

21 世纪广播电视系列丛书  
丛书主编：白方芹 欧阳宏生

# G UANGBO DIANSHIXUE DAOLUN

# 广 播 电 视 学 导 论

「第三版」

● 主 编  
欧阳宏生



四川大学出版社

21 世纪广播电视系列丛书

丛书主编：白方芹 欧阳宏生

G220

9-2

# G UANGBO DIANSHIXUE DAOLUN

# 广播电视学导论

「第三版」



主 编 欧阳宏生

副主编 朱 天 蔡尚伟 彭逸林  
赵志刚 王安中



C2007147525



四川大学出版社

责任编辑: 徐 燕  
责任校对: 朱兰双 周 颖  
封面设计: 米茄设计工作室  
责任印制: 杨丽贤

### 图书在版编目(CIP)数据

广播电视学导论 / 欧阳宏生主编. —3版. —成都:  
四川大学出版社, 2007.1  
(21世纪广播电视系列丛书)  
ISBN 7-5614-3391-3

I. 广... II. 欧... III. 广播电视-概论  
IV. G220

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第155192号

### 书名 广播电视学导论(第三版)

---

|      |                      |
|------|----------------------|
| 主 编  | 欧阳宏生                 |
| 出 版  | 四川大学出版社              |
| 地 址  | 成都市一环路南一段24号(610065) |
| 发 行  | 四川大学出版社              |
| 印 刷  | 郫县犀浦印刷厂              |
| 成品尺寸 | 170 mm×230 mm        |
| 印 张  | 25.5                 |
| 字 数  | 460千字                |
| 版 次  | 2007年1月第3版           |
| 印 次  | 2007年1月第3次印刷         |
| 印 数  | 9 001~13 000册        |
| 定 价  | 36.00元               |

---

◆读者邮购本书, 请与本社发行科  
联系。电 话: 85408408/85401670/  
85408023 邮政编码: 610065

◆本社图书如有印装质量问题, 请  
寄回出版社调换。

版权所有◆侵权必究  
此书无本社防伪标识一律不准销售

◆网址: [www.scupress.com.cn](http://www.scupress.com.cn)

## 内 容 提 要

全书以马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论以及“三个代表”重要思想为指导,结合中国广播电视事业的发展实际,从理论到实践的不同角度,分析了中国社会主义广播电视的基本特色,阐明了中国社会主义广播电视事业的性质、任务和功能,揭示了中国广播电视的节目、技术、管理、经营发展的基本规律,分析了中国广播电视的传播理念、法制化建设和发展战略,论述了广播电视从业人员素质、广播电视受众同事业发展的密切关系。

这是一部系统论述中国特色社会主义广播电视理论的著作,具有科学性、系统性、理论性、实践性、前瞻性特征,可供新闻传播研究人员、广播电视从业人员、高等院校广播电视专业师生等使用。

## 丛书总序

·白方芹 欧阳宏生·

伴随着新世纪的到来，人类社会已经进入信息社会与知识经济时代。在全球化环境下，广播电视在人们的政治、经济、文化生活中发挥着越来越重要的作用。

作为现代化的大众传播媒介，广播电视如何适应社会的发展，适应广大人民群众对精神文化的需求，是我们面临的一项重要工作。

坚持理论创新是广播电视事业实行可持续发展的不竭动力。广播电视作为一门年轻的学科，经过几十年的发展，现正日趋成熟。作为人类文化长河的一朵璀璨浪花，广播电视传播的内容兼具现代文明和源远流长的特点。在总结 20 世纪广播电视实践经验时，我们理应将现实主义的人文精神同深邃的历史文化眼光相互结合，借鉴中华民族数千年的历史经验和人类文明的优秀成果。回顾国际广播电视传播的全部历程和中国广播电视事业约半个世纪的发展道路，无论是成功的经验还是失误的教训，都可以并且应当成为我们的有益镜鉴。

21 世纪，经济全球化大潮所带来的，不光是 WTO 的游戏规则，还有数字化的传播技术和先进的广播电视设备，更有市场化的运行理念和多元化的操作形态。其中，不免利弊兼有、瑜瑕互见。行业集团化的趋势，在整合广播电视资源的过程中，既起着优化配置的正面效应，又难免产生制约竞争和发展的负面影响。如何趋利避害？许多大小或不大不小的问题，都有待从理论与实践的结合上寻求答案。

创新是国家和民族发展的原动力。从理论创新、制度创新到科技创新，都亟待广播电视工作者践行探索。广播电视正在越来越广泛地受到人们的关注，对它的研究也由浅入深地取得了大量成果。从其自然属性到社会属性，人们不断地研究探索其物理特性、事业发展特点、传播艺术特点，总结广播电视工作及其事业发展经验，不断加深对广播电视科学的认识。

广播电视学与新闻学、传播学有直接的联系，它是在新闻学、传播学的

基础上产生的。它兼容了这两门学科中的部分研究内容,同时又融合了文学艺术以及其他社会学科的研究成果,同新闻学、传播学有着明显的区别。从研究的对象和范围来看,广播电视学、新闻学、传播学这三门学科既自成体系又相互联系。

