

XIN MEI TI SHI DAI XIN WEN BO YIN ZHU CHI LI LUN YU SHI JIAN

新媒体时代新闻播音主持 理论与实践

杨 忠 著



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

XIN MEI TI SHI DAI XIN WEN BO YIN ZHU CHI LI LUN YU SHI JIAN

新媒体时代新闻播音主持 理论与实践

杨 忠 著



合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体时代新闻播音主持理论与实践/杨忠著. —合肥:合肥工业大学出版社,2015.9

ISBN 978-7-5650-2430-6

I. ①新… II. ①杨… III. ①新闻—播音—语言艺术②主持人—语言艺术
IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 213750 号

新媒体时代新闻播音主持理论与实践

杨 忠 著

责任编辑 朱移山

出 版 合肥工业大学出版社
地 址 合肥市屯溪路 193 号
邮 编 230009
电 话 总 编 室:0551-62903028
市场营销部:0551-62903198
网 址 www.hfutpress.com.cn
E-mail hfutpress@163.com

版 次 2015 年 9 月第 1 版
印 次 2015 年 9 月第 1 次印刷
开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16
印 张 14
字 数 253 千字
印 刷 合肥学苑印务有限公司
发 行 全国新华书店

ISBN 978-7-5650-2430-6

定价:38.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

序 言

与杨忠结缘源于他从新闻节目主持人转行做教师,后来逐渐了解到他是一个对播音专业非常痴迷的年轻人。他是理工科的底子,然而却经受住了无数次的考验,最终成为一名电视新闻主播,一干就是十几年。在当新闻主播期间,他将大量的时间用于一线采访,是个集采编播制于一身的多面手。

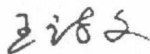
当下电视播音员、主持人转型的很多,杨忠选择了到学校任教,还是因为对播音艺术的热爱。几年下来,他一直在新闻播音领域深入地研究,这本书是他在多年担任主持人和记者双重角色的基础上,对新媒体环境下新闻主持人专业技能的拓展性思考;尤其是在依托中国传统文化的基础上发展播音学的相关理论,是建设性的,国内并不多见。作为安徽省教育厅2014年省级教学研究项目“庄子‘守’和‘忘’视阈下的播音主持课程改革”的研究成果,这种理论发展可喜可贺。以庄子“守宗”和“坐忘”的理论视阈研究播音发声、文化超越、文化回归等一系列问题,推开了一个新领域的大门,是中华博大精深的传统文化与传播艺术融合的探索,也是多年来杨忠同志在专业上辛勤耕耘的果实。

现在学传媒的学生很苦恼:广播电视等传统媒体岗位要求很高、不容易进去,而面对新媒体又不知道怎么去创业?旧的传播模式正被分化,新的传播秩序尚未形成。广播电视实践工作者和理论工作者也一直都在关注新媒体与传统媒体的融合研究,杨忠同志的著作是一项专门性的研究。它探索新闻播音在新媒体环境下的发展和演变,涉及新闻播音员、主持人的应对策略和新传播模式的业务拓展,很及时,很有必要!但这只是刚刚起步,搞研究需要坚持、需要创新、需要勇气。试想一下,人类历史上的很多新发现都是在先人们一步步的坚持中探索出来的。希望杨忠同志继续在这一领域辛勤耕耘,努力探索,取得更多成果,成为国内这一研究的拓荒者。在传统文化与播音主持专业的互融共通方面突出特色,使之系统化,构建一个新的理论家园。

在慕课教学的先进理念指引下,依靠多年项目化教学的实操积累,杨忠同志将自身的传媒一线实践经验和理论教学的专业反思相结合,他将全书分三个部分:第一部分为理论发展,第二部分为项目化的学习情景设计,第三部分是训

练资料。作为新媒体环境下新闻播音业态的发展,项目化的训练环节打破了传统媒体对广播和电视的分类,而是分为传统新闻播报、传统新闻配音、民生新闻播报、民生新闻配音四个领域。这样的区分,使得不同基础的学习者都能着手介入,这是为了适应新媒体的变化而另辟蹊径,是一种大胆尝试。该书作为一种理论探索,既适合于理论研究者借鉴,也适合于普通读者和学生学习;既可用于传统课堂教学,也适合于大规模在线教育(MOOC)的方式学习。

