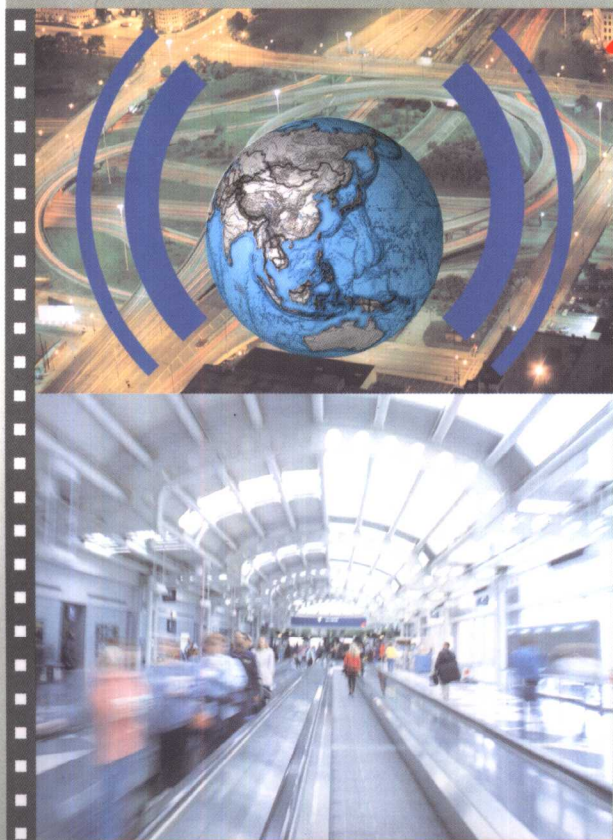


当代广播电视概论

Dangdai
Guangbo Dianshi Gailun

●
主编
陆晔
赵民



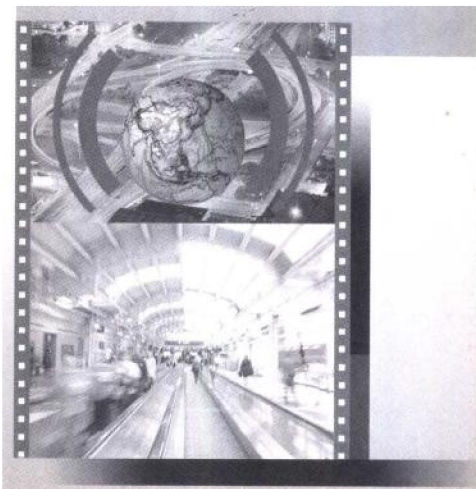
21

世纪广播电视业务前瞻丛书

复旦大学出版社

21

世纪广播电视业务前瞻丛书



当代广播电视概论

● 主编 陆 晔 赵 民

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代广播电视概论/陆晔,赵民主编. —上海:复旦大学出版社,
2002.4
(21世纪广播电视业务前瞻丛书)
ISBN 7-309-03155-5

I. 当… II. ①陆…②赵… III. ①广播工作-概论②电视工作-
概论 N. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 015184 号

出版发行 复旦大学出版社
上海市国权路 579 号 200433
86-21-65118853(发行部) 86-21-65642892(编辑部)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

经销 新华书店上海发行所

印刷 复旦大学印刷厂

开本 787×960 1/16

印张 26.25 插页 2

字数 515 千

版次 2002 年 4 月第一版 2002 年 4 月第一次印刷

印数 1—6 000

定价 36.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

总 序

龚学平

我们的电视事业,经过数十年的发展,获得了长足的进步,尤其是改革的 20 多年中,更取得了令人瞩目的成就。我们的电视从业人员以及从事电视教育、研究的专家、学者们,为此做出了可贵的贡献。

然而,毋庸讳言,与电视传播技术和手段的发展相比,我们的理论研究相对显得滞后。一方面,我们对改革开放中,特别是进入社会主义市场经济的历史新阶段中出现的新情况、新问题和新经验,需要从理论上进行剖析、总结和探讨;另一方面,实践的挑战使我们迫切需要中外纵横的参照,特别是理论的思维和指引。

