

求是·广播电视学书系

Introduction to Broadcasting



(((第二版

GUANG B.O.X U.E

DAOLUN

广播学导论

李岩著

))))

浙江大學出版社

求是 · 广播电视学书系

Introduction to Broadcasting

GUANG
BOX
UE

DAOLUN

(((第二版

广播学导论

李岩著

))))

浙江大學出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播学导论/李岩著. —杭州: 浙江大学出版社,
1997.6

ISBN 7-308-02738-4

I. 广... II. 李... III. 广播工作—概论
IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 060103 号

责任编辑 李海燕

装帧设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路38号 邮政编码310027)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 杭新印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 19

字 数 329千

版 次 2005年10月第2版 2005年10月第5次印刷

印 数 30001-33000

书 号 7-308-02738-4/G·392

定 价 26.00元



再版序言

1997年出版《广播学导论》到今天已经过了7个年头,期间有5次印刷。一部作为教材的书籍与一个小孩的成长年龄不同,一个7岁的小孩开始上一年级,在他/她7个年头的成长经历中,不论是身体还是智慧的增长都是累计的,年头表示着成长的阶段。可是一部教科书却有所不同。7年意味着这本书需要修订,书中的观念会陈旧,内容要更新,体例要调整。况且,7年来,广播事业发生了很大的变化,随着频道的增加,出现了许多专业化频道,节目宗旨、节目服务对象、节目内容、播出方式、播出时间设置等方面都有了新的理解和实践。尤其是在互联网与广播电台联手开展的大众传播活动中,广播节目借助互联网技术将稍纵即逝的节目变成了在网上随时点播的节目样式,听众通过收音机接触广播节目或者“在线收听”,收听方式也多样化起来。更为重要的是广播节目在信息时代的作用和社会功能也在改变。这一切成为《广播学导论》修订出第二版的充分理由。

《广播学导论》第二版与第一版比较,主要的改变是:

一、基本结构的调整

《广播学导论》第一版共分五编二十九章。第二版共两编十二章,名称分别为:广播概说、广播节目实务。第二版章目明显减少,每章下面的小节增加。这种修订的理由主要是广播节目播出过程和播出方式的变化,传统的采、编、播各司其职逐渐被采、编、播合一替代,原来的节目类型有的被取代,有的被合并,有的被扩展。新的传播技术和受众需求不断提升,原有的节目样式始终处在调整的状态,一种不拘泥于任何形式束缚的节目超越了按部就班的归类模式,因此许多内容只有在大的章目下才寻到归属。同时,也是为了学习者较少被陈规旧习左右。

二、内容的增加

在第一编中增加了“广播与社会”,这一章涉及的内容有:广播与科学技



术、广播与社会文化、广播的当代情势。这些内容将给学习者提供一个新的、更大的认知范畴,把广播放在技术、文化的背景中进行考察,以便深入了解广播的社会角色和公共价值。在此基础上看到的广播发展情势因为有了良好的、扎实的观看平台,所获认识也会摆脱短暂的、机会的、功利的影响。在本章第三节中专门讨论了“播客”的问题。虽然“播客”也是依靠数字技术与互联网的平台而生存,但是,从“播客”的社会意义看,它透射出不同于先前任何一种大众传播媒介的“下一代广播”的亮光,有必要单独论述。在第四章“广播制度与守则”中关于“广播从业人员的职业守则”、“广播电台的监管机构”部分,是针对广播事业发展走市场经营之路后,广播这种大众传播媒介如何体现其公共价值和社会功能的问题设计的,它重申广播的宗旨和存在的理由,对广播从业者的职业性、职业道德等方面进行论述。同时,对广播机构的监管提出政府监管、媒体内部监管、设立评议机构的新思路。在“广播听众调查”中增加了“节目欣赏指数”部分,阐释“节目欣赏指数”调查研究对于提高广播节目的品质,制造良好的广播传播环境的意义。

