

应用广播学

13 所大学 编著

新华出版社

应用广播学

13 所 大 学 编 著

新 华 出 版 社

G220

~~SDB~~

KWJ

441316

应用广播学

13所大学编著

•

新华出版社出版发行

新华书店经销

北京燕山印刷厂印刷

•

850×1168毫米 32开本 10.875印张 插页2张 250,000字

1988年8月第一版 1988年8月北京第一次印刷

印数, 1—1,500册

ISBN7-5011-0234-1/G·66 定价, 3.30元

《应用广播学》编委会

顾问：曹 璐

主 编：康文久

副主编：宋品新 王瑞棠 于 枫 魏 东

特邀编委：（按姓氏笔划排列）

白谦诚 李向明 曹仁义

编 委：（按姓氏笔划排列）

于 枫	王瑞棠	亢淑芬	邬武耀
张 颂	吴 缦	吴天慧	宋品新
李 苗	吕 萌	哈艳秋	贾世秋
康文久	程道才	薛 洁	魏 东

前 言

随着我国广播事业的迅速发展，全国几十所院校的新闻系或新闻专业，最近几年相继开设了广播学课程。但是，除了北京广播学院外，大多数院校缺乏教材，我们还没有一本适合于一般新闻院校使用的简明、系统的广播学课本。这种状况，严重影响着广播学教育的发展。

另外，广播战线上的广大从业人员，尤其是新走上广播战线而又未受过专业教育的青年同志，也亟需一本内容齐全、通俗易懂的广播学自学读本，以期提高广播业务水平。

为了适应这种需要，我们十三所院校教广播学的教师，并特邀广播电影电视部的三位主任编辑，在顾问曹璐老师指导下，通力合作编写了这本书。

本书的编写原则是理论与实际相结合，知识与应用相结合，着重点是“应用”，其目的是使学生学以致用，尽快提高广播业务工作的实际能力，故取名为《应用广播学》。

本书着重讲述广播传播的特性，广播的采、编、播等业务工作的规律和方法，并注意吸取广播科研的新成果，力求反映广播科研和广播事业的新发展。

在编写过程中，参考了北京广播学院的有关教材以及广播战

10
D11-4/33

线专家、学者们的有关论著。在此，谨向各位老师、专家、学者致谢。

中共中央宣传部新闻局、中央人民广播电台、中国国际广播电台、国家民族事务委员会文化司、国家教育委员会教材处等单位；中国新闻教育学会会长温济泽，中共中央宣传部新闻局有关领导洪一龙、孙晓阳，中央人民广播电台台长杨正泉、副台长张振东、文艺部副主任钟春森、地方新闻部主任编辑康平，中国国际广播电台台长于蒨、副台长张振华、主任编辑唐健群，中国广播电视出版社副社长张效炎，国家民族事务委员会文化司副司长任亦农，中国人民大学新闻系甘惜分教授、系主任何梓华，北京广播学院新闻系主任赵玉明，国际关系学院新闻系新闻教研室主任向前等，都曾对本书的编写给予积极的支持与指导。为此，本书编委会对上述领导机关和同志们表示衷心感谢。

广播学是一门新兴的学科，很多问题尚在探讨之中，我们在这方面的研究也是刚刚起步。采取如此广泛的联合形式编写广播学教材，这还是一个尝试。加之时间仓促、我们的水平所限，舛误在所难免。我们热忱欢迎使用本书的教师、同学和广大读者提出批评指正。

编 者

1988年3月

目 录

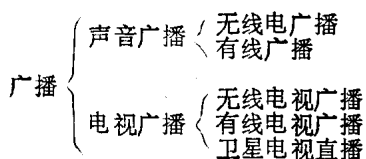
第一章 绪论	1
第二章 广播事业简述	16
第三章 广播采访	32
第四章 广播编辑	56
第五章 广播新闻	80
第六章 广播通讯	103
第七章 广播评论	131
第八章 录音报道	151
第九章 主持人节目	179
第十章 文艺广播	192
第十一章 国际广播	230
第十二章 广播广告	248
第十三章 广播语言	273
第十四章 播音	300
第十五章 广播事业管理	315
第十六章 广播新闻工作者的修养	332
附： 教学参考书目录	343

第一章 绪 论

第一节 广播的性质与功能

一、什么是广播

广播是用电子技术装备起来的最强大的现代化舆论工具，包括通常所说的“广播”和“电视”两大类。只播送声音的称之为声音广播，简称“广播”；既播送声音又播送图象的，称之为电视广播，简称“电视”。声音广播又可以分为无线电广播和有线广播两种；电视广播通常又分为无线电视广播、有线电视广播和卫星电视直播三种。如下表：