我们面临着一个纷纭多彩、瞬息万变的世界。随着科学技术的迅猛发展,人类已经开始进入信息时代。信息高速公路为我们展示了一幅未来社会的绚丽图景。有线电视、卫星广播电视、计算机通信网络等“新媒体”,以其崭新的传播形态使整个传播世界显得更加色彩纷呈、丰富多变,而且使人们的生活方式发生着种种变化。

为此,我们需要拓展研究的领域,开阔研究的思路,提高研究的层次,以新闻学、传播学、信息学、社会学、心理学、数理统计学等多学科的知识和方法,建立一套适合时代的、又有中国特色的新的科学体系,结合现实和为现实服务,实现理论对实践的指导,为逐步形成有利于社会主义现代化建设的舆论力量、价值观念、道德规范和文化环境,作出我们的贡献。

广播电视以及媒体的最大特点,就是使全球的信息传播和文化交流无所不在、无所不为、无所不达。这为我们民族文化和世界文化的交融,并进而为中华文化在走向未来和世界中进一步兴盛和显其壮观创造了十分有利的条件。同时,面对传播新技术和西方文化的挑战,如何发展我们的传播事业与之相抗衡,也是我们面临的重大现实问题。

复旦大学出版社曾经出版过一套“电视业务系列丛书”,颇受广大电视工作者和新闻院校的欢迎。今天,他们根据国内广播电视业的发展现状和趋势,结合改革

12/3/00

开放以来我国的传播实践,组织、编写了一套全新的、时代特征鲜明的“21世纪广播电视业务前瞻丛书”。这套丛书的问世,无疑将进一步为我国电视事业在新世纪的发展中作出特殊的贡献。

引 言

作为 20 世纪最伟大的发明之一,广播电视不仅改变了全球人类的生存环境、生活方式、价值观念和文化体验,而且对社会的政治、经济、文化、公共事务等各个领域产生了深远影响。媒介学者们认为,同样都是通过无线电传送信号,电报和电话提供的是点对点的个体之间的交流与沟通,而广播电视则跨越了时间和空间的边界,提供了点对面的个体和群体之间传播可能性,以及身临其境的独特体验——“广播电视之于印刷媒介,就像电话之于书信”^①。由于广播电视传播的直观性和现场感,广播电视媒介为世人见证了 20 世纪无数难以忘怀的历史瞬间:二战盟军的胜利,人类登上月球的第一步,戴安娜王妃的世纪婚礼和世纪葬礼,香港和澳门回归,千禧年的第一缕曙光……这些历史瞬间当然是真实的,但同时又都是广播电视媒介建构起来的——对于普通大众来说,是广播电视为他们提供了透视 20 世纪风云变幻的历史过程的独特视角。许多遥远的故事,许多异地的场景,许多陌生的人和事,他们本无缘亲身经历和亲眼目睹的,却由于广播电视的存在而深深地介入其中:他们在自家的客厅里,为“挑战者号”航天飞机上的女教师麦考利夫流泪,为迈克尔·乔丹欢呼,为克林顿羞愧……与此同时,广播电视自身也在经历着从传输技术、手段到行业结构和传播理念等方面的一系列变化和调整:调频电台的出现使得类型音乐电台成为广播市场上重要的组成部分,也第一次使得青少年流行文化成为商业广播电视重要的市场推动力量;有线电视从社区共用天线发展到光缆入户传送上百套节目,不但使电视的分众“窄播”成为可能,也使得因为无线电频谱资源的稀有性而将广播电视业视为公共资源信托这一传统信条的基础不复存在;卫星技术加快了文化全球化的步伐……广播电视成为现代社会越来越重要的生活情状、思维框架和文化景观。难怪有一位美国的广播电视学者这样说:在笛卡儿时代,一个人可以说“我思故我在”,而在今天这个大众传播时代,恐怕只能变成是“我上电视故我在”了^②。

① Richard Campbell, *Media and Culture: A introduction to Mass Communication*, St. Martin's Press, NY1998