在“广播的符号系统”一章中,增加了“广播音乐符号”一节,重点介绍广播音乐符号的作用、广播节目配乐的特点、广播节目配乐的取材和广播节目配乐要注意的问题等内容。这一部分内容在过去的教材中很少涉及。广播音乐符号在今天的广播节目中具有越来越显著的地位,不仅出现各种类型的广播音乐频道,而且音乐也成为广播节目中的重要元素,例如节目片头、节目过渡、转换和内容本身。音乐的配置是广播节目中的锦上添花之作。专门介绍“广播音乐符号”正是基于上述考虑。

在第六章第二节“广播语言符号”论述中增加了传播学研究大师麦克卢汉的广播观,麦克卢汉是迄今为止从事传播学研究的著名学者中少有的专门论述广播意义的人,他从人的听觉特征以及听觉与人的中枢神经的关系谈论广播媒介,并且给予充分的肯定。

在第七章“广播节目类型”中增加了“特殊类型”部分,主要内容是:女性节目、儿童节目、少数民族节目。虽然这些对象也可以在新闻节目中作特殊考虑,但是专门设置面向这些特殊群体的节目体现了社会多元化的包容度,这些群体或是因为性别、年龄、族群的差异在文化需求方面有一些特殊诉求。例如女性节目是为了消除女性在媒介中的负面形象设置的,它随着女性主义和女权运动的不断发展而变化。媒介不仅可以制造和强化社会对女性的态度,也可以成为女性提高自身社会地位的有效工具。女性节目特别要关注女性的社会地位、贡献、诉求以及和男性一样的需要。女性节目的真正意义在于提供一套不同于男性—传统的观察角度和对问题的解读与关注点,建构不同于男性文化



(右手型)的女性文化(左手型)。儿童节目是指专门为儿童制作的节目,它从内容的选择和播出的形式两个方面都应该充分顾及儿童的特点。儿童节目一直受到社会的关注,也是媒介体现出自身公共价值的一个重要例证。儿童节目永远遵守公益的原则,儿童节目的内容受到社会的监督,不允许出现涉及性、暴力等内容。

第八章专论“广播节目播出”,把节目播出形态分为三种:录播与直播、现场播报、主持节目播出。广播节目依附于声音符号进行传播,播出才使节目的全部内容与听众直接接触,播出质量的好坏决定了节目的水平。这是声音的魅力使符号除了所指以外,还能够打动听众的重要因素。注重节目的播出,体现了广播这种以声音为内容媒介的大众传播工具的特殊性。

在第十章中增加了关于广播节目策划的内容。这是针对广播事业发展过程中,节目市场的形成考虑的。现在已有独立的节目制作机构成立,并且承担起越来越多的节目制作任务,并且将节目直接投放市场。这些机构需要大量的职业人员加入。本章主要包括了这样的内容:听众作为广播节目策划的重要依据、节目方案和新闻报道方式的策划等。

本书把广播编辑与节目编排分开论述,是为了强调从事广播稿改写和整体节目编排的不同,尤其是后者,表现了现代广播的风格。因为节目编排涉及到节目时间表、节目片头与头条新闻、节目串联、寻找节目的最佳感觉等内容,这样的思路和提供的内容与已经出版的同类著作相比,有创新之处。

其他方面保留了第一版的内容,但是结构与具体内容上作了大的调整和补充,例如在广播写作中保留了广播语言特性对广播稿写作的要求,更加重视广播稿在通篇的段落过渡中考虑声音符号如何满足听觉的需要的内容。

最后,借本书再版之际,感谢浙江广播电视集团总编室、浙江广播电视学会,感谢多年从事广播工作和研究的巫金龙、黄同春、陈求实等同仁,他们为我的写作提供诸多帮助,这些帮助包括:互相交流意见、分享节目研究成果、提供研究用节目资料等。感谢任职于浙江广播电视集团的陈久久,他于繁忙之中欣然接受我的邀请,执笔写作本书第六章第三节“广播音乐符号”部分。陈久久多年从事广播工作,在广播节目的配乐方面积累了丰富的经验,有精湛的配乐技巧,他把这些无保留地写进本书,成为本书的一道亮色。感谢浙江大学传播研究所研究生朱红梅同学,她在养病期间完成关于“播客”的研究论文,并提供本书享用其内容。

