

广播新闻写作

程道才

中国广播电视出版社

广 播 新 闻 写 作

程 道 才

中国广播电视出版社

广播新闻写作

程道才

•

中国广播电视出版社出版
湖北省罗田县印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销

•

787×1092毫米 32开 9.125印张 197(千)字

1989年4月第1版 1989年4月第1次印刷

印数：1—10,000册 定价：3.30元

ISBN 7-5043-0203-1/G·45

前 言

我从事广播新闻工作和新闻教育工作近20年，痛感专论广播新闻写作的书籍之缺乏，因此，早想运用所学的新闻写作理论及他人和自己的新闻实践经验，写一本这样的书，以适应广播新闻工作者、新闻爱好者及大学新闻专业学生的迫切需要。在中国广播电视出版社的支持下，我的这个愿望终于实现了。我怀着诚惶诚恐的心情，把它献给尊敬的读者。

我国是一个广播大国，拥有听众10亿，广播新闻从业人员有30多万人。我国的广播事业正在改革开放中不断发展，日趋成熟。广播界同仁对于广播理论和广播新闻写作规律的探讨十分活跃，专著、论文等研究成果不断地见诸于世。这是我国广播事业兴旺发达的重要标志。愿《广播新闻写作》这本书作为广播新闻研究大花园中的一株小草，为广播事业的春天增添一点光彩。

如果从世界上第一个广播电台建立之日算起，广播已经诞生60多年了；但是，它作为重要的新闻传播媒介而登上历史舞台，则只有40多年时间。有关广播新闻写作的研究工作，开始的时间就更晚了。广播新闻源于报纸新闻，但是，由于听觉与视觉具有不同的接受规律，由于声音传播与文字传播具有不同的特点，广播新闻在写作上是明显有别于报纸新闻的。本书的基本指导思想是，根据声音的传播规律和听觉的接受规律，详细阐明广播的传播特点、宣传特点，广播稿件的语言特点、结构特点，以及广播新闻、广播通讯、特

写、专访、深度报道、录音报道等各类稿件的写作特点与要求。为了使初学者能看得懂、记得住，在撰写过程中，我力求做到理论和实际相结合、观点和材料相结合，多用典型的事例和材料说明观点，力求使本书既具有一定的理论深度，又具有较强的实用性。然而，主观动机并不等同于客观效果。这本书的实用性和理论性到底如何，只能由读者去鉴别与评价了。本书在撰写过程中，参考了国内近几年来出版的多种广播新闻书籍，从中吸取了不少营养。在此，仅向这些书籍的作者致谢。由于本人水平有限，书中错误之处一定不少，诚望读者指教。

作 者

目 录

前言	(1)
第一章 广播的特点与优势	(1)
第一节 广播的昨天和今天	(1)
第二节 广播的长处与短处	(5)
第三节 扬长与补短	(13)
第二章 广播稿的特点与要求	(20)
第一节 广播稿的基本要求	(20)
第二节 广播稿的语言特点	(38)
第三节 广播稿的结构特点	(48)
第三章 广播新闻的写作	(54)
第一节 广播新闻的特点	(55)
第二节 广播新闻的结构形式	(73)
第三节 广播新闻的导语	(82)
第四节 广播新闻的主体	(98)
第五节 广播新闻的背景	(106)
第六节 广播新闻的结尾	(121)
第四章 广播通讯的写作	(133)
第一节 通讯的由来	(133)
第二节 通讯的特点与种类	(137)
第三节 广播通讯的特点	(144)
第四节 广播通讯的结构形式	(152)
第五节 广播通讯的开头和结尾	(154)

第六节	广播通讯的过渡和照应·····	(161)
第七节	广播通讯的标题·····	(164)
第八节	广播通讯的表达方法·····	(167)
第五章	新闻特写·····	(182)
第一节	新闻特写的定义与特点·····	(182)
第二节	新闻特写的种类·····	(187)
第三节	新闻特写的写作要求·····	(193)
第六章	专访的写作·····	(204)
第一节	专访的特点与种类·····	(204)
第二节	专访的写作要求·····	(220)
第三节	专访的采访工作·····	(224)
第七章	深度报道·····	(226)
第一节	深度报道的定义和特点·····	(227)
第二节	深度报道的形式·····	(229)
第三节	连续报道·····	(231)
第八章	录音报道的采制·····	(237)
第一节	录音报道的定义·····	(237)
第二节	录音报道的形式·····	(243)
第三节	录音报道的音响·····	(246)
第四节	录音报道的采访·····	(249)
第五节	怎样采录人物讲话·····	(254)
第六节	录音报道中的记者描述·····	(259)
第七节	现场报道的采录·····	(266)
第九章	广播新闻工作者的能力和知识结构·····	(275)
第一节	广播新闻工作者应具备的能力·····	(275)
第二节	广播新闻工作者的知识结构·····	(280)

