

★ 广东省高等学校精品教材

申启武 著



高等院校新闻传播学系列教材

广播新闻学

Broadcast Journalism



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

申启武 著

广播新闻学

Broadcast Journalism



高等院校新闻传播学系列教材

★ 广东省高等学校精品教材



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

广播新闻学/申启武著. —广州:暨南大学出版社, 2016. 10

(高等院校新闻传播学系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1907 - 9

I. ①广… II. ①申… III. ①广播工作—新闻工作—高等学校—教材 IV. ①G222

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 183173 号

广播新闻学

GUANGBO XINWENXUE

著 者: 申启武

.....

出 版 人: 徐义雄

策划编辑: 史学英 颜 彦

责任编辑: 颜 彦

责任校对: 刘雨婷 李林达

责任印制: 汤慧君 周一丹

出版发行: 暨南大学出版社 (510630)

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 广州良弓广告有限公司

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 20.25

字 数: 400 千

版 次: 2016 年 10 月第 1 版

印 次: 2016 年 10 月第 1 次

定 价: 48.60 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

国务院侨务办公室立项

彭磷基人才培养改革基金资助

高等院校新闻传播学系列教材

编 委 会

顾 问：林如鹏 范以锦 杨兴锋

主 任：张晋升

成 员：（按姓氏音序排列）

陈伟军 邓绍根 林爱珺

刘 涛 麦尚文 邱一江

申启武 星 亮 杨先顺

张晋升 支庭荣 朱 磊

新闻传播类教材建设与 改进教学方法刍议（代总序）

吴文虎^①

新闻传播类教材林林总总，大体上可分为新闻、广播电视、广告公关和编辑出版四个系列。现在呈献在广大读者面前的这些教材，虽然还说不上是千淘万漉，披沙沥金，但毕竟凝聚了老中青教师的共同努力，也是大家的一番心血。戏剧界有句行话：“剧本剧本，乃一剧之本。”有本可依，演员方能在舞台上施展才华，演出令观众为之动容的好戏。我们也可以说，“教材教材，乃施教之材”。有了出色的教科书，教师便有章可循，在讲台上挥洒自如，令学生如沐春风，得益匪浅。

教材，是培养和教育一代新人的不可或缺的主要载体。说起新闻教育的教材，首推的自然是在1919年北京大学新闻学研究会出版的徐宝璜的《新闻学》。这是中国人自撰的第一本新闻学论著。这本理论专著，是他以北京大学新闻学研究会的讲稿为基础修改而成的。换言之，这本专著是应教学之需而诞生的。类似的情况还有很多。如邵飘萍的《实际应用新闻学》。我国思想家孔子和瑞士语言学家索绪尔生前都是“述而不作”，只讲课不写书，他们的讲稿也是由弟子或学生（一说同事）整理、汇编成传世之作，这就是孔子的《论语》和索绪尔的《普通语言学教程》。

那么，怎样才算是一本好的新闻传播类教材？

笔者涉猎不多，以为最耐看而且深受启发的教材都有以下一些共同特点：一是在学理上或对有关原理讲得相当通透，并能追踪当时学术和理论上的最新发展，符合大学教育的“三基”（基础理论、基本知识、基本技能）要求。二是凡实务型教材，都能紧贴现实，可操作性和实战性强。三是教材反映出作者的独特见解，既融会贯通又另辟蹊径，编排也独具匠心。

^① 吴文虎，暨南大学新闻与传播学院教授，主编全国高等教育自学考试指定教材《传播学概论》、面向21世纪课程教材《新闻事业经营管理》（获教育部全国普通高校优秀教材二等奖）等。



这里,要强调的是,编撰者在教材中要善于处理博采众长与独特见解的关系。笔者以为,前者固然重要,但后者更能体现作者的功力和底蕴。好教材要言人之所未言,或说人之不曾说透者。这样,才能起到醍醐灌顶的作用。