感谢浙江大学出版社为本书再版所做的工作。

李 岩

2005年3月30日



目录

第一编 广播概说

第一章 广播与社会

第一节 广播与科学技术

一、有线电技术

二、无线电技术

三、无线电广播技术

四、数字音频广播

第二节 广播与社会文化

一、广播是社会发展的—种选择

二、广播作为—种文化

第三节 广播的当代情势

一、新技术的开发与应用

二、广播发展的前景

三、传播理念的变化

四、下一代广播——“播客”

第二章 广播的历史

第一节 广播意识的产生

一、广播在战争中显露头角

二、广播进入家庭生活

第二节 英国、美国、俄罗斯等国广播事业概况

一、英国

二、美国

三、日本

001
001
003
003
004
005
007
007
008
009
010
012
016
021
029
029
029
030
031

031
035
040



目录

四、前苏联与俄罗斯	042
第四节 国际广播秩序	046
一、作为政治的国际广播	046
二、进行文化传播的国际广播	048
第三节 中国的广播事业	050
一、大陆广播事业	050
二、香港地区的广播事业	059
三、澳门地区的广播事业	061
四、台湾地区的广播事业	063
第三章 广播制度与广播机构	067
第一节 广播的定义与内涵	067
一、作为大众传播媒介的广播	067
二、广播传播的特点	067
第二节 广播的传播功能	069
一、传播新闻,报道政令	069
二、舆论监督,反映民生民情	070
三、交流信息,服务生活	070
四、传授知识,提供娱乐	071
第三节 广播电台	071
一、广播电台的含义	071
二、广播电台的识别	072
三、广播电台的机构设置	072
四、广播电台频道类别	073
第四章 广播制度与守则	075
第一节 广播制度的建立	075



目录

075	一、建立广播制度的意义
075	二、广播的体制
078	第二节 广播电台与节目管理
078	一、广播电台的管理
078	二、广播节目的管理
080	第四节 广播从业人员的职业守则
080	一、广播工作的职业化理念
081	二、广播从业人员职业道德
085	第五节 广播电台的监管机构
086	一、政府监管
086	二、媒体内部监管
087	三、评议机构
088	第五章 广播听众调查
088	第一节 听众调查的理念
088	一、听众调查的意义
089	二、听众群体的基本构成
090	第二节 听众调查的主要形式
090	一、样本的选择
091	二、听众调查的主要形式
093	第三节 听众调查的研究方法
093	一、研究方法
094	二、听众调查的主要术语
095	第四节 节目欣赏指数
096	一、欣赏指数的主要内容
098	二、欣赏指数的应用价值



目录

第二编 广播节目实务	100
第六章 广播的符号系统	100
第一节 声音符号	100
一、声音的物理性	101
二、声音的生理性	101
三、声音的心理性	101
第二节 广播语言符号	102
一、语言的一般特点	102
二、广播语言与书面语言的区别	104
三、麦克卢汉的广播“魅力”说	106
第二节 广播音响符号	109
一、非语言符号的特点	109
二、广播音响的分类与功能	111
第三节 广播音乐符号	114
一、广播音乐符号的作用	115
二、广播节目配乐的特点	118
三、广播节目配乐的取材	120
四、广播节目配乐注意的问题	121
第七章 广播节目类	124
第一节 广播新闻节目	124
一、新闻性节目的类型	124
二、新闻性节目的名称	125
第二节 广播其他类型节目	127
一、社教节目	127