② Abelman, Robert, *Reaching A Critical Mass*, LEA Inc. 1998

表 0-1 全世界电视机家庭拥有量^①

年 份	百 万 台
1970 年	245
1985 年	573
1992 年	725

与此相对照的是,在美国传播界有一则很著名的漫画:一位父亲坐在起居室的大沙发上看电视,儿子站在他身后问道:“爸爸,如果森林里有一棵大树倒了,而新闻记者没有把它报道出来,那么,这棵树算不算真正倒了?”当然我们可以从多个角度来诠释这则漫画,但无论如何,包括广播电视在内的大众传播媒介在现代社会里举足轻重的地位,可以由此体验一番。经过半个多世纪的成长与发展,广播电视已经建立起自己不同于其他传播手段的表达方式和技巧,并在综合其他传播手段优势的基础上,形成了独特的新闻与信息、娱乐、商业、社会公共服务等奇妙的混合形式。全世界几乎所有的国家都开办了广播电台,电视也基本普及,广播电视已成为重要的大众传播工具。

表 0-2 世界广播电视一览^②

地 区	国 家 数	开办广播的 国家数	开办电视的 国家数	开办彩色电视 的国家数
全 世 界	196	196	184	183
亚 洲	44	44	43	43
非 洲	53	53	49	49
欧 洲	45	45	43	43
大 洋 洲	16	16	11	10
南北美洲	38	38	38	38

在中国,改革开放二十余年来,广播电视事业取得了长足的发展,尤其是1983年召开的第十一次全国广播电视工作会议,制定了中央、省、市(地)、县“四级办广

① Colin Hoskins, Stuart Mcfadyen and Adam Finn, *Global Television and Film—A introduction to the economics of the business*, Clarendon Press, Oxford 1997

② 《中国广播电视年鉴》(1998年),第630页。

播、四级办电视、四级混合覆盖”的事业建设方针^①,全国广播电台和电视台的数量大幅度增长。然而,过多的重复建设也导致资源浪费,1999年11月,国务院办公厅转发信息产业部和广电总局有关文件,要求停止四级办台,促成“有线”与“无线”合并。经过一段时间的“治滥治散”,收到了积极的成效。

表 0-3 中国广播电视事业基本情况一览^②

	计算单位	1979年	1988年	1997	1999	2000
广播电台	座	99	461	1 363	352	304
电视台	座	38	422	923	299	354
广播电视从业人员	万人	8		46		49.5
广播人口覆盖率	%			86.0	90.35	92.47
电视人口覆盖率	%			87.6	91.59	93.65

根据1997年中央人民广播电台的全国听众调查报告,广播和电视的到达率在四大媒体(报纸、杂志、广播、电视)中分别排第二位和第一位,受众对广播和电视的接触频度在四大媒体中也分别排第二和第一位。根据复旦大学新闻学院的调查,上海市民的电视接触率较高,而广播接触率尽管在近几年有所下降,但稳定接触率(即“每天”和“经常”接触)仍然维持在50%左右^③。

表 0-4 四大媒体在全国受众中的到达率^④

接 触 媒 体	比 例 (%)
从不看电视	1.4
从不听广播	24.1
从不读报纸	29.1
从不看杂志	37.1

① 《方向与实践——第十一次全国广播电视工作会议文件和典型材料选编》,中国广播电视出版社,1984年。

② 《中国广播电视年鉴》(1998年),《中国广播电视年鉴》(2001年),国家广电总局网站(<http://www.sarft.gov.cn>)

③ 张国良:《变动中的上海市民与媒介生态》,2000年7月,香港中文大学新闻传播学院研讨会论文。

④ 《中国广播电视年鉴》,1998年,第297页。

表 0-5 全国受众对四大媒体的接触频度^①

接 触 媒 体	频 度(平均 天/每周)
看 电 视	5.11
听 广 播	2.07
读 报 纸	1.97
看 杂 志	0.97

表 0-6 全国受众每天接触四大媒体的时间长度^②

接 触 媒 体	时 间 长 度(平均 小时/天)
看 电 视	2.54
听 广 播	0.92
读 报 纸	0.75
看 杂 志	0.60

表 0-7 1999 年上海市民对四大媒体的接触率^③

接 触 媒 体	比 例(%)
看 电 视	96.4
听 广 播	65.9
读 报 纸	95.1
看 杂 志	61.9

表 0-8 1997—1999 年上海市民平均每天接触四大媒体的时间量之比较(分钟)^④

	合 计	看 电 视	听 广 播	读 报 纸	读 杂 志
1997 年	205.11	108.08	45.02	44.43	7.19
1999 年	176.11	99.58	28.53	41.03	6.17

