

# 广播漫笔

张勉之 著

北京出版社



511513



511513

# 广播漫笔

张勉之 著



2451/15

北京出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

广播漫笔/张勉之著. —北京:北京出版社,1998

ISBN 7-200-03520-3

I. 广… I. 张… II. 广播工作-文集 IV. G622-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 20710 号

**广播漫笔**

GUANGBO MANBI

张勉之 著

\*

北 京 出 版 社 出 版

(北京北三环中路 6 号)

邮政编码:100011

北 京 出 版 社 总 发 行

北京朝阳北苑印刷厂印刷

\*

850×1168 毫米 32 开本 5.375 印张 123 000 字

1998 年 9 月第 1 版 1998 年 9 月第 1 次印刷

印数 1--2000

ISBN7-200-03520-3  
I·545 定价:12.50 元

# 目 录

---

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 我解“广播热” .....          | ( 1 )  |
| 新闻与金钱 .....            | ( 5 )  |
| 网, 让我们来认识你 .....       | ( 11 ) |
| 广播, 正面临一场大的革命 .....    | ( 14 ) |
| <br>                   |        |
| 精品与板块的冲突 .....         | ( 16 ) |
| 什么样的作品该拿奖 .....        | ( 18 ) |
| 口述型报道的解说形象 .....       | ( 20 ) |
| 呼唤真正意义上的节目主持人 .....    | ( 22 ) |
| ——在新闻台主持人队伍建设业务研讨会上的发言 |        |
| 信马由缰说广播 .....          | ( 26 ) |
| ——在新闻台“策划与创意”研讨会上的发言   |        |
| <br>                   |        |
| 选题上的功夫 .....           | ( 29 ) |
| ——新闻性专稿采写漫笔之一          |        |
| 你该有所准备 .....           | ( 35 ) |

|                   |       |
|-------------------|-------|
| ——新闻性专稿采写漫笔之二     |       |
| 位置与感觉·····        | (41)  |
| ——新闻性专稿采写漫笔之三     |       |
| 满载而归之后·····       | (48)  |
| ——新闻性专稿采写漫笔之四     |       |
| 思考,用你的事实·····     | (55)  |
| ——新闻性专稿采写漫笔之五     |       |
| “有我”与“无我”·····    | (63)  |
| ——新闻性专稿采写漫笔之六     |       |
| 别冷落了话筒·····       | (69)  |
| ——新闻性专稿采写漫笔之七     |       |
| 把记者们推到话筒前·····    | (77)  |
| ——新闻性专稿采写漫笔之八     |       |
| 新闻性·个性·形象性·····   | (81)  |
| ——谈人物报道中的事实选择     |       |
| 假发票现象报道附记·····    | (88)  |
| 附:挖墙脚的人们·····     | (92)  |
| 从艰难中警觉·····       | (96)  |
| ——采写《竞争这样到来》记略    |       |
| 附1:王岩投标记·····     | (99)  |
| 附2:竞争这样到来·····    | (111) |
| 《再敲铁饭碗》采写点滴·····  | (117) |
| 记者,你不该如此浮皮潦草····· | (121) |
| 改改思路·····         | (126) |
| 强化新闻之路·····       | (129) |
| 《时事追踪》追记·····     | (132) |

|                   |           |
|-------------------|-----------|
| 澳广见闻·····         | (141)     |
| 德、法广播掠影·····      | (147)     |
| 变革中的俄罗斯广播、电视····· | (155)     |
| 我所知道的英国广播界·····   | (159)     |
| <br>后 记·····      | <br>(165) |

## 我解“广播热”

今年以来，新闻界很有一些记者报道过北京的“广播热”。就北京而言，“广播热”的确是新闻，但如果放在全国，就算不得新闻了。北京之前已有上海，上海之前还有广东。

有一位记者来向我采访，从提问中，我感到他有一种错觉。他以为，广播是因为听众通过电话，也就是所谓热线的参与才热起来的，因此他断言，这种热很快就会过去。后来我才知道，持这种见解的人还真不少。

实在说，这是一种误解。

那么，广播是怎么热起来的呢？只要简单回顾一下广播界近几年所走过的道路，我们就能发现，广播之所以会热起来，并非只是因为听众的热线参与，根本原因，是因为广播行业的从业人员终于懂得了要按广播自身的特点和规律来办广播。