《新媒体时代新闻播音主持理论与实践》是杨忠对当下新闻播音主持这一领域的观察与总结,当然,并非没有值得商榷的地方。任何学术认识,都可以在探索中不断深化和完善。观点的分歧,可以在多次讨论中,在各抒己见时,求同存异。是为序。



2015年5月20日

(王诗文,安徽广播影视职业技术学院党委书记,安徽大学艺术与传媒学院党委副书记,教授;省级教学名师,培育发展了安徽省内第一个播音主持专业)

引言

“白岩松们”:痛并快乐着到年老? ——对网络时代新闻主持人身心回归的思考

新媒体时代传统广播电视新闻节目的制作播出,还是像不会停歇的火车一样按照原来的运作模式向前行进着。所不同的是,每天打磨出的广播电视新闻节目会被碎片化地转载于各大网站等新媒体。语音的碎片化、视频的碎片化,被一条条地陈列在各种新媒体的平台,等待着人们进行类型化的搜索。每个人都在扮演着接收者和传播者双重角色,这是时代的发展使然,更是传媒人必须适应的新业态。广播电视播音工作如果不正视媒体的新变化,一味地故步自封,所制作的节目势必会被丢在无人搜索的角落,最后被丢进回收站,甚至直接清空。另一方面,尝试涉足新媒体传播的人们若不深入学习新闻传播的规律,更会面临同样的命运。

新的传播环境一定会有新的传播手段和技能,环境变了不是坏事,研究新环境,发现新方法,对习惯了传统媒体运行机制的广播电视人来说未尝不是件好事,因为跳出传统媒体,我们面对的是一片广阔的、待开垦的天地,虽然未来的路需要探索、需要创新,但这不正是作为媒体人应该追求的吗?

笔者从事新闻播音主持工作十多年,从事新闻播音教学工作近十年,亲身经历过新闻播音的发展变化。人类的每一次技术革命都会带来生存方式的改变,就广播电视而言,我们这一代人正经历着两次革命,即广播电视的兴起和在互联网时代的全媒体融合。那么,互联网时代的新闻播音会丧失其传统媒体时代的宠儿地位,还是被迫演变?未来的发展只有传播实践会告诉我们,但是有一点可以肯定:时间不会很长。在网络时代,从新闻播音到新闻主持的超越,已经不仅仅停留在屏幕业务上,更重要的是互动的、开放的传播压力以及脑体透支导致的从业人员身心健康问题,开始威胁到其可持续发展。完成从媒体人到生活人的文化回归,对一个职业新闻主持人来说将终生受益。本书在新媒体的大范畴下,通过对播音主持的业务解构来思考其素质构成,以传统文化的视域来分析新闻主持人的完善方向。

在这几年的播音教学中,一个以前没有遇到的问题逐渐浮出水面,就是更多的播音系学生愿意做广播而不愿意做电视了。问其原因,是因为电视容易出名,会带来很多麻烦,而广播则既可以拥有自己喜爱的话筒又可以平静地生活。这种困惑是还没入行的学生面临的,而已经在岗的播音员、主持人也会面临出名所带来的双刃剑的考验。因为时代已经将广播电视人带入了无线互联网时代,传统媒体人必须冷静思考面对。

一、试用传统文化的眼光审视新闻主持人

在经济危机的背景下,文化产业还有着反危机的发展潜力。2015年的网络视频还在迅猛发展,原本就很激烈的电视媒体之间的竞争将迅速升级,电视制作团体面临更大的挑战!身处网络时代的新闻主持人除了要经历从语言犀利、风格独特、状态出色,到拥有忠实观众群的超越过程,还要面对互动的、迅捷的网络传播压力。很多主持人都不愿意过多谈及长期处在新闻主持岗位上的感受。光环、节奏、压力、身心疲惫、新闻麻木……每个从业者都遇到过或正在经历这些问题,怎么面对?