创新,是广播电视学科建设的关键词。有学者指出,WTO背景下的中国广播电视传媒业,应将自己基本的前进方式从“实践探索—理论跟进—政策规范”转变为“建构式发展”的模式,注重从理论上进行目标、途径、手段等问题的结构性探讨,为实践发展描绘理性发展的蓝图。要成功地实现广播电视发展模式的转型,需要一系列扎扎实实的调查研究为之提供智力支持和理论支撑。出版广播电视系列丛书,正是贵州电视台与四川大学新闻传播研究所为广播电视学科建设和广播电视事业的发展实现成功转型而提供关键性支撑因素所作的一种实际努力。

贵州电视台经过了近40年发展,现有编导、技术、行政等人员1100多人,拥有新闻综合(贵州卫视)、公共、电视剧、大众电影、体育旅游、科技健康、图文信息、天元围棋(数字付费)8个频道,自办40个栏目,全国可接收人口名列省级电视台第九位。新建成的贵州电视大楼近7万平方米,已建成的全数字、全硬盘、全自动播出系统,达到国内先进水平。2006年,全台产业经营收入3亿多元,拥有固定资产5亿多元,属省级中上水平。2002年,贵州电视台提出了“西部黄金卫视”战略,成为省级电视台区域发展的探路者。重视理论学习、重视理论研究、重视理论创新,在贵州电视台已蔚然成风。2005年7月,贵州电视台同四川大学新闻传播研究所结成战略发展伙伴关系,通过共同的努力,加强贵州电视台理论建设,为四川大学新闻传播学科、广播电视学科发展作出贡献。

四川大学作为国家重点大学,新闻传播学科、广播电视学科发展已有20多年历史,是国内最早办有新闻传播、广播电视专业的6所院校之一。现有50多位从事这一领域教学和科研的专家教授和专业技术人员;有新闻学、广播电视新闻学、广告学3个本科专业;新闻学、传播学2个硕士点及“文化与传媒”、“广播影视文艺学”、“新闻学”3个博士点。20多年来,先后承担了30多项国家、部、省人民政府各级科研课题和一般课题,出版50多部新闻传播学术著作及教材,有30多项成果获国家、部、省级社科奖,教学科研取得了丰硕成果,出现了一批在国家具有较高知名度的新闻传播、广播电视学者。

21世纪,我们正迈向传媒发展的新阶段。广播电视理论研究和学科建设是我们的一项重要工作。近年来,作为欠发达地区的电视媒体,贵州电视

台进入省级台先进行列，首先得益于不断的理论创新；四川大学新闻传播学科的发展，很大程度上得益自身的理论建设。贵州电视台同四川大学新闻传播研究所的合作，将努力从广播电视理论、广播电视历史和广播电视业务等多方面、主体交叉地开展广播电视的科学研究。我们希望从理论与实践的结合上进行广播电视的学科建设，力争出版一批有新意的、处于学科前沿的著作，以满足传媒实践以及教学科研的需要。

科学性与系统性、理论性与实用性、前瞻性与指导性的结合，是本系列丛书孜孜以求的目标，也是每位作者共同努力的方向。至于整个系列中的具体著作在多大程度上达到了预定的目标，则有待于诸位读者特别是各位专家学者和业内人士的评判。

2006年12月

（白方芹系贵州省广播电视局副局长、贵州电视台台长，四川大学兼职教授；欧阳宏生系四川大学教授，博士生导师，新闻传播研究所所长，“全国首届‘十佳’广播电视理论工作者”。）

# 目 录

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| 丛书总序 .....                    | (1)  |
| 绪论 .....                      | (1)  |
| 一、广播电视与中国广播电视 .....           | (1)  |
| 二、广播电视在人类传播中的地位 .....         | (4)  |
| 三、广播电视学以及新闻学、大众传播学 .....      | (7)  |
| 四、广播电视学内容与研究方法 .....          | (9)  |
| 第一章 广播电视的产生与发展 .....          | (11) |
| 第一节 广播电视的产生与发展 .....          | (11) |
| 一、广播的产生与发展 .....              | (11) |
| 二、电视的产生与发展 .....              | (17) |
| 第二节 中国广播电视事业的发展及现状 .....      | (24) |
| 一、中国广播的产生和发展 .....            | (24) |
| 二、中国电视的产生和发展 .....            | (33) |
| 三、台湾、香港、澳门地区广播电视事业概况 .....    | (42) |
| 第二章 中国广播电视的社会主义特色 .....       | (46) |
| 第一节 社会主义公有制的大众传播媒介 .....      | (46) |
| 一、中国广播电视的社会主义性质 .....         | (46) |
| 二、中国广播电视的公有制特色 .....          | (47) |
| 三、中国广播电视体制具有自身优越性 .....       | (49) |
| 第二节 坚持中国共产党的领导 .....          | (51) |
| 一、坚持党的领导是中国广播电视的鲜明特色 .....    | (51) |
| 二、坚持党对广播电视事业的领导 .....         | (53) |
| 三、加强广播电视从业人员队伍建设 .....        | (55) |
| 四、完善有中国特色的广播电视管理体制 .....      | (55) |
| 五、坚持党对广播电视事业建设和发展的统一调控 .....  | (56) |
| 第三节 坚持以为人民服务、为社会主义服务为宗旨 ..... | (57) |
| 一、强调为人民服务、为社会主义服务的一致性 .....   | (57) |