① 《中国广播电视年鉴》(1998 年),第 297 页。

② 《中国广播电视年鉴》(1998 年),第 298 页。

③ 张国良:《变动中的上海市民与媒介生态》,2000 年 7 月,香港中文大学新闻传播学院研讨会论文。

④ 同注解③。

由此可见,即使是在因特网的冲击下,广播电视媒介在目前仍然是无可替代的,何况,调查表明,尽管今后10年因特网将和包括广播电视在内的传统媒体进行激烈竞争,但很少有人认为因特网会独占上风,大多数受众认为,等媒介大战的烽烟散去,传统媒体仍然会在媒介市场上占有一席之地。从世界范围看,广播电视也仍然是媒介市场上的重要经济力量。在美国,电视广告占据的市场份额是相当大的。

表 0-9 上海市民对媒介竞争结局的预测(%)^①

Q 您认为在网络与报纸、电视等传统媒介的竞争中,谁会取胜?	网 民	非 网 民	全体市民
A. 网络取胜,完全取代传统媒介	3.2	12.5	10.1
B. 网络取胜,但不能完全取代传统媒介	29.0	25.6	26.1
C. 各有所长,打成平手,相互补充	58.0	25.5	34.9
D. 传统媒介仍将保持优势	9.8	15.8	13.8
E. 其他/说不准	/	21.6	15.1

表 0-10 2000 年美国不同媒介的广告份额(%)

电视广告(无线+有线)	24.3(18.4+5.9)
报纸广告	20.2
杂志广告	5.1
电台广告	7.9
直接邮寄广告	18.3
因特网广告	1.8
黄页广告	5.4
户外广告	2.1
商务单页广告	2.0
其 他	12.9

资料来源: www.adage.com

^① 张国良:《变动中的上海市民与媒介生态》,2000年7月,香港中文大学新闻传播学院研讨会论文。

内 容 提 要

随着科学技术的突飞猛进和社会的发展，广播电视已成为重要的大众传播工具，并演绎为当代社会越来越不可或缺的生活情状、思维框架和文化景观。本书紧密结合广播电视飞速发展的现实，以新的时代理念和中外参照的视野诠释出广播电视传播观念与传播功能的新发展，广播电视节目的栏目化、板块化与节目意识，广播电视新闻性节目的主导性，广播电视的其他类型节目，节目主持人，电视纪录片，广播电视的经营管理等内容，深入浅出，内涵丰富，指征前卫。

本书是一本广播电视基础性的最新教材，可供新闻传播、广播电视院系及相关学科教学使用，也可供广播电视从业人员、爱好者和研究者参考。

目 录

引 言	1
第一章 广播电视的发展与现状	1
第一节 广播电视的诞生	1
第二节 我国广播电视的诞生	7
第三节 广播电视的基本概况	11
第四节 广播电视组织结构与体制	15
第五节 广播电视的社会功能和社会影响	23
第二章 广播电视传播观念与传播功能的新发展	26
第一节 广播电视传播的信息观与时效观	27
第二节 现代社会的分群化及广播电视“窄播化”趋势	34
第三节 广播电视传播功能的拓展——服务与娱乐	39
第三章 广播电视节目的栏目化、板块化与节目意识的形成	42
第一节 广播电视节目的栏目化、板块化	42
第二节 广播电视新闻的栏目化	50
第三节 广播电视双向传播与热线电话的介入	54
第四节 节目定位与非黄金时段的开发和利用	60
第四章 广播电视新闻性节目的主导性	66
第一节 广播电视新闻传播现场性与时效性的高度结合	66
第二节 “焦点现象”与广播电视深度报道的崛起	74
第三节 广播电视新闻在现代社会中的影响力	79
第四节 新技术发展与广播电视新闻的主导性	87
第五章 广播电视谈话类节目	92
第一节 广播电视的主要节目类型	92
第二节 谈话类节目概述	94
第三节 广播谈话类节目	98
第四节 电视谈话类节目	105