老子《道德经》的中心思想就是——人类的智慧只有遵循大自然的法则,才能把人类和人类文明引领上一条正确的道路,这条道路就是人类文明和自然法则的和谐。它仅有5000多字,却影响了中国人几千年。笔者在做了十多年新闻主持人,经历了业务超越、文化超越之后,一个偶然的机会我接触到了道家的思想,庄子养生学中的“守宗”与“坐忘”的阐述使我受到很大启发。我将新闻主持人劳心的内容分为两部分,一部分是万变不离其宗需要终生牢记的,就是庄子说的“守”;另一部分是用过后就扔到废纸篓的、需要从脑子里驱除,也就是庄子说的“忘”,当然驱除这些还有很多层级。《庄子·大宗师》里说“堕肢体,黜聪明,离形去智,同于大通,此谓坐忘”。这一试便是五六年,用当下时髦的话来说:这种“守”和“忘”的纠结成了工作的精神依靠。逐渐有所感悟、有所收获!进而开始慢慢读老子、庄子,最终才算是彻底从新闻疲劳状态中走了出来。所以我开始用道家的眼光来审视时下新闻主持人文化回归中遇到的一些问题,努力探讨一些解决途径。

二、广播电视需要新闻主持人不断超越

即使从1940年延安新华广播电台创办和1958年北京电视台开播起算,中国广播电视的发展历程仍然过于短暂。职业传媒人站在媒体的高端,热议人世沧桑、社会百态,真有指点江山、呕心沥血的意味,而面对拥有五千年文化底蕴的中国和处于网络时代的十几亿观众,直播节目更是对主持人的思维与视野苛

刻到了极限。名人效应在网络时代变成了全媒体传播,任何人任何时候都可以对他关注的人和事发表意见和看法,当然新闻主持人也并非只有在电视上播报新闻时才是公众形象,他在任何时间、任何地点都可能成为被人关注的对象。从20世纪90年代起,在中国电视改革的洪流中,白岩松凭借良好的新闻功底、犀利的语言风格和扎实的文化底蕴,一直陪伴着与传媒一起成长起来的中国观众。在改变中国新闻话语方式的同时,他也逐渐获得了观众的喜爱,并一步步在大浪淘沙中走向成功。他从二十多岁初出茅庐崭露头角便开始“渴望年老”,到今天年逾不惑事业如日中天,白岩松依然冷静、睿智、正直。不知现在是否真的尝到了变老的妙处?应该说中国电视成就了白岩松。传播学中有一个说法,称之为舆论领袖,老白差不多了。正像前些年白岩松在网上“被自杀”时央视一位主持人说的:因为当时的白岩松几乎是央视主持的一面旗帜,地位和能力没有几个人能比。

当然,睿智是需要阅历与经验做基础的。美国有线新闻网中的新闻60分栏目从来都是雇佣媒体从业的长辈与年长者,所以白岩松在20世纪就颇为矫情地说“渴望年老”。一本记录他从大学时代到而立之年的自传书籍《痛并快乐着》,可以让很多人刚看几章就找到自己年少无知时的模样。20多年前的白岩松与今天的毕业生同样面临着迷惘、无助,但他最终走出了自己的道路,始终还是那句话:没有跨不过的坎,只有跨不过坎的人。

三、网络对新闻主持人生存状态的影响

网络给电视主持人带来了新威胁。首先,电视在网络时代已经不具备独家的优势,它的优势只能是权威!因为它拥有实力雄厚的创作团队。其次,由垄断传媒到权威传媒的转变,使得身处网络时代的新闻主持人不得不更加重视保护自己。他们只有自己建立起防护阈限来承受各种压力。

但是,我们不可忽视的是:新闻主持人首先是大写的人,而作为一个生理人面对新闻主持的岗位,是需要很多特有的调节。这一点白岩松本人避而不谈,外界找不到一点信息。还是在2009年,国家广播电影电视总局主办的首届全国播音员主持人培训班上,他的讲课结束前有个互动环节,有人向他提问:作为一位名主持人,在这个行当你做得比别人成功,付出的肯定比别人多,你怎样调节自己的身心以适应快节奏的新闻工作状态?他回答道:不出去吃饭。接着他便转移话题,说的都是些关于不出去吃饭之类的话。对方又追问:电视新闻要做到权威只能依靠什么?比如专业上的表达方式;细节等方面的挖掘,那么你投入就得比别人多,怎么调节自己的身心?他回答:还是不出去吃饭!