目录

127	二、法制节目
127	三、娱乐节目
127	四、咨询节目
128	五、服务节目
128	六、音乐节目
130	第八章 广播节目播出
130	第一节 录播与直播
130	一、录播与直播的特点
131	二、录播与直播的基本要求
133	三、现场播报
135	第二节 主持节目播出
136	一、主持人在节目中的作用
136	二、设主持人主持节目的特点
139	第九章 广播稿写作
139	第一节 适合听的广播语言
139	一、句子的口语化
144	二、适合于听的词汇
147	第二节 名字、引言、出处的使用
148	一、名字的使用规则
150	二、引言和出处的说明
152	第二节 适合听的文本结构
153	一、广播导语
160	二、文本结构
165	三、生动与情趣
171	第十章 新闻报道任务



目录

第一节 突发性新闻	171
一、交通意外	171
二、火灾	172
三、犯罪报道	173
四、灾难报道	174
第二节 非突发性新闻	175
一、政府机构会议	175
二、新闻发布会	175
三、专业报道	176
第十一章 广播节目策划	178
第一节 听众是广播节目策划的重要依据	178
一、听众口味的形成	179
二、广播听众的收听特点	180
三、听众挑选节目的方式	182
第二节 节目方案	183
一、节目定位	184
二、节目播出形式	184
三、文案设计	184
四、经费开支	186
第三节 新闻报道方式的策划	187
一、突发性新闻报道策划	187
二、非突发性新闻报道策划	188
第十二章 广播节目编辑	190
第一节 文字稿编辑	191
一、选择稿件	191



目录

197	二、核对事实
198	三、改编稿件
199	四、改写
203	第二节 音响的编辑
204	一、音响的种类
204	二、音响的插入
205	三、剪辑与音响混合
210	第十三章 节目编排
210	第一节 节目时间表
210	一、公共作息时间与栏目时间
211	二、节目时间长度
214	三、将适应最大部分听众的节目放在黄金时间播出
214	四、编排的典型类型
217	第二节 节目片头与头条新闻
217	一、节目片头的作用
218	二、确定头条
218	第三节 节目串联
219	一、串联的作用
220	二、串连的主要方式
224	第四节 寻找节目的最佳感觉
224	一、组合与多样化
226	二、过渡要清晰、合适
227	三、节奏和速度
229	第十四章 节目制作



目录

第一节 板块节目	229
一、板块的含义	229
二、板块组合的特点	230
三、板块节目的时间优化	231
四、板块组合的原则	232
第二节 广播谈话节目	233
一、广播谈话节目话题类型	233
二、谈话节目的主持人	237
三、谈话节目与听众	239
四、谈话节目的特点	241
五、谈话节目的优势	242
六、谈话节目的语境	243
七、节目主持人·导播·听众	246
第三节 连续报道和系列报道节目	250
一、连续报道、系列报道的特点	250
二、开头语和结束语的处理	254
第四节 现场新闻报道	258
一、现场报道的结构	259
二、现场报道的语言	261
三、记者的作用	265
第五节 广播特写的采制	268
一、特写的地位	268
二、特写的来源	269
三、特写的创作	270
第六节 广播评论节目	272



目录

272	一、广播评论的特点
273	二、广播评论的样式
273	三、广播评论写作要求
277	第七节 电话采访报道
277	一、采访前的准备
278	二、提问的艺术
282	三、剪辑合成
287	参考书目



第一编 广播概说



第一章 广播与社会

广播作为电子媒介,其发明和使用与科学技术的进步是分不开的,从有线电报、有线广播到无线电话、广播;从模拟信号传送到数字信号传送;从传统媒体到网络媒体;从单向传播到双向传播乃至双向互动传播、聚合传播,都依赖于新技术提供的操作平台。同时,任何技术带来的不仅仅是便利的传播方式和目不暇接的令人动心的传播新视野,随之而至的便是人们享受这些新技术的同时也受到新技术的规范,并以潜移默化的方式改变着过去的生活方式和对待事物的态度,甚至包括判断问题、了解真相的依据,尤其是这种新技术立即被最普通的家庭接受并且迅速运用。因此,技术问题从社会层面上分析,它的应用尤其是在大众传播方面,一直是社会发展变化的催化剂或者说是激活点。