新闻教育是培养通才还是专才,决定着新闻课程和新闻教材的具体安排与不同比例。教材因课程而设,如果是培养专才,那就势必要增加新闻传播类教材在全部课程中所占的比例,并忽视其他有助于提高新闻学专业学生整体素质和知识水平的课程。在这方面,我们应当注意到民国时期新闻教育十分强调培养通才,专业课和教材则要求少而精。比如,1947年暨南大学新闻系所开课程中,专业课非常有限,大量开设的是文史哲类课程。同期全国6所新闻院校中,民治新闻专科学校开设专业课最多,但也只占58.3%;政治大学开设专业课程最少,仅占27.7%。^①因此,按照上述思路,我们在编写教材时也应贯彻“少而精”的原则,既要加强各校优秀教材的相互交流,又要精编自己撰写的教材,防止和杜绝那些内容芜杂、质量不高的山寨版教材出笼。

教材建设应因时而异,与时俱进,要适应不同时期传播媒介和传播方式的发展态势。暨南大学新闻系首任系主任冯列山当年提出了“大新闻”的超前见解,在广播、电影问世不久时,就把电子媒介纳入了新闻学研究和教学的范畴和视野。他认为,以报纸为研究对象的科学,应称作“报学”,而以新闻事业为研究对象的科学,才可以称作“新闻学”。他把新闻学“描画”为理论新闻学和实用新闻学两个部分。理论新闻学包括新闻哲学、新闻伦理、比较新闻学、新闻法、舆论研究、言论原理、新闻原理、报业史、杂志史、广播史、电影史、出版业史、宣传学、新闻政策、时事分析。实用新闻学包括采访、新闻写作、编辑、社论、报业管理、广告、印刷、电讯、杂志业、广播业、电影业。他打破了我国多年来新闻学研究以报业为中心的理论格局,把广播、电影视为新闻传播的重要组成部分。^②这一立论,不仅对新闻学理论研究有着积极意义,而且拓宽了新闻教学和教材建设的内容,即使在今天,对编写新闻传播类教材仍然有其参考价值。与新闻传播类教材建设直接相关的一个问题是教学方法。20年前,笔者访问美国时曾亲身参与德克萨斯大学传播学博士生的多次课堂讨论,感受到现场集体参与、积极探讨的活跃学术气氛和事前做好充分准备的状况。回国后,又接触到引入我国的哈佛大学案例教学法及有关教材。联想至此,深受感触,为此,笔者建议,我们的新闻传播教学能不能在教材上换个写法、在课堂上换个讲法?如果我

① 龙伟,任羽中,等.民国新闻教育史料选辑:代序.北京:北京大学出版社,2010:3.

② 冯列山.什么是新闻学?报学杂志,1948,1(5).转引自李秀云.中国新闻学术史.北京:新华出版社,2004:216.

们将以课堂宣读为主变为课堂讨论为主，那么教学方式将会是积极的互动式的，学生是群体的参与者，老师是引导、启发、掌控方向和进度的领路人。两者携手并进，可令教学相长，取得更好效果。

哈佛大学提出的案例教学法告诉我们：它是一种多方位的学习模式，而不是自上而下的灌输式教育。它允许学习过程中的不确定性、偶然性和冲突。收获来自所有参与者思想火花的碰撞。讨论答案没有对错之分，只是鼓励作出更为合适的回答。它有利于拓宽学生分析思路，培养和提高学生解决问题的思考能力。^①哈佛案例教学法应用范围很广。在国外应用的学科领域包括法学、医学、工商管理、跨文化比较、社会学、社区心理学、新闻、政治等等，近年来已陆续引入我国多个学科领域，如 MBA 课程，以及广告、公共关系等。

哈佛案例教学法对教材建设也有其不同要求。教师应精编多讲，力求深入浅出，而不要包罗万象，细大不捐。要给教师讲授和指导讨论、学生理解留下更多的空间。

总之，新闻传播教育界应当重视教材建设，把它视为提升新闻传播教育水平的重要一环。要锐意革新，站在新的制高点上，重新审视以往教材建设之成败得失，汲取经验教训，继续上路。在以教材为本的课堂教学中，要不断改进教学方法。从宣讲式照本宣科逐步发展到互动式课堂讨论，积极介入案例教学法，在教学过程中不断完善和撰写新的教材。

^① 威廉·埃利特. 案例学习指南. 刘刚, 等译. 北京: 中国人民大学出版社, 2009: 8.