可能新闻主持的工作节奏没有对他的身心状态产生多少影响?但是人们

总会心存疑惑:因为痛并快乐着可以,渴望年老也不无道理。但是痛并快乐着一直可以到年老么?或许身处网络时代的老白有他的苦衷?就像春晚上的魔术,无论魔术师现场表演如何让人叹为观止,但是几分钟后网络就有人将其全部破解!作为名人他不得不时时保护自己,公之于众的东西一定得经得住推敲,但总不至于对这方面的问题没感觉?也许我们只能说白岩松还欠火候,还“老”得不够。那么,没有了从名主持人到生理人的回归过程,我们对这位中国标志性的新闻主持人的解构似乎永远画不上句号。

四、完成从名主持人到普通人的心态回归

到这里我忽然想到一些问题:新闻主持人要成功非得年老?

在脑力精力还够用的时候我们有针对性地磨炼自己适应这种工作特点不可以吗?新闻主持人作为一个生理人的文化回归从什么时候开始?

大凡能坐稳大众传媒新闻主持人岗位的,说句不好听的话都是人精。超越有乐趣更有成就感,可以让自己痛并快乐着。但问题是,怎样从一个被放大的、业务和文化关怀都非常让人交口称道的主持人回归到一个生理和心理都很淡定的人?

功成名就的主持人面对那么多仰视的目光难免会飘飘然。打江山容易,守江山难!语言业务的超越、新闻业务的超越、文化底蕴的超越,都属于创业,而稳定心态、强壮身体,应该是守业了。借用厦门大学易中天教授的话:文学是给人以幸福感的。我们从文史哲经典中汲取营养!比如说,从《道德经》《庄子》《诸子百家》等从典籍中汲取营养。能站在信息高速更新的时代前沿与哲人对话,也许只有新闻主持人这个行当可以体验!其实各种方法都是为了忘却,从而给大脑留下一些新的空间。仁者见仁,智者见智,每个人都应该努力在积极的状态中解压,比如真情、聊天、运动、旅游……

功成名就的主持人在多种解压方式中抓紧时间找到最适合自己的方法,但方法一定是主动的而不是被动的,是稳定的、可持续的,是能够逐渐自主调控的。开始时他们也许做不到,不过只要方向正确就一定要坚持!这也许是一个长期的过程,方法得当的话就一定跨过这个坎,而且将会终生受益。

目 录

引 言	(001)
-----------	-------

第一部分 理论发展

第一章 新媒体环境下新闻播音员和主持人的生存	(003)
第一节 广播电视和新媒体发展概说	(003)
第二节 新闻播音员和主持人的职业状况	(013)
第三节 新闻主持人的自我超越	(018)
第四节 自媒体主持人的发展现状和前景	(023)
第二章 新媒体时代的新闻播音	(026)
第一节 新媒体时代新闻播音表达的基本要求	(026)
第二节 新闻播音发声训练的探索和拓展	(029)
第三节 新媒体背景下新闻播音表达的典型问题	(036)
第四节 新闻播音的语言表达样式	(041)
第五节 新媒体背景下的新闻评论播音	(044)
第六节 新媒体背景下的新闻专题播音	(049)
第七节 新媒体中的电视新闻播音	(054)
第三章 新媒体时代的新闻主持	(061)
第一节 新媒体时代的新闻主持综述	(061)
第二节 新闻主持的即兴表达	(067)
第三节 新媒体新闻节目主持人的策划和采访	(078)
第四节 新闻节目主持人素质的文化建构	(081)
第四章 新媒体视听新闻的发展	(087)
第一节 《大鹏嘚吧嘚》的成功探索	(088)
第二节 网络播音主持的基本要求	(092)
第三节 网络新闻主播的能力培养	(094)

第四节	网络主持人的专业性实践	(095)
第五节	用庄子“守宗”和“坐忘”的视角分析新闻主持人的 网络生态	(096)

第二部分 学习领域设计

一、学习领域定位	(105)
二、学习领域目标	(106)
三、学习领域内容与学时安排	(107)
四、学习领域的设计	(108)
五、方法与手段	(132)
六、实施条件	(134)
七、准备与实施	(135)
八、作业	(148)
九、评价(考核方式)	(149)
十、结束语	(151)

第三部分 训练材料

一、时政新闻	(155)
二、民生新闻	(164)
三、新闻专稿	(174)
四、新闻评论	(203)

