。大学新闻系开设广播电视课程，使学生了解新兴的电子新闻媒介、接受相关的业务技能训练是必要的，因为，新闻系的学生是整个新闻界的后备力量，他们面向的是各类新闻机构——报社、杂志社、通讯社以及迅速发展起来的广播电台和电视台，必须在学习期间作好全面准备。

目前，在报社、通讯社工作的编辑、记者中，有不少人对电子新闻媒介发生兴趣，正在潜心研究现代新闻传播，探讨广播电视新闻活动的特点和规律。他们深感面临新闻事业迅速发展的形势，自己也有再学习的必要。

人员交流是新闻事业发展过程中的自然现象。长期以来，一些从事文字工作的新闻工作者不仅在报社与通讯社之间互相交流，而且随着新闻手段的演变，新兴传播媒介的发展，改作广播电视工作的人也为数不少，国内外都是如此。广播电视界一些知名度甚高的记者、编辑、节目主持人中，有一部分就来自报社或通讯社。

竞争推动着新闻传播活动的发展。各种新闻媒介在新闻传播活动中注意发挥自己的优势，扬己之长，避己之短，并且相互取长补短。就总体而言，社会主义新闻事业与资本主义新闻事业之间存在着竞争和斗争，这是不言而喻的。在社会主义国家内部，各种新闻媒介之间也要通过互相协作和彼此竞赛来推动新闻传播质量的全面提高，以满足受众的需求。

电子新闻媒介传播新闻有其明显的特点和优势。其中，快速

和形象更是无可比拟的。现在，不少从事文字工作的新闻工作者已体会到利用广播电视是有效的工作方法之一，正在逐步掌握广播电视的特点和工作规律，以便为自己的新闻报道服务。

电子新闻媒介每天顺时连续广播。为及时传播新闻、便于收听收看，电视新闻节目明显增加，广播新闻节目趋向正点（或半点）播出。为“汇天下之精华”，广播、电视还开辟了多种新闻栏目。报纸可利用它们的“报纸摘要”占领一席之地，以增加本报独家新闻的影响。对于通讯社来说，电子新闻媒介无疑是最主要的发稿对象之一，是用稿量很大的用户。通讯社要注意利用它把自己采写的新闻稿大量、及时地传播出去（包括为电视提供新闻照片）。通讯社发稿是面向全部新闻媒介的，为适应新闻传播手段的多样化，除了文字、图片等新闻稿外，增设播发广播音响报道和电视新闻业务是必要的。

声情并茂、视听兼备的电子新闻媒介对于新闻写作的影响日益明显。无论是基于利用还是基于竞争，现在从事笔耕的新闻工作者既要考虑采写稿件的“落地”问题和可读性（印刷新闻媒介采用），也要考虑“上天”问题和可听性（电子新闻媒介采用）。因此，注意写好视觉新闻，写好读起来上口，听起来入耳的听觉新闻也是必要的。

新闻媒介在各司其职的基础上，互相参与、互相渗透、互相联合，将是整个新闻事业的一个发展趋向。自从电子新闻媒介出现以来，通讯社、报纸办广播、办电视，广播、电视办报纸，广播、电视与通讯社、报纸合作等各种形式，在中国早已有之，在外国更是屡见不鲜。

电子新闻媒介采访摄录使用的设备日益小型化、简便化、普及化，新闻工作者有可能向一专多能方向发展，就象现在的文字记者会拍摄新闻照片、摄影记者会写新闻一样，将来的文字记者能作现场报道、会制作广播、电视新闻的人也会增加。

新闻教育（包括业余新闻教育）必须适应新闻事业发展的形势，为新闻工作者的交流、为各新闻媒介的相互参与、渗透和联合创造条件。

新闻学是一门新兴的学科，作为新闻学的一个重要分支的广播电视新闻学更为年轻。广播电视新闻学研究的对象是广播电视、新闻传播现象及其活动规律。这一学科大体可分为广播电视史、广播电视新闻理论、广播电视业务和广播电视事业管理等几大门类。其中，广播、电视又可自成体系详细分科研究。