目 录

新闻传播类教材建设与改进教学方法刍议(代总序)	(1)
第一章 广播的产生与发展	(1)
第一节 世界广播的诞生和发展	(2)
第二节 中国广播的产生与发展	(9)
第二章 广播新闻的传播特性与社会功能	(18)
第一节 广播新闻概说	(19)
第二节 广播新闻的传播特性	(23)
第三节 广播新闻的社会功能	(30)
第三章 广播新闻的主导地位与传播要求	(38)
第一节 广播新闻主导地位的形成过程	(38)
第二节 广播新闻主导地位体现	(41)
第三节 广播新闻的传播要求	(46)
第四章 广播新闻节目的分类与播出	(53)
第一节 广播新闻节目的基本类型	(53)
第二节 广播新闻节目的播出方式	(61)
第五章 我国广播新闻的历史沿革	(68)
第一节 从“报纸有声版”到“自己走路”	(68)
第二节 从“珠江模式”的横空出世到新闻广播的全面崛起	(73)
第三节 从传统广播的单独运作到多媒体携手发展	(79)



第六章 广播新闻采访	(83)
第一节 广播新闻采访的特殊性	(83)
第二节 广播新闻采访准备	(85)
第三节 广播新闻采访的方法	(89)
第四节 广播新闻的音响采录	(93)
第七章 广播新闻的语言特点和写作要求	(98)
第一节 广播新闻的语言特点	(98)
第二节 广播新闻写作的基本要求	(103)
第八章 广播消息	(125)
第一节 广播消息的基本特点	(125)
第二节 广播消息的结构形式	(131)
第三节 广播消息的文本建构	(147)
第四节 广播消息几种特殊的表现形式	(153)
第九章 广播新闻专题	(166)
第一节 广播新闻专题的基本特征	(166)
第二节 广播新闻专题的结构形式	(172)
第三节 广播新闻专题的文本建构	(178)
第四节 案例举隅	(190)
第十章 广播新闻访谈	(203)
第一节 广播新闻访谈的基本特征	(203)
第二节 新闻访谈节目与新闻谈话节目的区别与联系	(205)
第三节 广播新闻访谈节目的前期策划	(207)
第十一章 广播新闻评论	(215)
第一节 广播新闻评论概说	(215)
第二节 广播新闻评论的分类	(222)
第三节 新媒体时代广播新闻评论的发展特点	(237)

第十二章	广播连续（系列、组合）报道	(243)
第一节	广播连续报道	(243)
第二节	广播系列报道	(252)
第十三章	广播新闻现场直播	(258)
第一节	现场直播	(258)
第二节	大直播节目	(269)
第十四章	广播新闻编辑	(276)
第一节	广播新闻稿件编辑	(276)
第二节	广播新闻节目编排	(282)
第十五章	新媒体时代广播新闻的发展特点与趋势	(290)
第一节	新媒体时代广播新闻的发展特点	(290)
第二节	新媒体时代广播新闻的发展趋势	(304)
参考文献		(311)
后 记		(313)

第一章 广播的产生与发展

联合国教科文组织大会于2011年宣布,将每年的2月13日^①定为“世界广播日”(World Radio Day),以此彰显广播在促进教育、言论自由与公众辩论以及在自然灾害中传播重大信息等方面所具有的载体功能。至此,全世界的广播人终于有了属于自己的节日。

据国际电信联盟估计,世界上超过75%的家庭拥有收音机。联合国教科文组织指出,广播是世界上普及程度最高的大众媒体,全球95%的人都可以接收到广播信号,由于接收广播不需要昂贵的器材或复杂先进的技术,偏远地区群众及边缘群体都可以收听到广播,而互联网与手机的出现也进一步扩大了广播使用的范围和潜力。^②

世界发生着巨变,但是广播还是一如既往的重要。广播是受众最为广泛的大众媒体,特别是我们社会中最边缘的群体也可以收听广播。^③

1906年圣诞节前夜,美国匹兹堡大学电气工程师费森登(R. A. Fessenden)在马萨诸塞州布兰特盐城的无线电广播实验室首次成功进行了无线电广播,内容是两段笑话、一支歌曲和一支小提琴独奏曲,在海船上工作的无线电收发报员收听到后大吃一惊,称之为“天籁”。这是世界上第一次成功的无线电传声实验,标志着无线电广播的诞生。