参考文献	(211)
------------	-------

编后话	(213)
-----------	-------

第一部分

理论发展

第一章 新媒体环境下新闻播音员和主持人的生存

第一节 广播电视和新媒体发展概说

一、广播

所谓广播就是指广泛传播。就像今天的网络技术一样,20世纪初人们在无线电技术达到要求时通过有线或无线电波向广大受众传播声音,广播成为供人们直接收听的一种大众传播工具。它的诞生在当时也是革命性的。

1906年12月24日,驻留在加拿大纽芬兰岛的几名船舶报务员收到一则电讯,一名男子以低哑的嗓音报出CQ的呼号,一边放小提琴曲,一边朗读圣经。他就是美国匹兹堡大学的教授弗森登。有人认为这是人类历史上第一次进行的正式广播。

1902年只有小学文化程度的美国人斯塔布非尔德在肯塔基州穆雷市进行了一次试验广播,成为广播史上的第一名播音员,人们称之为“无线广播之父”。

1920年11月2日,美国第一家广播电台开始播音。呼号为KDKA。而“大众传播”一词最早出现在1921年的一家无线电话的使用说明书里。

1925年,中国人自己创办了“天津无线电台”,是由北洋政府交通部在天津创办的。呼号为COTN,功率是500瓦。

1927年3月19日,我国第一家私营电台——上海新新公司广播电台成立。

1928年,国民党政府在陈果夫的主持下创办了“中央广播电台”。

中共领导下的人民广播于1940年12月30日在延安创办。呼号为XNCR,全称为“延安新华广播电台”,其中X为国际无线电委员会授权中国呼号的第

一个字母, New Chinese Radio 意为“新中国广播”。早期的播音员是徐瑞章(女)和姚雯(女)。

新中国广播的第一位男播音员是齐越(1922—1993),他原名齐斌濡,笔名遥拉,河北高阳人。1949年10月1日,他担任中华人民共和国开国大典的现场播音;1950年加入中国共产党,历任北京新华广播电台播音组组长、中央人民广播电台播音部副主任、播音艺术指导、北京广播学院播音系教授。

1959—1977年,我国农村广播达到鼎盛时,全国拥有1亿多个小广播。1983年,国家开始实行中央、省、市、县四级办广播的政策,从而开始扬独家之优势,汇天下之精华,走出新中国广播自己的路。

在“文革”时期,广播节目内容空泛,形式呆板。直到改革开放之后,1981年元旦,中央人民广播电台台播音部开办“空中之友”栏目,徐曼成为我国第一位节目主持人,她亲切甜美的声音特点逐渐被两岸华人受众所接受。

1981年,广东电台李一萍、李东主持的大众信箱开播,特点是口语化、一对一交流,打破了“文革”后居高临下、假大空的风格。当时号称“徐、李模式”。

1986年12月15日,广东珠江经济广播电台开播,他们面向社会招聘了24名主持人,节目分为8大板块,采用主持人中心制,实行采、编、播合一,标志着与报纸模式的决裂,这也是当时的“珠江模式”。之后全国各地电台纷纷效仿,相继开办了70多家经济广播电台。

1992年至今,上海东方电台、杭州西湖之声电台开播,采用受众电话参与节目的方式实现了人际传播与大众传播的有机结合,实行靠点播起家、靠热线电话参与发展的策略,标志着以传者为中心向以受众为中心的转轨。从1992年开始,广播的人际传播和大众传播的互动结合不断向前发展,从此以后,广播进入改革期,这种改革是宣传意识所为,而非受传播技术的影响。

世界主要跨国传媒集团有美国在线时代华纳、美国维亚康姆、贝塔斯曼、新闻集团。西方世界四大通讯社是路透社、法国新闻社、美国联合通讯社、合众国际社。美国三大广播公司是哥伦比亚广播公司CBS、美国广播公司ABC、美国有线新闻电视网CNN、中东CNN(半岛电视台)。美国之音创办于1942年9月,简称VOA,每条新闻不超过一分钟。

2000年以后,互联网技术不断发展。互联网是一个由各种不同类型和规模的、独立运行和管理的计算机网络组成的世界范围的巨大计算机网络——全球性计算机网络,英文名是Internet。在互联网时代,广播开始向“窄播”和“类型化”方向发展,随着汽车广播的迅速发展,交通广播成为未来广播的方向。手机APP业务的推广也在不断深入,手机广播将会迎来新的发展空间。