第一章 广播的特点与优势

清晨，无论是在公园里，还是在马路上，都可以看到数不清的居民——年老的、年轻的；知识分子、工农群众；机关干部、青年学生——身带袖珍收音机，一边跑步、做操，一边收听广播，由此而拉开新的一天的序幕。

入夜，广袤城乡的万家灯火渐渐稀疏，收音机中动人的音乐旋律却仍然飞出窗外，传向宁静的夜空。工作了一天的人们，伴随着动人的旋律，慢慢地消除了疲劳，获得了美的享受。

广播是报告最新消息的信使；是传播科学知识的学校；是表演文艺节目的空中舞台；是指导人民生活的顾问。环顾今日世界，哪里没有广播的声音？！广播已经成为人们生活中须臾不可离的东西。

有人说，广播是传播最新信息的强手。这话毫不夸张——因为许多调查结果表明，广播所拥有的受众，明显地高于其它传播媒介。

广播的优势是很明显的。有幸从事广播新闻工作的人是幸福的。

第一节 广播的昨天和今天

有人认为，最早的广播应追溯到人类有了语言之时。那时候，人们还没有设备，只是通过口头传述，向他人传播新闻和故事。那些在街头上打鼓说书、沿街叫卖的人，可说是

最早的“播音员”。现在人们通称的广播，实际上指的是借助于无线电波和有线电路进行传播的广播。因此，不少语言学家，曾主张把现代的广播叫做“无线电广播”或“有线电广播”。

广播是人们传播信息的媒介，它的出现，适应了人们传播信息的需要。人类的传播史，大致经历过语言传播、文字传播和无线电传播三次历史性变革，经历过语言传播和文字传播的漫长历史时期。本世纪初叶，随着无线电技术的发展，电报、电话、广播、电视、电传真等开始发展起来，并迅速应用于大众传播。广播、电视则是这些无线电传输工具中最具代表性的、影响最为深广的大众传播工具。它们的出现，开辟了人类传播领域的新天地。

广播的诞生是以无线电的发现为前提的。无线电的发现，最早可追溯到19世纪初叶。1819年的某一天，丹麦基尔大学的汉斯·克里斯蒂·奥斯特博士，在做一项实验时，不小心将连接电池的导线落到了磁盘上，磁盘的指针剧烈地摇摆起来。这一现象引起了他的深思。他又反复试验过多次，意外地发现了“电”与“磁”的关系。英国科学家法拉第，在奥斯特实验的启发下，经过十多年的试验和研究，在1831年发现了电磁感应现象。1864年，英国理论物理学家詹姆士·克拉克·麦克斯威尔发现了电磁学基本原理，即振荡式放电，能产生放射性电波。这种电波能够不用导线传播。1873年，他发表了《电磁论》，在理论上确立了电磁学。他还用数学的方法证明，电波向外传播的速度和光速一样，每秒钟30万公里。德国科学家海尼·赫兹证实了麦克斯威尔的理论。从1884年起的几年中，赫兹在德国的几所大学中，依照麦克斯威尔的理论进行试验，终于发现了产生、发射与接

收无线电波的方法，发明了测量光波及电磁波波长的科学方法，并于1888年发表了名为《电磁波及其反应》的研究报告。这个报告被认为是有关电磁波特性分析的最早著作。为了纪念赫兹的贡献，1965年，国际无线电协会决定，以赫兹的名字作为无线电波长的计量单位。

赫兹的研究成果震动了科学界，各国科学家迅速掀起了研究无线电的热潮。意大利人马可尼和俄国科学家波波夫，同时在1895年发明了无线电报。马可尼还获得了无线电收发报机的专利权。1899年，他来到美国，成立了马可尼无线电公司，开始使用他的专利权。从此，无线电器材的生产便发展起来。