本书研究的是声音广播，它是以电波为载体，以声音为表达手段的现代化舆论工具，是现代三大传播媒介之一。

二、广播的性质

历史唯物主义认为，一定社会的生产方式，制约着一定社会的上层建筑。广播属于上层建筑，必然受一定社会生产方式的制约。生产方式是生产力和生产关系的统一，它构成了社会的经济基础。在阶级社会中，生产资料总是掌握在一定阶级的手中，受这种生产关系制约的上层建筑，必然具有一定的阶级属性，广播事业不例外。

“广播是用电子技术装备起来的最强大的现代化舆论工具”这个命题，概括了广播的基本性质。“电子技术”反映了广播传媒所体现的现代生产力的水平；“舆论工具”则反映了广播传媒的阶级属性。因为，在阶级社会中，舆论只能是阶级的舆论；反映舆论、引导舆论的活动，也无不带有阶级的倾向。

广播传播的阶级属性，决定了它必须为一定阶级的政治利益和经济利益服务。资产阶级学者企图掩盖广播的阶级属性，标榜他们的广播是“自由之声”，这是虚伪的。以美国为例，全国八千多座广播电台，都直接间接地被大大小小的垄断资本主义财团所控制，而《美国之音》等电台，则被直接控制在资产阶级国家手中，为美国政府的对内对外政策服务。

无产阶级历来公开地把广播事业看成革命事业的一个组成部分。早在60年前，人民广播事业刚刚问世，列宁就提出了广播是“不用纸张，‘没有距离’的报纸”的著名论断。列宁还把广播称作“千百万人的群众大会”，认为国家生活中的各种问题，都可以通过广播予以报道。

经过近半个世纪的广播实践，我党在总结历史经验的基础上，对广播的性质、任务、作用，作了明确规定，提出：“广播

电视是教育、鼓舞全党、全军和全国各族人民建设社会主义物质文明和精神文明的最强大的现代化工具，也是党和政府联系群众的最有效的工具之一”（中共中央书记处1983年10月通知）这个论断是对列宁论断的发展，它告诉我们：

广播电视并非什么“自由之声”，它是党和政府手中的“工具”。这就揭示了我国人民广播的阶级属性；

广播这个工具，并非专政的工具，它不能镇压反动派；也非生产的工具，它不能修路盖房；它是“教育、鼓舞”人民的工具，是“联系群众”的工具，也就是说，它是一种宣传工具，舆论工具，是党和人民之间的桥梁。这就规定了广播的基本职能；

广播这种工具，并不是普普通通的工具，而是用电子技术装备起来的“最强大的现代化工具”。这就说明了这种传媒的时代特征，即它所体现的现代生产力的特征。

“教育、鼓舞”人民的目的是什么？是“建设社会主义物质文明和精神文明”，这又明确了我国广播的基本任务。

中央关于广播电视的上述论断，是现阶段我国广播、电视工作的指针。

三、广播的功能

1. 反映舆论，引导舆论。

广播作为“教育、鼓舞”人民的舆论工具，它的基本功能当然就是反映舆论、影响舆论、引导舆论。广播活动的过程，就是运用传播手段组织舆论、形成舆论的过程；就是把社会舆论组织为广播宣传舆论，又反作用于社会舆论的过程。

广播在引导舆论的过程中，一方面要选择和扩大群众中的正确舆论，克服和转化错误的舆论，以形成推动社会主义事业前进

的舆论力量；另一方面要反映群众对社会生活各个方面提出的批评、建议、要求，以增强政治生活的透明度，发挥舆论的监督作用。

广播要引导舆论，必须运用马列主义、毛泽东思想解决群众中带普遍性的问题；必须运用党和国家在新的历史时期的路线、方针、政策，引导群众，团结群众。在当前，就是要运用党关于社会主义初级阶段的基本理论、基本路线，武装群众，教育群众，使我们的人民能不断地克服“左”的或者右的干扰，坚持四项基本原则，加快改革、开放的步伐，为建设有中国特色的社会主义而奋斗。

广播要引导舆论，就要善于发现群众中的先进事迹，先进人物，先进思想，先进经验，要摸准时代的脉搏，抓住时代的精神；要宣传新思想、新风尚、新道德，批判旧观念、旧思想以及陈规陋俗和不正之风，要做新生活的热情捍卫者、组织者，做旧世界的不妥协的揭露者、批判者。

2. 报告新闻，传达政令。

报告新闻是我国人民广播初创阶段的基本功能，甚至是唯一功能，现在，仍然是它的重要功能。新闻节目是电台各类节目的主干，是电台反映舆论、引导舆论的重要手段。拿中央人民广播电台来说，它的节目布局是：以新闻节目为骨干，以专题和文艺节目为两翼，每天播出新闻节目24次之多。各省级广播电台的情况也大体如此。