二、手机广播

手机广播是手机媒体的一种存在形式。它目前有两种方式：一种是插上耳机收听传统的广播节目；另一种是安装各种手机广播软件收听或上传所谓“手机广播”，它们因 WIFI 无线网的普及而产生，目前流行的有考拉 FM、荔枝 FM 等。随着软件技术的飞速发展，更便捷、更新鲜的手机新闻广播将会出现（见图 1-1）。



图 1-1 手机广播电台台标

（一）手机广播概述

手机广播就是利用智能手机的收音和上网功能收听广播。它有两层含义：一是在手机中内置了 FM 广播调谐器，用手机可以直接收电台广播节目；二是随着 3G、4G 和 WIFI 无线网的发展，依托于移动通信、网络和互联网络，用上网手机实时收听或点播网络广播节目。作为新的媒体终端，对广播电台来说，手机广播拓展了广播的新时空，增加了节目的外延；手机广播开发了新的商机，更是技术上的一次创新，而直接受益者则是广大的广播受众。

（二）手机广播媒介的特性

手机广播作为手机媒体的一种，将广播媒体与手机媒体的功能有机结合，表现出与众不同的媒介特性，手机已然从通信终端变成信息终端。目前主要体现在以下三个方面：

1. 跨媒体的信息共享

首先是多媒体性。手机与网络技术结合后，在充分发挥手机自身语音传输能力的同时，集文字、图片、声音、视频于一体。如 3G 乃至 4G 手机对用

户最大的吸引就在于内容,由于拥有足够的带宽,手机得以在线听广播、看视频、视频点播等。一机在手,可以共享多种媒体信息。

其次是可检索性。网络广播的技术优势使得电台等内容提供商建立自己的专业资源库成为可能;广播节目成为可查询、可检索的信息资料,为手机广播的受众搜寻、检索广播节目资源提供了必要的条件;同时,也为其他媒体共享广播信息资源,特别是音频资源创造了条件。

再次是信息的开放性。如用手机发短信、打热线电话参与广播节目。受众在收听手机广播后,可以上网查询更详尽的消息,把信息再反馈到电台直播节目。手机收听网上广播不受传统广播覆盖范围的限制,可以超越更广大的地理空间,手机广播实现了双向甚至多向的跨媒体信息交流。

2. 多向的互动方式

手机广播相对于传统媒体,具有多向互动的传播优势。一是与传统媒体的互动。手机广播可以和广播、电视、报刊实现互动,如用短信或者热线电话方式参与节目,和主持人或者受众讨论相关话题,发送下载音频、图片资料给传统媒体。二是与广播网站的互动。受众可以用手机广播在线收听、点播节目,也可以发电子邮件或者进入聊天室、论坛、网上调查等参与电台的节目讨论。三是与受众的互动。手机广播最大的优势就是可以利用手机直接通话交流,链接不同媒体的受众群,促使不同媒体之间的受众进行多向的沟通和交流,实现更广泛、迅速的互动。

3. 个性化的传播特点

手机广播深层次地挖掘出了手机媒体的社会价值和传播价值,充分体现了个性化的传播特点。

首先,实现“一人一媒体”。手机精巧、轻便,便于随身携带,使人们可以随时随地收听广播。手机广播在传播的分散性方面达到了目前其他大众传媒尚无法企及的高度,使大众传媒和个性化传播实现了完美的结合,达到了点对点传播的效果。

其次,接收的主动性。受众利用手机上网,收听自己喜欢的节目,也可以按照自己的意愿随时点播节目。随着通信网络覆盖率的提高和无线通信技术的发展,手机广播将使受众在全球范围内收听自如。

再次,内容的指向性。手机广播在节目内容上更加具有指向性和针对性。尼葛洛庞帝在《数字化生存》一书中说:“在后信息时代,我们的生存环境变得越来越数字化,大众传媒的受众往往只是单独一人,信息变得极端个人化,个人化是窄播的延伸,媒介的受众从大众到较小的和更小的群体,最后终于只针对个人。”手机广播验证了这一说法。从广播到窄播,再