从那以后，人们又开始了用无线电波传送声音的研究，代表人物是加拿大科学家费森登。他原在加拿大讲授电机课程，从1900年开始为美国农业部气象局做无线电实验工作。不久，在别人的赞助下，他开办了国家电子信号公司，在马萨诸塞州进行试验，试图用无线电波传送人的声音和音乐。经过反复试验，他终于获得成功。他用他的器材传送音乐及人的歌声，许多好奇的人都到他的实验室来参观。费森登的研究，为声音的传送开辟了道路。

本世纪20年代，无线电广播发展极为迅速，电台也相继建立。在美国最先建广播电台的是威斯康逊大学，其电台名为WHA电台，建于1919年，主要用于播送市场行情和天气预报。1920年11月，美国KDKA广播电台正式在匹兹堡开始播音。据称，这是美国第一家取得营业执照的标准广播电台。几乎与此同时，苏联、英国和法国也办起了广播电台。苏联在列宁的关怀下，1920年1月利用无线电传送语言的试验获得了成功，接着就建立了试验台，在一定的范围

内播送讲演和音乐。1922年8月，莫斯科中央广播电台正式播音。英国广播公司于1923年正式播音。法国邮政部于1921年也建造了一座广播电台，通过艾菲尔铁塔发射，1922年建立国家广播电台。

广播电台从出现之日起，至今已有60多年的历史了。目前，在将近200个国家和地区中，只有3个小国家没有自己的广播。在苏、美、英、法、日本和联邦德国，广播事业的发展速度更是惊人，微波网四通八达。

随着无线电技术的发展，广播也不断由低级向高级发展。开始，电台一般以中波频率发射，用于近距离传递。后来，出现了短波和超短波，可以把声音传送到十分遥远的地方。

我国的广播事业起步较晚。1905年以后，无线电通信技术传入我国。当时的北洋军阀政府先是在天津设立无线电学校，培训报务员。随后开始在北京、天津、保定等地和北洋海军的舰艇上安装无线电收发报机。第一次世界大战以后，帝国主义在加紧对我国进行军事、政治、经济侵略的同时，在我国办起了第一批电台，进行文化侵略。最先来我国办电台的是美国人奥斯邦。1923年1月，他在上海开设中国无线电公司，办起了一座广播电台，发射功率为50瓦。由于设备简陋，加上无线电器材生意不好，这个公司办了3个月就停办了。1926年10月，哈尔滨广播电台开始播音，这是中国人自己办的第一座广播电台。筹建这个电台的，是奉系军阀。到1947年9月，国民党统治区共有广播电台101座，其中由伪中央广播事业管理处管辖的41座，发射功率为400多千瓦；其余为各省、市公营、私营及美军电台，共有60座，发射功率为30多千瓦。

我国人民的广播事业开始于1940年。当时，在日寇和国民党反动派的层层包围封锁下，陕甘宁边区的无线电器材来源十分困难。唯一的一部广播发射机是由苏联援助的。这部发射机经过长途转运已有损坏。承担建台任务的同志，对广播发射机作了反复的改装、调试，使它适合于语言广播之用。其余的许多零部件，少量是秘密由大后方和敌占区运进延安的，大部分要靠自己土法制造。为了解决语言广播的供电问题，他们把一部破旧的汽车头改装成发动机，用洋铁桶做成煤气发生炉，用烧木炭产生的煤气代替汽油作燃料。没有发射塔，他们想方设法把几根大木杆子连接起来，竖立在山头上，用“木塔”代替铁塔，架起发射天线，把无线电波发射出去。1940年12月30日，延安新华广播电台首次广播。1980年，经过中共中央宣传部批准，将1940年12月30日定为中国人民广播事业创建的纪念日。

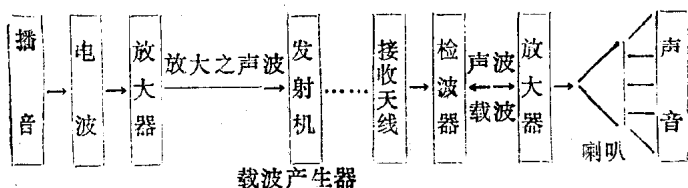
解放以后，我国的人民广播事业蓬勃发展。1955年，我国开始在农村建立有线广播网。到1986年底，全国拥有广播电台278座，拥有发射台和转播台830多座，调频台1000多座。全国2000多个县都建有广播电台、站。全国已有收音机2.4亿多架，拥有广播喇叭1亿多只。广播已经成为我国最为普及的传播工具。