第六章 广播电视体育类节目	117
第一节 我国广播电视体育类节目的回顾	117
第二节 广播电视体育类节目的兴盛和新特点	122
第三节 体育类节目在广播电视业中的地位和作用	130
第四节 广播电视体育类节目对社会生活的影响	134
第七章 广播文艺类节目	141
第一节 广播的听觉元素——声音的多种特性	141
第二节 广播文艺类节目的性质与功能	144
第三节 广播文艺类节目的创办与发展	149
第四节 广播文艺类节目的分类	155
第五节 广播剧	160
第八章 电视文艺类节目	170
第一节 电视节目的画面要素和声音要素	170
第二节 电视文艺类节目的性质与特点	174
第三节 电视文艺类节目的发展	178
第四节 电视晚会及综艺节目	182
第五节 电视游戏类节目	184
第六节 电视剧	195
第九章 广播电视节目主持人	201
第一节 节目主持人的标准与类型	201
第二节 广播节目主持人——热线直播节目主持人	205
第三节 电视节目主持人的新发展——新闻节目主持人	209
第四节 主持人的发展现状与未来趋势	216
第十章 电视纪录片	222
第一节 电视纪录片的特征、题材与创作手法	222
第二节 中国电视纪录片的发展历程	226
第三节 中外纪录片比较启示	228
第四节 当代中国电视纪录片的变革与进展	232
第五节 我国电视纪录片的发展趋势	236
第十一章 有线电视系统和广播电视传输覆盖网	239
第一节 有线电视的基本概念及特点	239
第二节 我国有线电视的发展	244
第三节 有线电视的专业频道及频道意识	248

第四节	广播电视传输覆盖网	256
第十二章	卫星电视广播	261
第一节	卫星技术在广播电视中的应用	261
第二节	我国卫星电视广播事业的发展	266
第三节	我国卫星电视广播的管理	272
第四节	全球卫星电视的发展现状及影响	276
第十三章	广播电视事业的经营管理	281
第一节	社会框架中的广播电视经营管理	281
第二节	广播电视事业的领导模式和管理职能	285
第三节	广播电视事业的行政管理体制	289
第四节	我国广播电视经营管理体制存在的问题	291
第五节	我国广播电视经营管理体制的改革	292
第六节	广播电视的广告经营	302
第七节	电视栏目制片人制：中国电视业内部管理机制的新尝试	306
第十四章	广播电视事业的法制化管理(上)	311
第一节	广播电视事业管理的政策、法规体系	311
第二节	广播电视管理法规的规范内容	314
第三节	我国广播电视管理的主要法规：《广播电视管理条例》	319
第四节	广播电台和电视台的设立	323
第五节	政府对广播电视传播的调控	326
第十五章	广播电视事业的法制化管理(下)	330
第六节	广播电视节目的管理与规范	330
第七节	广播电视事业管理的法制化进程	337
第八节	关于广播电视事业管理法制化的思考	342
第十六章	广播电视从业人员的职业素质	347
第一节	广播电视从业者的社会角色与角色意识	347
第二节	广播电视从业者的知识与能力素质	353
第三节	广播电视从业者的情感与意志修养	358
第十七章	互联网络与传统广播电视	362
第一节	因特网的特点与功能	362
第二节	因特网发展简史	367
第三节	因特网对广播电视业的影响	371
第四节	因特网与广播电视业务	375

第五节 独立的因特网新闻媒体	381
附录一 国内新闻媒体网址速查	391
附录二 国际重要新闻媒体网址速查	397
后 记	404

第一章 广播电视的发展与现状

第一节 广播电视的诞生

一、广播的诞生

19世纪末20世纪初,一些科学技术工作者利用无线电波传送声音的实验相继成功,从而一步步推进导致了广播的诞生。

1895年,俄罗斯的一名军校教员亚历山大·斯捷潘诺维奇·波波夫(Alexander Stepanovich Popov, 1859—1905)和意大利科学家卡格列模·马可尼(Guglielmo Marconi, 1874—1937),分别独立制成了最早的不用导线传递电信号的仪器——无线电收发报机。