办广播，不按广播自身的特点和规律，难道还能按报纸的特点和规律不成？听起来似乎有点好笑，可我们的确曾经这么干过。

多少年来，广播不过是报纸的传声筒。报纸上的消息、通讯、社论、短评等等，广播可以原封不动地搬过来播发。如果这种播发是为着丰富自己，倒也无可厚非，问题在于，离开了这些，日子就不大好过。广播记者自己也会采访，也要写作，但真正能够从广播出发的只是少数，许多人是跟在报纸记者后面亦步亦趋。连广播电台的机构设置，也往往是跟着报社照葫芦画瓢。

于是，广播失掉了它应有的位置，听众越来越少，特别是当电视以它无可比拟的优势发展起来的时候，广播的地盘日渐萎缩，

有人甚至怀疑：广播会不会被电视取代？

广播在近一时期的转机，可以说是被推到绝路上的置于死地而后生。

转机是这样开始的：首先是节目主持人的出现。主持人的讲述与传统的播音有着天壤之别。传统的播音虽然为一部分人赏识，但它的语感、节奏等等跟现实生活中人与人之间的谈话相距甚远，因而难于沟通，总给人一种敬而远之的感觉。主持人的讲述则不然，他好像就坐在你的面前，跟你进行一对一的交谈，你很容易受他的感染。

跟节目主持人几乎同时出现的，是录播改成了直播。为了适应直播和主持，原先长度为10分钟、20分钟的小节目，大都改成一个小时、两个小时的板块。有了板块和主持人的直播，听众便可以通过热线电话进行参与。这种种的变革，如果单从新闻报道的角度看，其核心就在于压缩新闻事实与听众之间的距离。

以我看，传统的办广播的方法，不过是在新闻事实与听众之间造起一堵堵墙。广播记者下去采访，回来写成稿件，稿件与新闻事实之间不可避免地会有距离，这就有了一层隔。稿件送到播音员那里，播音员用特有的抑扬顿挫的腔调念出来，于是，又有了一层隔。播音员还不是直接播出，而是录在磁带上，送到机房里，通过发射，这又多了一层隔。一堵堵的墙造起来，新闻事实在听众那里就变得模糊了。广播的改革，正是要拆掉这一堵堵的墙。

如果单有形式上的这些变革，还不能构成时下出现的广播热的全部，广播热还包含着另外的层面，那就是广播内容的开拓与扩展，把时下的广播的内容与过去相比，你就会明显地感到，服务性、娱乐性的东西大大增加了，即使是新闻报道，路子也比过去宽广多了。也许就因为此，各地广播电台才出现了系列化的倾向。以北京台为例，就开设了新闻台、经济台、音乐台、交通台、



文艺台、教育台、儿童台，一共七个台。

前不久，我接受过中央电视台一位记者的采访。这位记者曾经提过一个问题，大意是：你们新闻台怎样来跟音乐台、经济台等等竞争？我对她说：“我们这些系列台，各自承担着自己的任务，各自拥有自己的听众，我们之间也会有竞争，但那并不重要，重要的是怎么样跟报纸和电视竞争，尤其是跟你们电视竞争。”

报纸、广播、电视，各有各的长处，也各有各的短处，谁也不能取代谁，永远也不能。我到过美国，美国的电视事业不能说发达，但美国现有广播电台约一万家。当然，这些电台当中，百分之七八十是音乐台。音乐台中，又可分为现代音乐台、乐谱音乐台、摇滚音乐台、民间音乐台、华丽音乐台等等。

从新闻报道的角度讲，广播最大的优势在于它的快捷。报纸的印刷要有周期，即使像美国，一些报纸也只出了上午、下午两种版。电视的制作过程比较麻烦。而广播却比较简单，利用起现代通讯手段来也便当得多。

电视有图像，广播不能跟它相比；但广播可以出声音，这又是报纸所比不了的。假如介绍一个旅游景点，报纸和广播的记者即使有生花妙笔，也比不过电视记者；但如果是进行深度报道，就又是广播、报纸记者的主项了。

广播还有一个好处，就是你可以边做事边收听。读报你得手眼并用，看电视你得正襟危坐，而听广播却用不着这么麻烦。

如何最大限度地发挥和利用广播的这些优势，真正按照广播自身的特点和规律去办广播，这是摆在广播界每一个从业人员面前的重要课题。近一两年，广播之所以能够在一些地方热起来，也是因为这些地方的广播工作者在这方面付出了努力。

那么，广播是不是已经热到了顶点，会不会很快就热过去呢？当然不是，也不会。恰恰相反，我以为，广播热才刚刚开了个头。目前，在全国不少地方，广播工作者仍旧在按着办报纸的方式办