《电子新闻媒介——广播与电视》的教学对象是大学新闻系（广播电视专业除外）本科三年级的学生，他们已经或将要学习《新闻事业概论》《新闻采访与写作》《新闻评论写作》《报纸编辑》《报刊史》《新闻理论》和《新闻摄影》（照相）等一系列专业课程。这些课程虽着重于印刷新闻媒介的理论、历史和业务实践的研究，但与电子新闻媒介也有许多相通之处。两者各有特性，又具有共性。《电子新闻媒介——广播与电视》既要研究共性问题，更要侧重探讨特性问题。同时，由于新闻系其它专业学习的着重点与广播电视专业不同，没有可能（也不必要）对电子新闻媒介分科仔细研究，但又需要在有限的时间里较全面地接触广播电视新闻学的各个主要部分，这就要求将电子新闻媒介——广播与电视建设成为一门综合性的课程。

中国人民大学新闻系于1982年开设广播与电视课，现已讲授五年，本书是在历年《广播与电视》教材基础上补充编写的。书的前一部分主要探讨电子新闻媒介的历史和现状、性质与任务以及它的特点。后一部分主要研究广播电视业务工作的规律和方法。广播与电视的国际组织及名词解释作为附录附于书末，以供学习的参考。本书是一门新课程教材，有待在教学和科研中逐步提高。

电子新闻媒介所传播的除新闻外还有文艺、科学知识、广告

等多种信息。本书研讨的范围限于新闻传播部分，但为了全面认识这一新兴的大众传播媒介，也有必要对它作全局性的历史回顾和理论探讨，故本书对新闻以外的其它信息的传播也略有涉及。

电子新闻媒介与印刷新闻媒介的区别在于它们的新闻采集、制作、编排、信息符号不尽相同和传输手段的完全不同。

电子新闻媒介通过无线电波或导线公开广泛传播新闻信息，故又称为广播。广播包括以有声语言节目形式出现的语言广播（亦称声音广播）和以活动图象（及伴音）节目形式出现的电视广播。由于语言广播诞生于前，故人们习惯于称它为广播，而称以后出现的电视广播为电视。鉴于这种称谓已约定俗成，故本书使用广播一词时多指语言广播，但在综述语言广播和电视广播的特定情况下则使用广播一词作为它们的统称。

《电子新闻媒介——广播与电视》是一门实践性很强的课程。以马克思主义为指导，从实际出发，坚持理论联系实际的原则是学习和研究这门课程的基本方法。

首先，在课程进行中，除组织各种观摩教学，结合典型节目分析、探讨外，还要安排一定的实习，以便通过实践初步了解和掌握采访摄录、广播稿写作、节目制作、编辑播出等工作要领。并且鼓励学生积极参加各种业余的广播、电视新闻实践活动。

其次，在学习过程中要密切关注广播电视播出的现状，有计划、有目的地收听新闻类广播节目、观看新闻类电视节目，养成职业性习惯。在收听、收看的基础上，经常作比较与鉴别，提高到理论上加以评议。

第三，关心国内外广播电视发展情况和理论、业务研究动向，经常研究广播电视界发表的有关论著和经验总结。不断考察、研究广播电视发展衍变的规律，不断提出和探讨广播电视新闻传播的理论和实践问题。

电子新闻传播活动是人类社会活动的一个组成部分。广播电

视新闻学与其它社会学科和某些自然学科关系密切。在马克思主义指导下，运用现代科学方法，把广播电视新闻传播活动与人类其它社会活动联系起来考察，把广播电视新闻学与传播学、政治学、社会学、伦理学、教育学、心理学、史学、法学、语言学、美学、文学以及管理学等联系起来研究，将促使这门学科全面、系统地向纵深发展。