在信息成为产业的年代,技术的福利性质与信息资源性质结合,使大众传播媒介将意识形态性、商业性、技术性链接在一起,构成媒介文化的基本图景,镶嵌在社会生活的每一道脉络中。

广播作为一种技术的结果,其发展过程与科学技术、社会文化都有着密切的联系,产生彼此互动的效果。

第一节 广播与科学技术

当我们把广播定义为“通过无线电或有线电向广大地区传送声音和图像供人们直接收听的大众传播工具”时^①,广播的出现不是单一的或互不相干的一系列活动之一,广播的出现有赖于许多科学技术发明,如电力、电信、电话、收录机等,有赖于社会发展中相关的事件对其的使用需求和推广,如第一次世界大战、第二次世界大战、海湾战争等,才得以形成今天的规模。

人们早已知道电力的存在,但是,直到19世纪对它的探讨只停留在想像

^① 李岩著:《广播学导论》,浙江大学出版社1997年6月。



的阶段,只是把它当成自然界的一种令人迷茫的效应。当时,主要研究它所造成的隔离与集中的效应。1588年,鲍尔达在一本名为《应用自然力的魔术》的书,描写了“共振的发报机”这个魔术般的通讯工具,它设想利用自古以来人们知道的磁力来进行通讯活动。除了鲍尔达本人,许多思想家对这个设计甚为惊喜。可是,当时这只是“自然力的魔术”而已,实现这个设计,有待于电力的应用和有线电、无线电的开发。

18世纪末19世纪初,人们开始了对电力应用的探讨,其中最重要的是把电力与已经知道的自然界的光(磁)导电联系起来观察。从1800年到1831年,伏特(Volta)的电池、法拉第(Faraday)电磁感应的展示发明相继出现,这些关键性的基础研究,很快迎来了发电机的产生。这段过程是作为科学史的一节被记载的。但是,重要的是在这段时间里,工业生产也进入了新的发展浪潮。

19世纪初,发生了环绕英国的以机械革命为主的工业化浪潮。无论什么地方,只要是卷入了工业化发展这个浪潮的活动,都要依赖大量的货物,掌握货源,运输产品和原料。工厂需要各种原料,货品需要运往远处的市场销售。快速的市场情报,成为工业化社会生命攸关的信息。这种社会大量生产与大量分配的事实,迫切需要一种既快速、便捷又有效的远程通讯工具,“快递”代替“通讯鸽”的时代在工业化浪潮中呼之欲出。我们看到,电力的优越性与工业发展的新需求密切结合:发电位置的转换,电流转换的控制可以快速而赋有弹性;电作为动力超过蒸汽机等产生动力的技术,使得工业化的动力事业发展到顶点;新的需要与新的发明之间,存在着非常复杂的关系,新的需要导致新技术的开发,新技术的应用不断刺激社会产生新的需求。

与工业化浪潮同时齐头并进的是电信事业的发展。16至17世纪,航海与海战时代,旗语系统已经逐渐标准化。早在1753年就有人提出将电力作为传递信息的工具,到19世纪初期,许多地方真的就这样做到了。在工业体系的发展和都市的成长时期,首先是铁路系统的发展,使人们认识到信息传递系统有改进的必要。1837年以后,相关技术条件接踵而来,可以应用的电信系统已经形成。随着国际贸易和运输的扩张,这个系统得以快速发展。1850年至1860年,横越大西洋的海底电缆铺设完成。1870年开始的电信系统已经可以运作,电话系统也在人们的期待下,以一种新的姿态出现。

1885年至1911年,无线电广播在取得了几个重要的科技发展之后,还只是被当作更进一步的电报形式,第一次世界大战才使人们认识到广播可以被运用成一种和电报截然不同的社会传播形式。