1895年5月7日,波波夫在彼得堡物理化学协会物理学部年会上报告了他的研究成果,并表演了他制成的一架无线电接收装置——雷电指示器。为纪念波波夫的发明,苏联政府于1945年规定每年的5月7日为无线电节。到了1900年,他制作的无线电收发报机,发射与接收的范围已经达到148公里。

马可尼于1895年9月末,利用无线电波进行通讯的试验获得成功。由于马可尼的发明未受到意大利政府的重视,他于1896年来到英国,在英国邮政总局公开演示了他的发明并获得成功,在英国得到无线电发明专利权。1897年,马可尼在英国组织了一家公司,从事无线电器材的制造,从而又进行了一系列的试验,推动了无线电通讯的实际应用。

而最早利用无线电波传送和接收声音的是美国匹兹堡大学教授雷金纳德·奥布利·费森登(Reginald Aubrey Fessenden, 1866—1932)和被称为“无线电之父”的美国杰出发明家李·德福雷斯特(Lee de Forest, 1873—1961)。

1900年,费森登对口语传送问题发生兴趣,产生了把按声波频率震动的电波叠加到恒定的无线电频率上的想法。他按声波的形状调制了无线电波的波幅(即调幅原理),还发明了一种用于无线电话很灵敏的电解检波器。1902年,在一系列发明的基础上,费森登于马萨诸塞州建立了发射台。1906年圣诞节前

夕,费森登主持播出了世界上的第一次语言广播,内容包括圣经故事、小提琴演奏等。第一次短暂的实验性广播成功了,但听到这次广播的人很少,只有新英格兰海岸外边的少数无线电报务员收听到了广播。从技术的初步标准而言,广播从此宣布诞生。但由于当时设备还不完善,在几年内这种广播还只限于临时传递一些紧急消息。

1899年,李·德福雷斯特发明了电解检波器和交流发射机。1902年,他公开表演了用于商业、新闻、军事的无线电报通信装置。1906年,他发明了三极真空管,这种真空管的功能是:检波、产生振荡、放大电信号、改变电信号频率等。1912年他开始用多个三极管连续放大微弱的高频无线电信号,这对无线电和长途电话通讯是个重大发展。后来,他在纽约高桥自己的实验电台作实验广播,用《纽约美国人报》提供的简讯,广播了1916年威尔逊和休斯在总统竞选中的得票数字。这次广播被视为美国的第一次新闻广播。

1916年,美国无线电报务员萨尔诺夫提出制作“无线电音乐盒”(即收音机)的设想,经过几年研究,美国无线电公司制成最初的收音机。在这以前的1900年,丹麦工程师德玛·鲍尔森发明了电磁录音,为录音机的制造创造了条件。

随着广播发射与接收技术的发展与改进,各类不同性质的实验性广播电台相继出现。1909年,美国加利福尼亚圣荷塞市广播电台开始播音,呼号是KQW,这是美国最早开始播音的电台之一;1916年,美国纽约州诺克城的2ZK电台开始定期播放音乐节目;1919年,美国威斯康星大学设立WHA电台,这是最早在大学中设立的实验电台,它广播的内容是市场行情和天气预报。荷兰、英国等在这一年也开始试验无线电广播。

在美国,正规的每日广播是从底特律开始的,在那里,德福雷斯特的营业机构已经取得经营试验台8MK^①的营业执照。1920年8月20日,在《底特律新闻》资助下,就在这个报馆办公楼上开始天天广播。8月31日,它广播了密执安州预选结果,从此,每天都播送新闻、讲话和音乐。8MK电台是第一次世界大战结束之后最早的一个民间电台。

1920年9月29日,匹兹堡的《太阳报》上刊登了一则推销无线电接收机的广告引起了威斯汀豪斯公司(又称西屋电气公司)高层的注意:如果广播电台能够提供定期的节目,一定有利于大量推销收音机。于是威斯汀豪斯公司开始筹办一个广播电台,根据联邦政府1912年无线电法令的要求,向联邦商业部提出举办商业广播电台的申请,并获得商业部颁发的商业电台营业执照,及核发的KDKA的呼号。这是美国第一个正式申请营业执照的电台,因此被认为是世界上第一家正式成立

^① 8MK电台从1921年10月起转称WWJ电台,并取得正式商业性营业执照。