在新闻节目中，传达政令是重要内容。广播是党的“喉舌”、“工具”，是党和政府联系群众的“桥梁”，它就必须及时地向人民群众传达党和政府的有关决议、决定、指示、命令、声明等等，把重大的事情通报人民，让群众及时了解国家大事，增强政治生

活的透明度；让群众及时了解党和政府的决策、方针，起到教育、鼓舞、团结群众的作用，也可以更好地发挥群众的监督作用。

在现代三大新闻媒介中，广播以快速性、传真性以及超越空间的优势，拥有广泛受众。

3. 传授知识，实施教育。

广播是千百万人的大课堂。从广义讲，引导舆论、报告新闻，传达政令，都包含着教育；从狭义讲，广播还具有学校的功能。有人称广播是投资少，收效大的“空中大学校”。它既能传授系统的知识，又能举办专门性讲座。实践证明，我国人民广播为发展我国的文化教育事业，为培养社会主义建设人才，发挥了重要作用。我国人民广播开办教育节目以来，从小学生到成年人，得益于广播教学的人，当以百万计。仅中央人民广播电台办的“星期日英语”讲座，全国听众就有几十万。

广播是提高全民族文化素养，开发群众智力的有效工具。

4. 提供娱乐，陶冶情操。

文艺广播是电台节目的重要一翼。目前，中央台的文艺节目，占全部节目播出时间的一半以上。通过收听广播欣赏文艺，成为许多人生活中不可缺少的一部分。文艺广播形式活泼，品种多样，能较为充分地适应不同年龄、不同爱好、不同层次听众的需要。人们从广播中可欣赏到文学作品、音乐作品、电影插曲、戏曲唱腔等等，而以声造型的广播剧，则更吸引着成千上万的听众。

文学、艺术教育属于美育的范畴。优秀的文艺广播，能增加听众的知识，能净化听众的心灵。美育是德育的深化，优秀的文艺广播对提高人民的文化素养，建设社会主义精神文明有着巨大

的作用。

5. 提供服务，指导生活。

听众是广播的服务对象，是广播的主人。“办好广播为全中国人民和全世界人民服务”，是我国人民广播的宗旨。从广义讲，广播传播的全部内容，都属于社会性服务。从狭义讲，提供服务，是指给人们以生活方面的服务。如听众信箱节目，讲卫生节目，天气预报节目以及广播体操节目、广告节目等等，都属于这一类。它可以给听众排忧解难，提供方便，指导生活，指导生产。服务性节目是广播电台不可或缺的节目，随着人民的物质生活和精神生活的发展，群众对这类节目的需求量会越来越大。充分发挥电台服务性节目的作用，对加强广播与听众的联系，有重要作用。

广播的各种功能是相互联系、相辅相成的。重要的是办好节目，提高节目的感染力和整体配合的优势，使广播的各种功能得以充分发挥。

第二节 广播传播的特点

广播是以电声为媒介的现代化舆论工具。电声媒介具有报刊媒介不可企及的优势，同时也有它的劣势。优势和劣势的对立统一，便成为广播传播的主要特点。

一、传播的快速性与声音的易逝性

广播以电波为载体，电波是世界上跑得最快的物质，每秒运行30万公里，也就是说每秒可绕地球七圈半，因此，几乎是在电台播发信息的同时，听众就能收听到。这比以印张为载体，以汽

车、火车、飞机直至邮递员的自行车为运输工具并且要经过几道转运手续的报刊传递来，要快得多；再则广播节目从制作到播发的程序，比较报刊的编栏、画版、排字、印刷到分发的过程，也要简便得多；而且报纸一般一天只印一次，循环周期以“日”计算。广播节目循环周期短，以新闻节目为例，一般电台每天都有十几次甚至二十多次的新闻广播，重要新闻还可以随时插播。这样，就使广播具有报刊不可企及的高速度。报刊多是传播“昨日”“近日”新闻，鲜有“今日新闻”；广播则主要是传播“今日新闻”，传播几小时之前、几分钟之前、甚至是“正在发生的”新闻。

电视虽然也以电波为载体，但是电视节目的制作要比广播节目复杂、费时，除了现场直播等少数形式外，一般的电视报道也比不上广播快。因此，就速度而言，广播传播是当代三大传媒中最快的。“快”是广播的最显著特点。

但是电声一瞬即逝，不留痕迹，收听广播没有思考的余地，比较深奥的问题不易及时理解，不象读报，能反复研读。广播节目即便录下音来用作资料，也不象使用报刊资料那么方便。

二、传播的广泛性与收听的随意性

广播具有“包举宇内”的广泛性。它不象读书看报，需要一定的文化水平，需要认识一定数量的文字。它以通俗易懂的有声语言为表达手段，只要能听得懂话，就能听广播。男、女、老、少、幼，工、农、商、学、兵，大学教授和文盲，都可以听。