作 者

1987年9月于

中国人民大学新闻系

广播电视教研室

# 目 录

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 前 言.....               | I   |
| 第一章 广播的历史和现状.....      | 1   |
| 第一节 人类信息传播的起源和发展 ..... | 1   |
| 第二节 广播的崛起 .....        | 6   |
| 第三节 当代广播 .....         | 15  |
| 第二章 我国的广播.....         | 29  |
| 第一节 我国广播的历史 .....      | 29  |
| 第二节 我国广播发展的新阶段 .....   | 39  |
| 第三章 广播的性质作用和任务 .....   | 51  |
| 第一节 性质和作用 .....        | 51  |
| 第二节 任务 .....           | 68  |
| 第四章 广播的特点 .....        | 88  |
| 第一节 报道迅速,先声夺人 .....    | 88  |
| 第二节 生动传真,感染力强 .....    | 94  |
| 第三节 渗透力大,受众面广 .....    | 99  |
| 第四节 顺序广播,转瞬即逝 .....    | 104 |
| 第五章 采访摄录 .....         | 110 |
| 第一节 调查研究是基础 .....      | 110 |
| 第二节 采访与摄录相结合 .....     | 120 |
| 第六章 广播语言 .....         | 136 |
| 第一节 广播语言的特点 .....      | 136 |
| 第二节 语言的运用 .....        | 145 |
| 第三节 标点符号 .....         | 162 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| <b>第七章 新闻解说</b> .....         | 168 |
| 第一节 解说的地位 .....               | 168 |
| 第二节 解说的作用 .....               | 172 |
| 第三节 解说词的写作 .....              | 178 |
| <b>第八章 体裁与形式</b> .....        | 188 |
| 第一节 语言广播的新闻体裁与形式 .....        | 188 |
| 第二节 电视广播的新闻体裁与形式 .....        | 201 |
| 第三节 新闻真实性对体裁与形式的制约 .....      | 208 |
| <b>第九章 编辑工作</b> .....         | 214 |
| 第一节 在组织报道中扬长补短 .....          | 214 |
| 第二节 节目编排 .....                | 227 |
| 第三节 广播编辑的专业修养 .....           | 246 |
| <b>第十章 媒介人物</b> .....         | 249 |
| 第一节 媒介人物的影响力 .....            | 249 |
| 第二节 传播对象的常见心理效应 .....         | 252 |
| 第三节 播音员 .....                 | 258 |
| 第四节 节目主持人 .....               | 167 |
| <b>附录一 有关广播与电视的国际组织</b> ..... | 275 |
| <b>附录二 有关名词解释</b> .....       | 180 |

# 第一章 广播的历史和现状

广播是信息电传输的一种。凡通过无线电波或导线向广大地区公开传播声音（包括语言）节目或活动图象（及伴音）节目的统称广播。本章着重阐述广播的发展。

## 第一节 人类信息传播的起源和发展

信息的传播要靠符号，符号是人类传播活动的要素，是信息的载体，信息是符号所表示的内容。符号是可以 通过视觉、听觉、触觉、嗅觉等感觉器官感觉到的。符号包括声音、语言（声义结合的符号系统）、文字（记录语言的符号系统）、图画、手势、姿态、表情、颜色、气味等。

原始人类传播可能是简单的表情、身势或声音，以后出现了声义结合的语言，语言是适应人类生存的需要而产生的信息符号。正如恩格斯在《劳动在从猿到人转变过程中的作用》一文中指出的，“随着手的发展、随着劳动而开始的人对自然的统治，在每一个新的进展中扩大了人的眼界。他们在自然对象中不断地发现新的、以往所不知道的属性。另一方面，劳动的发展必然促使社会成员更紧密地互相结合起来，因为它使互相帮助和共同协作的场合增多了，并且使每个人都清楚地意识到这种共同协作的好处。一句话，这些正在形成中的人，已经到了彼此间有**些什么非说不可**的地步了。需要产生了自己的器官：猿类不发达的喉头，

由于音调的抑扬顿挫的不断加多，缓慢地然而肯定地得到改造，而口部的器官也逐渐学会了发出一个个清晰的音节”，“语言是从劳动中并和劳动一起产生出来的，这是唯一正确的解释”。①

语言是人类交际的最重要的工具。人们在社会实践中发生和发现的情况、得到的知识、积累的经验、产生的想法等，都可以面对面地用语言传播。起初由于生产落后、生活简单，每个社会集团不过是人数较少的小群体，凭脑的记忆、口头相传，并未感到十分不便。

但是，随着生产的发展，社会生活的复杂化，人们感到单纯依赖面对面的表情、姿势、语言传播受到很大时间和空间的限制，因为，这类传播只能在可视和语言可听的范围内进行，如果距离超出这个范围（由人的发声能力和听声能力等所限定的）则不能进行有效的传播。用什么办法延伸人们的视、听、说等器官的功能呢？人类在发展过程中逐步地却又不约而同地采用某种东西代表一定的信息，把这种东西送到对方（或留给对方）这就产生了实物标志传播（实物记事或信记传播）。