广播。等到这些地方的人们意识了，觉醒了，那才是我们国家的广播真正热的时候。

摆脱传统不是件容易的事。今年初，北京电台新闻台改革调整节目，大家一致意见，要开设《828 信箱》，目的是要加强与听众的联系，反映听众的呼声。而且，北京电台过去曾开办过《听众信箱》，在社会上还有过一些影响。后来，《828 信箱》节目开设了，反响却并不大。与此形成鲜明对照的，是《时事追踪》节目里应时开设的“5159063 听众热线”（后改名为“新闻热线”），从一开始就热闹非常。有人说，是因为《时事追踪》的节目时间好，也有人说是“5159063 听众热线”抢了《828 信箱》的“生意”。我却以为，还有更重要的一条因素被忽略了，这就是：《828 信箱》是按照办报的方式设计出来的，而“5159063 听众热线”却是按办广播的方式设计出来的。

当然，广播热能不能长久热下去，最终还是要靠内容。就新闻报道来说，报纸、广播、电视，大家在同样的新闻制度和政策下工作，能不能热，就看你能不能提供更多的独家的东西。

1993 年 6 月

## 新闻与金钱

中国质量万里行的新闻报道活动在国内外引起了很大的反响。

然而，当初，当我从报纸上读到这一消息的时候，却吃了一惊。消息的肩题是：“中国质量万里行”，正题十分醒目：“‘不吃请’记者在行动”。

消息说：“参加这次活动的一批记者，最近已分别在全国各地行动，他们每到一处，专挑当地产品质量的毛病，并让其在新闻媒介‘曝光’。这些记者的特点是铁面无私，‘不吃请’。”

消息还说，为了保证这些记者能够“不吃请”，能够“微服私访”，国家专门“拨了30万元给他们作经费”。

读完消息，不免有些感慨：“‘不吃请’记者在行动”，是不是其他的记者和“这些记者”在其它的情况下都是吃请的呢？

其二，为了在产品质量方面能有客观公正的报道，国家特意拨了专款，那么，今后，在其它领域，其它行业，要想有客观公正的报道，国家是不是也都得拨款作为保证呢？

感慨之余，不能不回过头来面对我们新闻界的现实。

不知从何年何月何日起，金钱与新闻竟这样紧密地联系起来。

只要你肯出钱，报纸可以给你办专版、设专栏，广播和电视可以给你开专题。

新闻行业的“赞助活动”名目无疑是最繁多的。报纸有“社庆”，杂志有“刊庆”，电台、电视台有“台庆”，各种各样的征文，五花八门的评奖，都需要钱来做后盾。对于企业的慷慨解囊，有

些新闻单位往往以报道作为回报。

时下的许多新闻发布会，有几回不设宴款待？有几回不赠送礼品？有的在设宴款待和赠送礼品的同时，还要塞给红包。假如哪家新闻单位有胆力，将属下记者这些年所收受的馈赠收集起来，办个博览会恐怕不会成为问题的。

平日采访中，记者们接受采访对象所提供的免费用车、免费住宿、免费用餐等等，似乎已经成为家常便饭。

一个企业，想要做广告，得花很多钱。新闻媒介的广告收费一般都是斤斤计较的，报纸、刊物以字计算，广播、电视以秒计算。聪明的企业经营者们终于发现，发有偿新闻比做广告合算得多，一则避免自我吹嘘，二则省了许多费用。后来，他们又发现，给编辑、记者们塞腰包比发有偿新闻更合算，弄好了，三五百元钱就能办三五千、三五万所不能办的事。

金钱在冲击着我们的新闻事业，腐蚀着我们的新闻队伍。

这几年，在新闻报道中，经济性的报道显著增加，多于其它任何一个行当，有时甚至多于其它所有行当的总和。你也可能说，这和我们国家实行经济改革、经济工作成了主战场分不开。是的，不过，内行人都明白，这也和某种实惠不无关系。

新闻机构或编辑、记者们从经济部门得到了好处，就免不了要干些投桃报李的事情。办法当然多得很：稿件发得多一点儿，篇幅来得长一点儿，位置放得显著点儿，标题制作得醒目点儿……至于文字上的技巧，那就更说不清道不明了。

有一则故事，说甲、乙两个人竞走，甲得了第一，乙得了第二。写报道的人是要替乙说话的，于是，报道便写成“乙获得第二名，甲获得倒数第二名”。事实有出入吗？没有，然而，色彩却完全变了。