1920年11月2日,由美国匹兹堡西屋电气公司开办的商业广播电台开始播音,它是美国第一家向当局申请商业执照进行正式注册的广播电台,呼号为KD-KA,它被公认为世界上第一家广播电台。

20世纪著名的传播学理论家——加拿大人马歇尔·麦克卢汉(Marshall

① 1946年2月13日是联合国电台成立的纪念日。设在纽约联合国总部的联合国电台本着新闻工作的基本原则,客观、如实、公正地报道与联合国相关的事件,通过普通话和英语、阿拉伯语、法语、俄语、西班牙语和葡萄牙语等多种语言向全世界广播。

② 《世界广播日:教科文组织彰显广播强大的传播载体功能》, <http://www.unmultimedia.org/radio/chinese/archives/162560>。

③ 《今迎来第一个世界广播日电波跨越时空影响世界》, http://china.cnr.cn/yaowen/201202/t20120213_509153091.shtml。



McLuhan) 认为, 广播有一种深刻而古老的力量, 是联结最悠远的岁月和早已忘却的经验纽带。^①

什么是广播? 在人类进入数字化、网络化的新媒体时代后, 媒介融合的步伐加快, 作为传统媒体的广播是否还有存在的必要? 它是否会随着时代的发展而缓慢消失? 广播又如何寻找自身在媒介融合背景下的定位? 这是当下广播工作者需要思考的问题。

在探讨广播新闻之前, 我们需要认真地审视一下这个曾经辉煌一时, 而今却逐渐被人们忽视的媒体——广播。按照通俗的理解, 广播是指通过无线电波或导线传送声音的大众传播媒介。按照传播手段或者传播方式来分, 通过无线电波传送节目的, 称为无线广播; 通过导线传送节目的, 称为有线广播。按照传播媒介或者传播信号来分, 传送声音和图像的, 称为电视广播, 简称电视; 仅传送声音的, 称为声音广播, 简称广播。

第一节 世界广播的诞生和发展

广播作为一种电子媒介, 其诞生和发展与科学技术的进步是分不开的, 从有线电报、有线广播到无线广播、无线电话, 从模拟信号传送到数字信号传送, 从传统媒体独领风骚到与网络媒体携手发展, 从单向传播到双向传播、聚合传播, 都依赖于新技术的操作平台^②。

一、有线电技术的启发

广播出现之前的一些发明创造为广播的诞生奠定了技术基础, 莫尔斯 (S. F. B. Morse) 1844 年发明的电报和贝尔 (A. G. Bell) 1876 年发明的电话, 不但影响作为媒介的广播, 而且影响作为产业的广播业。^③

1844 年 5 月 14 日, 被称为现代通信始祖的美国发明家莫尔斯在华盛顿国会大厦的一间房子里发出世界上的第一份电报, 其内容是: “上帝创造了什么?” 从这一天起, 信息传播有了一个质的飞跃, 以“通信鸽”为代表的通信时代落下了帷幕。随着莫尔斯的第一封电报问世的还有他编的电码——“莫尔斯电码”, 这种电码随后被各国普遍采用。

1876 年 3 月 10 日, 波士顿大学教授贝尔进行利用电流传送声音的实验, 成

① 麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸. 何道宽, 译. 北京: 商务印书馆, 2000: 369.

② 李岩. 广播学导论. 杭州: 浙江大学出版社, 2005: 1.

③ 王宇. 现代广播新闻实务. 北京: 中国广播电视出版社, 2009: 2.