用于传播信息的实物标志（信记）也属符号一类（这类符号也可视为符号的代码），我国《易经·系辞》就叙述过这种传播方法：“上古结绳而治，后世圣人易之以书契”。不仅我国，据说古代居住在秘鲁的印地安人的结绳也相当发达。系珠则是另一种传播方法，北美的印地安人常常用树皮、大麻、皮条等穿上大小不等，颜色各异的贝壳来记载历史、财产、契约等。此外，还有用烽火、刻木、数豆、鸡毛、弓箭等来计数、记事、传意的。

记事的图画（图形）往往刻画在树皮、骨头、兽皮或岩石、沙滩、土地上。记事的图画虽然也描绘事物的状态，但它与一般的绘画不同，一般的绘画比较复杂，是供人们欣赏的；记事图画

---

① 《马克思恩格斯选集》第3卷，第510—511页。

则较简单，只标明事物的特征，主要为了传播和记忆。直到19世纪，一些比较落后的民族还在用图画传播信息。北美奥杰布华人为了保护渔业权，就曾在1849年向美国总统递交了下列一份请愿书：

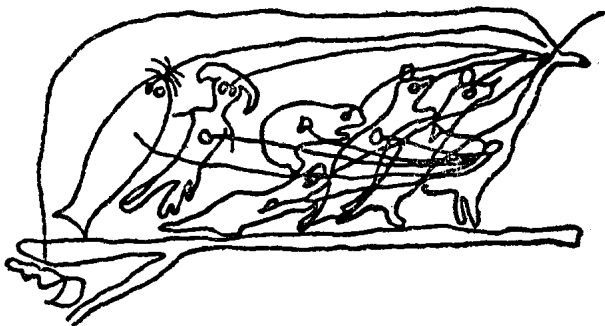


图1 北美奥杰布华人请愿书<sup>①</sup>

这份请愿书上画了七种动物（代表七个部落的图腾）。左边六个动物的心和眼都与右边那个动物（估计是首领）连接。线的一端指向前方，另一端指向后面的小湖。它的意思是说，他们一心一意（团结一致）要求美国总统还给他们苏必略湖的渔业权。<sup>②</sup>

“当某个图形或记号与一定语言成分联系起来的时候，它就成了文字”。“只有当所有语言成分都有固定符号表示时，文字才达到了成熟的阶段”。<sup>③</sup> 汉字是世界上出现最早的文字，约有5000年的历史，汉字是由图形演变而来的文字，最早是象形文

① 此图引自马学良主编：《语言学概论》，华中工学院出版社1985年版，第212页。

② 同上书，第212页。

③ 同上书，第213页。

字，以后逐渐发展。早期汉字使用的是四种不同的造字方法：

1. **象形。** 用图形直接描绘它所代表的事物。

2. **指事。** 用象征性的符号表示意义。以“、”指明事物的部位。如木的根部是“本”。

3. **会意。** 把两个以上的具体形象结合起来表示一个抽象的意思。如草生于田是“苗”。

4. **形声。** 把表示声音和表示意义的两个符号结合起来表示意思。如吐字，从“口”，“土”声。

文字的发明和书写工具的进步，在一定程度上突破了信息传播的局限，无异于延伸了人们的感觉器官和发送器官，使他们能够更多更好更远地接受和发送信息。印刷术的发明和现代传送技术的应用，远远地扩大了这种传播信息和接受信息的能力。

适应人们的需要，在一定物质技术基础上，文字印刷新闻媒介——报纸出现了。

语言广播、电视广播和报纸等新闻媒介一样，都是新闻事业的组成部分。人们通常把它们看作是新闻事业的后起之秀。然而，从人类传播历史的回顾中可以看到，就传播运用的信息符号而言，声音和图象是早于文字的。