另有一则是真事，一架飞机失事后，一家报纸的报道标题是这样写的：“奇迹，327人幸免，55人死亡”。事实有出入吗？没

有，然而，味道完全变了。

笔下做点功夫，对于终日摇笔杆子的编辑记者们来说，并不是什么难事。有些人甚至连这点功夫也懒得做，干脆添油加醋，傅粉施朱，使劲地往好里说。

昆明市出过个“破烂王”，叫王长寿，靠违法经营发迹。贪污行贿，无所不为，终于被公安部门逮捕法办。此人曾经红极一时，“新长征突击手”，“青年十杰”，“劳动模范”，种种桂冠戴在头上。他的绝招就是：金钱铺路市利买名。“在不长的时间里，王长寿的赞助、捐款开销达15万元之巨”，有“14家新闻单位争先恐后隆重推出了‘破烂王’的动人事迹”。

“吃了人的嘴软，拿了人的理短”。反正都是说好话，并不违背“正面报道为主”的原则，跟通行的新闻的定义似乎也还吻合。麻烦在于，报纸上，广播里，电视中，这些公开的、半公开的或完全不公开的“有偿新闻”，跟正常的新闻报道杂在一起，老百姓根本分辨不出，一旦发现言过其实，便以为所有的新闻报道都不可信赖呢。

也有吃了、拿了不予报道或仍能进行客观报道的，甚至还有吃了、拿了照样不误批评的，但毕竟是少数。

在我们的新闻队伍中，涌现出一批既无责任心、又无廉耻心，欺世盗名、蝇营狗苟的人物。正是这些人，坏了新闻记者的名声：“三条灰狼一只狗，外加记者一只手”，“八种人，搞宣传，隔三叉五解解馋”。你听听。

我还听到一个情况，说当今社会上有4种现象值得注意：夫人现象，秘书现象，小车司机现象，还有一种就是记者现象。把新闻记者跟那些受宠越权、横行无忌的夫人、秘书、小车司机相提并论，难道还不值得悲哀吗？

我没有去过国外，不知道他们那里实际上是一种什么状态，但也从书刊上读到过一些介绍。最难忘的是两处，一处是杨美蓉的

文章，刊登在上海《文汇报》上。文章说：

“我在美国时，有一个强烈的感觉，记者接受一切免费馈赠被明确规定是违反职业道德的，除了一些塑料小玩艺儿、扁平的公事包、笔记本、钢笔、日历、钥匙圈外，如果礼物超过一定价值，则需退回；而实际情况不允许退回的，则交给报社送慈善机构。现在记者与提供消息来源单位的人一起吃饭时，记者自己付款，财力雄厚的大报记者还为对方付账。”

另一处是在新近出版的胡舒立的《美国报海见闻录》里，文章写道：

“美国新闻界现在还有个新趋势，即报纸规定记者不能从被采访者处接受任何有价值的东西，无论是公开赠送还是比较含蓄的手法赠送都在禁止之列。这些东西包括基督教礼品、吃午餐或晚餐、纪念品、免费旅游、免费宾馆住宿、免费用车等等一切可能值记者对被采访人承担义务的东西。一些报社为本报分工写体育比赛、音乐或电影评论的记者付门票钱。过去书评作者总是把自己为之写了书评的书籍据为己有，而现在不少报社要求作者将书还给出版商。一些大公司的公共关系顾问为了和记者拉关系，举办有关报道的评奖活动。多数报社仅在这类活动由职业新闻界人士负责评奖时才允许本报记者参加。许多报纸还规定，记者不能在外担任顾问，或是在工作之余接受任何有报酬的工作，因为这必然和记者职业发生冲突。”

自然，我们有我们的特殊。跟某些发达国家相比，我国的新闻行业面临着两道难题：一是新闻单位的经费普遍吃紧，二是新闻记者们的收入普遍低微。

国内新闻单位的经费通常由两部分构成：一部分是政府部门的拨款，另一部分靠自己筹集。政府部门的拨款一般只占新闻单位总经费的三分之一，有的还要少些。自筹部分主要来自广告，发行量大的报刊还有一定数量的发行费，有些单位还有一些其它的

下  
部  
分  
一  
回  
已

经营性收入。广告收入的多少，要受整个社会经济发展状况的制约，跟新闻媒体自身的性质特点、广告容量以及新闻报道的水平等等也都有着密切的关系。目前，在我们国家，电视台的广告收入最丰，然而，遗憾的是，据说电视台明的、暗的“有偿新闻”最多，电视记者们在社会上抄肥的路子最野，价码也最高。