功通过送话机喊出了声音，人类有了最初的电话。贝尔研制了世界上第一部电话机，揭开了人类交往史崭新的一页，这意味着在此之前铺设的海底电缆和架空天线不仅可以传送莫尔斯电码，也可以直接传送说话者的声音。^①

1877年，爱迪生（T. A. Edison）根据电话传话器里的膜板随着说话声会震动的现象发明了第一台留声机，声音储存于以声学方法在圆盘平面上刻出的弧形刻槽内，这是世界上最早的录音装置。

有线通信实现了声音直接传送的梦想，延长了传输距离，缩短了收发信息的操作过程，提高了传递信息的速度。但是，有线通信存在着“有线”的障碍，科学家们为克服“有线”的障碍开始了探索。于是无线电的发明引领了一场改变世界的信息技术革命。

二、无线电技术的发明

传播史学者认为，人类传播史经历了五次革命——语言的产生、文字的发明、印刷术的发明、无线电的发明、计算机的发明。每一次传播革命都对社会进步产生了巨大的推动作用，将人类带入一个新的时代。无线电的发明是人类传播史上的第四次革命，标志着人类进入了电信传播时代。无线电的发明是科学家们不懈探索、努力的结晶。

1819年，丹麦基尔大学的奥斯特（H. C. Oersted）博士在做实验时，意外发现了电与磁的关系——电流流过电路时会在其周围产生磁场，即“电生磁”。英国科学家法拉第（M. Faraday）在奥斯特的启发下，经过进一步探索，于1831年发现了电磁感应现象——放在变化磁通量中的导体会产生电动势，即“磁生电”。

1864年，英国理论物理学家马克斯威尔（J. C. Maxwell）发现了电磁学基本原理，从理论上确立了电磁学。他提出了放射性电波可以无线传送的论断，论证了电波传播的速度同光速一样，每秒钟约为30万千米。马克斯威尔因为对电磁研究的贡献被后人尊称为“无线电之父”。

1884年起，德国科学家海尼·赫兹（H. R. Hertz）依照马克斯威尔的理论从事实验，终于找到了产生、发射与接收无线电波的方法，并总结了测量光波和电磁波波长的科学方法，赫兹对电磁学做出了特殊贡献，国际无线电协会于1965年决定以“赫兹”为无线电波波长计算单位的名称。

1894年，俄国物理学家波波夫（A. C. Nonob）提出利用电磁波进行无线电通信的设想，研制出一台无线电发报机，发射地与接收地的距离达到了148千

^① 李岩. 广播学导论. 杭州: 浙江大学出版社, 2005: 3.



米。意大利科学家马可尼 (G. Marconi) 在本土无线电通信试验成功的基础上, 于 1896 年把试验推广到了英国并且取得无线电报的专利, 次年还在伦敦成立了无线电报通信公司, 从事无线电报器材的生产制造。1899 年, 他成功地拍发了英国至法国的无线电报。1901 年, 他完成了跨越大西洋的远距离无线电报收发。从此, 无线电通信进入实用阶段, 无线电报通信事业迅速发展。

三、无线电传送声音的实现

无线电报问世以后, 科学家们立即着手研究直接通过无线电波传送声音的方法, 广播便应运而生。20 世纪早期, 美国两位独立实验者费森登和德福雷斯特 (L. de Forest) 成功利用无线电波完成了发送高品质声音的实验。

费森登按声波的形状调制了无线电波的波幅, 继而发明了一系列可传送声音的传声设备。传声设备在 1901 年取得初步成果, 1906 年圣诞节获得了实质性突破。这天晚上, 太平洋船只上的无线电收发报员像平常一样戴着耳机注意接收间歇信号, 但令他们吃惊的是, 他们听到了一位妇女的歌声, 接着是拉小提琴的声音, 然后是一段《圣经》中的段落朗诵, 最后是德国作曲家韩德尔《舒缓曲》的唱片声和“祝大家圣诞节快乐”的人声。这些声音被证实是从费森登的实验室内传出来的。一般认为, 这是世界上第一次成功的传声实验。从广播工程的标准看, 它标志着无线电声音广播的问世。^①

德福雷斯特于 1907 年获得三极管的发明专利。三极管可以用来检测无线电波, 也可以增强和生成无线电波。1908 年, 他在巴黎 320 米高的埃菲尔铁塔上做了传声实验。1916 年, 德福雷斯特利用《纽约美国人报》提供的简讯, 广播了 1916 年威尔逊和休斯在美国总统竞选中的得票数字, 这次广播被认为是世界上第一次新闻广播。

四、收音机的制造和推广

首次提出让无线电进入普通家庭的是美国马可尼公司的无线电收发报员萨诺夫 (David Sarnoff)。收音机的制造和推广促进了广播的普及。

美国马可尼公司是一家有实力的通信公司。该公司的无线电收发报员萨诺夫向公司提供了一份备忘录, 提出要让无线电广播进入家庭, 要让无线电广播成为一种大众媒介, 要使无线电广播成为和钢琴、留声机一样的家庭用品, 并且指出了将无线电作为为普通家庭服务的大众传播媒介的经济盈利途径。他把这种接收

^① 饶立华, 杨钢元, 钟新. 电子媒介新闻教程——广播与电视. 北京: 中国人民大学出版社, 2000: 7.