语言广播和电视广播离不开声音。把声音作为传播信息的符号自古有之，并一直沿用至今。

声音不仅可出自于大自然（如雷鸣，风吼、海啸、……）和人的发声器官（如呼喊、说话、唱歌、吹哨、……），而且可以利用人自身的器官与四肢来“制作”，如击鼓、鸣金、敲梆，吹螺……。声义结合的符号系统——语言，是早于文字问世的，文字不过是人们用以记录语言的符号。

在古代，人们没有条件用电波来传播声音符号，扩大信息传播范围，提高传播效果。但是，那时人们发现可以用语言相约，以一定的声音符号比较及时灵活地向远方传播信息。这在我国古

代是经常使用的传播方法，而且有许多记载。如“齐人三鼓……。一鼓作气再而衰，三而竭”说的就是公元前684年（鲁庄公十年）用击鼓发布军令的事。“醉里挑灯看剑，梦回吹角连营”，则说明在南宋军营中也用号角传达信息。这种传播方法既非空前的，也不是绝后的，直到现代，非洲有些土人还用打鼓来传播各种信息。在土耳其高山峻岭寥落的山村之间也有用口哨传递信息的。学校有铃声，赛场有哨声，军队有号声……在现代社会声音符号的传播也几乎无处不有。

上述情况说明，人类从古至今，经常借助于各种声音符号（包括语言）作用于人的听觉器官来传递信息。这些声音符号也可以称为听觉形象或听觉符号。

电视离不开图象。而把可视形象作为传播信息的符号也自古有之，并且一直沿用至今。不仅客观事物千姿百态，展现出各种可视形象，而且人类可以发挥聪明才智，用当时的技术条件来“制作”它们，利用光来传播信息。古代经常以烽火狼烟报告战事（“周幽王烽火戏诸侯”的传说，就涉及到这种传播方法），我国现存的长城烽火台就是这种传播方法的遗迹。现代所使用的旗语、信号灯、标志牌等都属于这一类。

上述情况说明，人类从古至今，也经常借助除文字以外的其它形象符号作用于人的视觉器官来传递信息。形象符号也可以称为视觉形象或视觉符号。

威尔伯·施拉姆于本世纪40年代末某天下午，在法国南部一个村庄就遇到过一件事：“我听见一阵起劲地，好像是拼命在敲的鼓声。果然有一个人在敲鼓……。人们开始从住宅、店铺，甚至于教堂里匆匆地跑了出来。我跟着他们走了一两个街区，来到一个高大的年轻人面前，他那打鼓的模样真好像是要叫全世界都听见似的。在人凑齐以后，他就开始讲话了，声音非常嘹亮，传得很远。他对我们讲了三四件事情，附近的一个镇子要举行集会

欢迎戴高乐将军；发生了一起火灾；国民议会就税收问题采取了一项同本地有关的决定；一个农场主有一条公牛要出售。

片刻之后我才恍然大悟，这个对我们讲话的是个宣讲人，就在这个《费加罗报》和《世界报》的时代，传播的方式突然倒转了1000年，我聆听消息的情况就象最早的中世纪天主教堂正在兴建的时期中人们收听消息的情况一样。而且——越是变化，越是相象——这项公告竟是以新闻加广告的形式出现的。”<sup>①</sup>声音符号（鼓声）的传播，告知人们有新闻和广告发布，请大家在约定地点集合。媒介人物的面对面语言传播（多伴有非语言符号：姿态、声调、表情等），告诉人们新近发生和将要发生什么事情。这在印刷新闻媒介异常发达，电子新闻媒介广泛发展的时期，也算是在一定条件下对新闻传播媒介的一个补充。看来，各种传播形式只能互相补充而不大可能完全互相代替。

传播信息的符号多种多样，传输的手段各有不同。当然，古代采用的是最原始的、在当时物质技术条件下所能提供的手段，具有很大局限性。社会对信息的需求不断增长，人们希望及时听到和看到远处的实际情况——声音（包括语言）、形象、活动……，即真声、真人、真事。这种愿望促使一些科学家几乎不约而同地在努力探索，终于在本世纪语言广播、电视广播相继诞生。

## 第二节 广播的崛起

广播是人类在社会实践中日益增长的对信息的需求与现代科学技术相结合的产物。

---

① 〔美〕 威尔伯·施拉姆等：《传播学概论》，新华出版社1984年版，第143页。