作为广告收入不足之补充的，就是各种名目的“有偿新闻”或赞助活动。虽然老总们明知道金钱会使新闻报道走样，可是在经费吃紧的情况下，还是低下了头。应该说，赞助活动还是可取的，但是如果赞助活动要导致有偿新闻，就不可取了。“有偿新闻”或赞助活动虽然被称为“补充”，但就其社会总额来讲，却并不是个小数，只是这些钱到了新闻单位以后，有相当大的一部分以回扣、稿酬、奖金、劳务费、纪念品等方式转入了个人腰包。我有时候想，如果把新闻单位敛走的钱财集中起来，大约满可以拨给它们足够的经费了。

新闻记者的收入低微，乃是人所共知的事实。在一些发达国家，记者的收入相当可观，远远高于其它许多行业。我们国家正好相反，有一项调查表明，在社会的17种职业中，新闻记者的收入排在倒数第三位。

记者们过于寒酸，有时就免不了俯仰于人。以吃饭而论，西方国家的记者可以替采访对象付款，我们国家30年代的记者们似乎也曾有过这样的排场，而今天却成为不可能。一餐饭几十元，甚至上百元，他付得起吗？如果付上三回五回，这个月就只有喝西北风的份儿了。记者本人付不起，所在单位不能替他付，便只好“吃了人的嘴软”了。

收入低微就一定会收受采访对象的好处吗？当然不是。事实上，有许多记者，日子过得很清苦，但对送上门来的好处避之惟恐不远。另有一些记者，即使每月发给他5000元钱的工资，仍要到处钻营。私心哪有满足的时候？

记者们收受好处，也受整个社会环境的影响。当不送礼便不能办事的风气四处盛行的时候，独独要保持一支清正廉洁的记者队伍，那是异想天开。

记者们也有进退两难的时候。拿时下的许多新闻发布会来说，主办单位一般都要请客送礼。假如你想特别，请吃饭，你不干；给礼品，你拒绝；别的记者们会对你怎么看？主人会不会感到难堪？消息的渠道会不会因此而中断？

我有这样的体验：当我不畏艰难，去触动社会的某些不合理的时候，我觉得人家都把我当个记者看，我自己也感到作为一个新闻记者的自豪；当我为着一笔赞助，甚至因为吃了人家一顿饭，拿了人家一份礼而不得不去采访、写稿的时候，我觉得人家并没有把我当记者看，我自己也感觉不像个记者，倒像个行乞者，连自己都感到自己的委琐。

欠了人情用文字去偿还，有时甚至要用灵魂去偿还，无疑是件很痛苦的事。

新闻工作该是一种高尚的职业。记者的公正无私对于做好他的工作是那样的重要，哪怕是一点点私情都有可能影响到报道的真实度，而新闻报道的任何一点不真实都有可能在老百姓那里引出严重的后果。因此，对于新闻工作者来讲，加强职业道德教育显得特别的重要。

光有教育还不够，还必须辅以严格的制度。这几年，国内新闻单位陆续制定了一些制度，可惜的是，这些制度停留在纸面上的多，落在实处的少。要把制度落在实处，就得有一整套监督和制约的系统。新闻单位既不能有效地监督社会，社会又没有能够有效地监督制约新闻单位的系统，这正是我们国家许多问题长期得不到解决的重要原因之一。

1992年6月



## 网，让我们来认识你

我们曾经接触过各种各样的网：公路交通网，水利灌溉网，铁路运输网，医疗防治网，商品销售网，邮电通讯网，国际互联网，甚至还包括某些人精心编织的社会关系网，但是，对于在广播这个行当里所应该建设的网，却认识不多，谈论也少。

这网年，许多人都在展望二十一世纪的中国广播。我以为，二十一世纪中国广播的主要特点应该有三：一是新闻从采集到传递到发布的网络化，二是节目从采录到制作到播出到接收的数字化，三是经营方面的集团化。

这里重点要涉及的，是新闻从采集到传递到发布的网络化，也就是说，我们必须下大功夫去建设我们的新闻采集网、传递网和发布网。

国外的广播往往是网状的，以我曾经访问过的美国和澳大利亚为例，就都如此。

美国有有名的三大广播电视网，即 ABC 网、CBS 网和 NBC 网，每个网都由设在纽约、洛杉矶、芝加哥等大城市的直属台和设在其它城市的若干附属台构成。

澳大利亚的 ABC 网也是全国性的广播网，总部设在悉尼，在堪培拉、墨尔本等城市都有它的附属台。

跟我们国家中央台与地方台的关系相比，国外广播网里直属台与附属台的联系要紧密得多。附属台在制作播出地区性广播节目的同时，既有责任转播直属台全国性的广播节目，也有义务完成直属台的地方性工作任务，如充当直属台的地区通讯员负责提