广播的接收工具——收音机，一般说来，比电视机价格低廉，体积小，易于携带。电波又有很强的穿透力，使广播收听不受场所限制：屋里可以听，屋外可以听；车间里可以听，田野里可以听；公共汽车上可以听，散着步也可以听。当今世界上，几乎

是电波无处不到，广播处处可听，收音机遍及每个家庭，有的一家好几台。广播听众比报纸读者、电视观众要广泛得多。1983年，首都和浙江新闻单位对浙江省受众的社会调查表明：浙江居民中有96.5%的人听广播，75.1%的人看电视，67.3%的人看报纸。同年，中央人民广播电台进行了“最先获知新闻来源”的受众调查，结果是广播占53%，报纸占34%，电视占13%。这些调查表明，广播是最广泛、最具群众性的舆论工具。

迅速性和广泛性使广播在形成舆论方面比报刊占有优势。读报，更多地表现为分散的个人行为，听广播则带有广泛的共同行动特征。一张日报，就拿《人民日报》来说，全国读者中，当天看到的是少数，大多数人得到次日、第三日、第四日，甚至更长的时间才能看到。这样，读者看报就表现为一种不同时的个人行为。听广播虽然也是个人行为，但是由于广播传播的特殊性，使千百万人能在同一时间里接受同一信息，这种同时出现的个人行为，也就成了一种共同的社会行为。而共同的行为更容易促成共同的群体意识，更容易唤起共同的社会心理，从而形成共同的社会舆论。

但是，声音传播带来受众广泛、易形成社会舆论的同时，伴随而来的是收听的随意性。人们收听广播，一般是边干活，边收听，一心二用，而且主要是用于干手中的活，远不象看报那么专注，也不象看电视那么认真。

三、内容的丰富性与收听的被动性

广播由于传播迅速，节目的循环周期比较报刊的循环周期短得多；又由于各个电台都办数套节目，每天播音时间累计多达数十小时甚至上百小时，因此，它的日发信息总量，一般比报社要

大。就我国目前日报的印张而言，一座广播电台的日发信息总量，比一个报社要大得多。

广播传播的内容丰富，功能多样，涉及社会生活的各个方面。但是，广播是线性传播，听众在同一时间里，只能收听一种节目，选择一个频道，并且必须按照传者安排的播出顺序逐条收听，不能象看报那样，既可以从头版头条看起，也可以从四版报尾看起；可以粗看，也可以细看；可以逐条看，也可以跳着看。比较而言，报纸读者能主动选择，广播听众则只能被动收听。

四、声音的传真性与信息的变异性

广播以声音为表达手段，而声音具有丰富的表现力。声音可以传情，特别是人语声，可以传言外之意，意外之情。无论是播音员的声音还是记者的声音抑或新闻人物的声音，在其抑扬顿挫间都会融进他们对传播对象的爱憎之情，褒贬之意。这种带有感情色彩的语声，比较文字传播来，更容易贴近听众，激起听众感情上的共鸣。这种语声以及新闻现场的声音，又是直接传给听众的，比起文字的间接传播来，更逼真，更可信，能收到闻其声如临其境如见其人的效果。

但是，由于声音是广播的唯一表达手段，受众只能靠听觉接收信息，不能象看电视那样可以借助画面理解信息，加之电声一瞬即逝，听众又多处于半收听状态。因此，很容易出现误听，导致信息变异。

广播传播的特点要求广播稿件和广播节目从内容到形式，从整体的组合编排到单篇的结构语言，都要扬其长，避其短，力求适听。

第三节 应用广播学的研究对象与内容

应用广播学是广播学的重要组成部分，研究应用广播学，首先需对它的“母体”——广播学有个了解。

一、广播学是一门新兴的系统学科

什么是广播学？说法众多，在没有公认的定义之前，我们权作如下表述：

广播学是研究广播事业活动特别是节目传授活动及其规律的科学。

广播事业的全部活动及其规律，是广播学研究的总体对象，也是广播学这一概念应具备的外延；以节目传授为核心的传播活动是广播事业的本质特征，这便规定了概念的基本内涵。

广播学是一门新兴的学科，它的研究对象——广播事业还很年轻；它作为一个独立学科，尚在创建阶段，在我国则是刚刚被提出来。

1920年世界上第一座广播电台开始播音，至今只有68年的历史，其间还经历了第二次世界大战。战争年代，广播事业虽然仍在发展，但主要是运用它传播新闻，引导舆论，为政治、军事斗争服务，而对它的科学研究，特别是软科学研究则是很不够的。对广播学的系统研究，是第二次世界大战结束以后的事。

就人民广播特别是我国人民广播而论，它更年轻。1922年世界上第一座无产阶级领导的人民广播电台在莫斯科诞生，至今只有66个年头。1940年12月我国第一座人民广播电台——延安新华广播电台开始播音，至今才48个春秋。在过去的数十年里，无产