第二节 广播的长处与短处

广播是以电子音像技术为传输手段的多功能的大众传播媒介。它通过无线电波或电缆导线向广大地区播送广播节目，供听众收听。按照传输方式的不同，广播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，简称

为“广播”；既播送声音，又播送图像的，叫电视广播，简称“电视”。本书所论及的，仅涉及声音广播，即“广播”，不包括“电视”。

不管是无线广播，还是有线广播，其传播过程都可以这样概括：它通过发射装置发出电波，传送载有信息的声音，供听众收听。广播传播的基本过程，简单地说就是先把声音变成声波和电波，再把电波还原为声波和声音，供听众收听。其传送或传播的过程，可用示意图表示如下：



广播的传播方式，与报纸、刊物相比，有以下三点不同：

1. 传播的媒介不同。广播的传播媒介是声音，包括有声语言、音乐以及各种音响，是给人听的。报纸、刊物的传播媒介是文字和图片，是供人看的。

2. 传播的载体不同。广播的载体是无线电波或导线，无线电波的传播速度达每秒钟30万公里；报纸、刊物的载体是纸张。

3. 传输的手段不同。广播是通过发射装置和接收装置发射与接收；报纸、刊物主要通过邮电系统投递。

由于广播在传播媒介、载体、传输手段诸方面都与报纸、刊物不同，这就产生了它的独有的宣传特点。它的长处和短处也由此而生。

那么，广播这一传播媒介具有哪些长处呢？

第一，传播信息的及时性。广播的传播载体是无线电波，无线电波的速度极快，1秒钟可绕地球7圈半。播音员和听众虽然相隔千山万水，但是，播音员的声音却能通过无线电波立即传入听众耳中，就像面对面听讲一样。广播的这种传播及时性，是报刊所无法比拟的。报刊由于受投递的影响，往往要半天、一天、几天甚至几十天才能送到读者手中，及时性远远不及广播。例如，中央电台一位记者一次到西藏阿里地区采访，发现那里新到的《人民日报》是38天前出版的，《光明日报》是77天前出的，《西藏日报》是46天前出的。在湖北省的一些边远山区，也流传着“书报杂志，半月才到”的说法，说明报刊投递缺乏及时性。正因为这样，报纸这个新闻纸，在无线电广播诞生以后，已经成为“旧闻纸”了，越来越多的人靠听广播来了解国内外大事。例如，第二次世界大战后，美国曾经作过一次调查，内容是，在第二次世界大战中，哪一种新闻媒介在公众服务方面贡献大？调查结果是，认为广播贡献大的占67%；认为报纸贡献大的占17%；认为电影贡献大的占4%；认为杂志贡献大的占3%；没有明确结论的占9%。近年来，随着电视事业的发展，美国人获取新闻信息的途径发生了一些变化，53%的人靠看电视，30%的人靠听广播，10%的人靠看报纸，5%的人靠阅读杂志，还有2%的人依靠其它传播媒介。我国由于电视还不普及，加之播出的时间少，大多数人主要靠听广播获取新闻。1983年，中央人民广播电台对首先从何处获悉六届人大一次会议召开这一问题进行了调查，收回调查表1157份。结果是，首先从广播中获得消息的964人，占83%；首先从电视里获得消息的137人，占12%；首先从报纸上获得消息的56人，占5%。1983年，江苏省新闻单位和新闻研究

单位合作，对全省13岁以上的4000万人进行了抽样调查，结果表明，主要依靠广播获取新闻的占57.21%；主要依靠报纸获取新闻的占15.20%；主要依靠电视获取新闻的占9.42%；还有13.15%的居民主要靠“听人说”获得新闻。之所以出现上述情况，主要原因在于，报纸的投递速度较慢，不能满足受众的需要；电视不普及，收听也不如广播方便，广播则具有及时、方便的特点，随处都可收听，是人们获取新闻的理想工具。

广播传播信息的及时性，表现在哪些方面呢？它既可以把刚刚发生的新闻事实马上告诉听众，又可以随着时间的推移，把重大新闻的发展变化过程不断地告诉听众，还可以用转播的方式，把正在发生的新闻事件直接告诉听众，使听众在新闻事件发生的同时，就知道新闻事实。由于广播具有迅速及时的特点，所以列宁称它是“不要纸张，没有距离”的报纸。