机叫作“无线电音乐盒”。萨诺夫描述说,这一接收机可以在家中收听音质完好的讲课,也可以同时接收国家大事,棒球比分可以用一台安装在球场上的发话机传送到空中。

萨诺夫对收音机设计的天才想象及对收音机商业价值与发展前景的大胆预测没有受到公司的重视,而马可尼公司的错误判断使得美国无线电公司(RCA)成为收音机的最早制造者。在美国无线电公司,萨诺夫从雇员升为总经理。在他的领导下,公司确定新的经营方针,从1922年开始批量制造并出售整套收音设备。萨诺夫一直工作到1969年,他对广播业做出了巨大的贡献。

五、广播电台的出现

KDKA广播电台被公认为世界上第一个正式广播电台,世界广播事业由此正式诞生。

美国西屋电气公司专家弗兰克·康拉德(Frank Conrad)主持建立的试验电台在匹兹堡开始播音,该电台于1920年10月27日获得了美国商业部颁发的执照,并于当年11月2日正式开始播音,呼号为KDKA,发射功率100瓦。KDKA广播电台是美国第一个领有执照的商业广播电台,也是公认的全球第一家电台,KDKA广播电台的正式播音标志着世界广播事业的诞生。

KDKA广播电台之所以从诸多的试验电台中脱颖而出成为全球首家电台,主要有三点原因:第一,该台是第一座向政府登记并获得执照的商业电台;第二,该台开播第一天就对外播出新闻,播出了俄亥俄州共和党人哈定击败民主党人考克斯当选总统的消息,听众估计超过2000人;第三,该台定期对外界广播。^①

KDKA广播电台虽然只是广播的开始,但它标志着广播将成为报纸威力与影响力的分化力量,KDKA广播电台刺激了广播事业的蓬勃发展,使广播电台数量迅速增长^②。继KDKA广播电台之后,美国的一些无线电公司在纽约、芝加哥等地相继开办电台。1922年年初,美国有28家电台,半年后发展到了378家,到年底激增至570家,收音机拥有量达到200万台;到1924年,美国已有600家商业性无线广播电台,收音机拥有量超过500万台;到20世纪20年代末,几乎半数的美国家庭拥有了收音机。

六、广播事业在世界范围内的兴起

美国广播电台的迅猛发展加快了其他国家广播事业发展的步伐。

① 王宇.现代广播新闻实务.北京:中国广播电视出版社,2009:2.

② 饶立华,杨钢元,钟新.电子媒介新闻教程——广播与电视.北京:中国人民大学出版社,2000:11.



苏联也是试验和应用无线电广播较早的国家。1922年年初,莫斯科建立了中央无线电广播电台,发射功率12千瓦,是当时世界上功率最大的电台。1922年11月7日,该台被命名为“共产国际广播电台”,并播出了纪念十月革命的节目。

1922年10月,美国马可尼公司等6家无线电器材公司经政府批准合资成立了一家广播公司,于当年11月14日在伦敦正式播出节目。英国政府后将其收归国有,于1927年1月1日改建为公营广播机构,即现在的英国广播公司(BBC)。英国广播公司曾长期垄断英国的广播事业。

1922年,法国政府批准建立的第一家广播电台——法国国家广播电台借助埃菲尔铁塔用长波开始定时广播。

1923年10月29日,德国第一家广播电台在柏林开始广播。

1923年1月,中国出现由外商开办的广播电台。

日本于1924年成立了中央放送局,在东京等地设立了广播电台,1925年3月22日开始播音。

亚洲、非洲、拉丁美洲的许多国家在20世纪20年代至30年代陆续开办广播公司,殖民地国家的广播业由殖民主义者创办和操纵,经营体制和节目内容都受其影响。

1925年,全世界开办电台的国家已经超过20个。广播一经发明,便得到迅速发展。到1927年,广播事业已经从流行产业发展成为主流产业。这一时期,不但出现了广播广告,而且出现了广播网。^①