第二，收听对象的广泛性。广播的收听对象极为广泛，上至白发苍苍的老人，下至学龄前儿童，只要是耳朵不聋，都可以收听。因此，在诸种传播媒介中，广播所拥有的受众是最多的。据江苏省新闻系统1983年的调查，全省94.58%的居民是广播的听众，64.54%的居民是电视的观众，54.47%的居民是报纸的读者。

广播的收听对象为什么比较广泛呢？究其原因，大致有以下几个：

1. 广播通俗易懂，收听广播在较大程度上不受文化水平的限制，不识字的人也能听懂。

2. 广播播出的内容非常丰富，可以满足不同听众的需要，可以吸引不同要求的听众。

3. 广播播出的时间比较长，可以适应不同收听时间的听众的需要。正因为广播具有收听对象极为广泛的特点，在制造舆论方面，它的作用是很大的。革命的政党和人民依靠它来传播真理，宣传正确的主张，把它当成最强大的现代化舆论工具。一些企图通过政变夺取政权的人，也极力利用广播收听对象广泛这一特点，竭力抓住广播不放。本世纪60年代以来，国外曾发生多起军事政变，政变的首脑首先抓的是电台和军队。

第三，表达内容的传真性。广播的传播媒介是声音。依靠声音进行传播，可以把新闻人物的喜怒哀乐和新闻的现场音响如实地、毫不走样地传播出去，因此具有极强的传真性。这种传真性，使得广播大大增强了感染力和真实感。

先说说广播传播的感染力。有声语言比文字具有更强的感染力，这是被大量事实所证明了的。读一篇报道某先进人物事迹的通讯和听一遍关于他的事迹的报告、念一遍广播稿与听一遍写稿人的讲话录音，其感受是大不相同的。前者远不如后者印象深刻。读一篇中国女排姑娘夺魁的报道与听一场比赛的实况转播，效果也大不相同。有声语言之所以比文字具有更强的感染力，原因在于声中有情。优秀的广播员在使文字转化为声音的过程中，能够较准确、真实地表达出作品的立场、观点、思想感情和逻辑关系，从而增强作品的说服力、感染力和鼓动性。文字本身虽然也有“情”和“感染力”，但是，这个“情”和“感染力”是渗透在字里行间的，不像有声语言那样更直接地诉诸人的感官。

广播传播比文字传播具有更强的真实感，这也是为众多事实所证明了的。广播可以把新闻现场的各种音响和新闻人物的话语毫不走样地传送给听众，使听众产生如临其境、如见

其人的感觉，这种活生生的真实感是文字报道无法取代的。1981年8月，原国民党空军少校黄植诚架机起义。当时，台湾当局欺骗舆论，说他是“迷失方向”。中央人民广播电台很快广播了黄植诚的讲话录音，由黄植诚自己来介绍他架机起义的动因和经过，使台湾当局的欺骗宣传不攻自破，广播传播的传真性在这里起到了任何书面语言也难以起到的作用。

第四，收听节目的方便性。由于广播的发射地点固定，发送节目准时，受其它因素干扰较小，接收机又日益袖珍化，这就给广大听众接收广播节目带来了许多方便。同时，广播诉诸人们的听觉，人们可以一边做别的事情，一边听广播。正因为这样，无论是盛夏还是寒冬，每天早上，我们都可以看到，人们一边跑步或做其他锻炼活动，一边收听广播。在工厂和农村，我们也经常看到人们一边劳动，一边听广播。广播节目已成为人们学习、生活中不可或缺的精神食粮；听广播，也成了人们生活的一个重要组成部分。从收听工具来看，1984年全国已经有收音机2.1亿台，有广播喇叭1亿只，收录两用机1000多万台。如果一个收听工具供3个人收听，全国就有9亿多人听广播，其听众队伍多么庞大！

正因为广播具有上述明显的长处，在我国城乡，广播已成为人们最容易接受、最有可能选择的一种大众传播工具。这并不是因为人们偏爱广播，而是受某种规律的制约。美国著名的大众传播学家威尔伯·施拉姆在其著作《传播学概论》中，曾就受众选择何种新闻媒介现象提出过这样一个公式：

报偿的保证 ÷ 费力的程度 = 选择或然率