七、世界广播事业的发展

从20世纪30年代开始,广播进入飞速发展的时期,开始进入人们的生活,成为获取信息的一种重要途径。这一时期,对外广播出现,各国把它作为一种重要的对外宣传方式,“二战”中交战双方也利用广播开展“舆论战”。20世纪50年代以后,随着电视业的崛起,广播出现了一段低谷期。但是,随着广播技术的进步、电台的重新定位以及汽车保有量的增加,广播作为一种重要的伴随性媒介,又重新恢复了生机与活力。

广播迅猛发展,开创了新的新闻和娱乐形式,进入了发展的“黄金时期”。经济危机使企业投入广告的资金减少,因为报纸比较贵而且印刷质量差,而广播内容丰富,对世态反应迅速,且半导体携带方便,这些使广播成为人们获取信息

^① 王宇. 现代广播新闻实务. 北京: 中国广播电视出版社, 2009: 3.

和娱乐的主要工具，所以大量的广告从报纸流向广播。这一时期，世界各国的广播电台数量猛增，节目内容更加丰富，形式趋向多样，社会各领域的生产生活得到全面反映。

对外广播，也称为国际广播，是指利用无线电波跨越国界，以国外听众作为传播对象，使用国际通用语或对象国语言进行对外传播的广播。1927年5月，荷兰率先采用本国语言对海外殖民地进行广播，成为世界上最早进行对外广播的国家。苏联在1929年、英国在1932年、德国在1933年、日本在1935年分别开设了对外广播，美国于1942年开播美国之音（VOA）。到1945年“二战”结束时，对外广播的国家增加到55个。“二战”以后，各国的国际广播电台播音语种和播音时长都普遍增加，发射功率也逐渐加大，不少第三世界国家也相继开办了对外广播。

美国第32届总统罗斯福1933年通过广播作了四次“炉边谈话”（Fireplace Chat），成为美国政治史上的重要事件和广播史上的里程碑。罗斯福总统的“炉边谈话”强化了广播在公众心目中的良好形象。在经济萧条时期入主白宫的罗斯福，于壁炉边公开发表了大量的广播讲话。通过广播，普通民众听到了总统沉稳亲切的声音，得到了安慰和鼓舞。广播拉近了总统与民众的距离，罗斯福借助“炉边谈话”展示了自身强大的魅力。

大众传媒无疑是战时舆论战的先锋。有研究者认为，广播决定着第二次世界大战的最终胜利方。“二战”时电视尚未发展壮大，广播作为最强势的媒介，具有极强的跨越时空的优势，与战争发生了必然的联系，成为“二战”中信息传播的主导媒介。“二战”中，英国、美国、法国、苏联等同盟国和德国、意大利、日本等轴心国开展了“广播战”，这也是一场“舆论战”和“心理战”。交战双方都利用广播宣传，分化并瓦解对方的意志和进行心理威慑，以求“攻心夺气”。

战地记者中，广播人的表现也尤为突出。美国哥伦比亚广播公司的爱德华·默罗（Edward R. Murrow）于1940年8月在伦敦一间民居屋顶上，迎着德军的狂轰滥炸，用平静的语调进行以“Hello. This is London...（你好，这里是伦敦……）”开头的战地现场报道，这也是世界上最早的现场广播报道。

1936年，英国广播公司开始电视播送服务。“二战”之后，美国三大广播公司开始进军电视，广播明星被挖走，广播的传统节目肥皂剧、情景剧等被移植到电视上，广播的受众“流向”电视，广告商们也逐渐热衷于电视，广播开始寻找新的出路。从20世纪60年代开始，美国广播开始受众群体的“小众化”定位，广播内容“窄播化”，即推行类型化广播。相对细分的节目受到听众青睐，全新闻频率的广播模式得到推广，频率细分更加明显，如音乐电台细分为乡村音乐台、古典音乐台、摇滚音乐台、怀旧音乐台、轻音乐台等。广播的目标受众和