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 二、强调社会主义建设与人民群众自身需求的一致性 ..... | (59)  |
| 三、为人民服务, 满足受众需要 .....         | (60)  |
| 第四节 统一的传播网络, 较强的系统优势 .....    | (62)  |
| 一、统一的传播网络 .....               | (62)  |
| 二、强大的系统合力 .....               | (64)  |
| 三、无可比拟的舆论强势 .....             | (66)  |
| 四、集约化经营优势 .....               | (67)  |
| 第五节 以社会效益为最高准则 .....          | (68)  |
| 一、以正面宣传为主的报道原则 .....          | (69)  |
| 二、坚持弘扬主旋律的方针 .....            | (70)  |
| 三、维护职业道德, 发挥社会效益 .....        | (71)  |
| 第三章 中国广播电视的性质 .....           | (73)  |
| 第一节 党、政府和人民的喉舌 .....          | (73)  |
| 一、关于“喉舌”性质的基本论述 .....         | (74)  |
| 二、中国广播电视根本性质的科学内涵 .....       | (76)  |
| 三、坚持“喉舌”性质, 处理好各种关系 .....     | (78)  |
| 第二节 现代化的大众传播媒介 .....          | (83)  |
| 一、为大众提供更多的信息渠道 .....          | (83)  |
| 二、受众的主体地位迅速提高 .....           | (84)  |
| 三、推进中国广播电视事业的现代化进程 .....      | (87)  |
| 第三节 特殊的当代文化形态 .....           | (89)  |
| 一、广播电视是一种文化形态 .....           | (90)  |
| 二、广播电视作为一种文化形态的特征 .....       | (90)  |
| 第四节 广播电视属于第三产业 .....          | (96)  |
| 一、广播电视的产业性质和特点 .....          | (96)  |
| 二、中国广播电视产业经营的必然性 .....        | (98)  |
| 第四章 中国广播电视的基本任务 .....         | (102) |
| 第一节 为经济建设服务 .....             | (102) |
| 一、广播电视必须为经济建设服务 .....         | (102) |
| 二、广播电视为经济建设服务的主要内容 .....      | (104) |
| 第二节 为文化建设服务 .....             | (107) |
| 一、广播电视必须为文化建设服务 .....         | (107) |
| 二、广播电视为文化建设服务的内涵 .....        | (109) |
| 第三节 为思想建设服务 .....             | (112) |

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 一、广播电视必须为思想建设服务·····         | (113) |
| 二、我国广播电视为思想建设服务的任务·····      | (115) |
| 三、广播电视如何为思想建设服务·····         | (116) |
| 第四节 为政治建设服务·····             | (118) |
| 一、广播电视传播必须为政治服务·····         | (118) |
| 二、不同时期的不同规定和要求·····          | (120) |
| 三、充当党和政府的喉舌与做好群众的耳目·····     | (121) |
| 第五章 广播电视传播的基本功能·····         | (124) |
| 第一节 新闻传播功能·····              | (124) |
| 一、新闻传播功能的具体体现·····           | (124) |
| 二、广播电视的新闻传播优势·····           | (126) |
| 第二节 社会教育功能·····              | (128) |
| 一、社会教育功能的主要表现·····           | (129) |
| 二、社会教育节目的特性·····             | (130) |
| 三、发挥社会教育功能,体现中国广播电视的优越性····· | (131) |
| 第三节 文化娱乐功能·····              | (132) |
| 一、文化娱乐功能的主要体现·····           | (132) |
| 二、广播电视文娱类节目的特性·····          | (134) |
| 三、文化娱乐功能的发展方向·····           | (137) |
| 第四节 信息服务功能·····              | (138) |
| 一、广播电视信息服务功能的具体体现·····       | (138) |
| 二、一种特殊的服务节目形式——广播电视广告·····   | (140) |
| 三、广播电视要进一步增强信息服务功能·····      | (141) |
| 第六章 广播电视传播的指导思想·····         | (143) |
| 第一节 坚持党性原则·····              | (143) |
| 一、广播电视党性原则的基本内涵·····         | (143) |
| 二、广播电视党性原则的具体表征·····         | (146) |
| 第二节 坚持正确的舆论导向原则·····         | (149) |
| 一、舆论与广播电视舆论·····             | (149) |
| 二、坚持正确舆论导向的基本点·····          | (151) |
| 三、正确处理好舆论引导中的各种关系·····       | (153) |
| 第三节 坚持新闻真实性原则·····           | (154) |
| 一、真实是新闻的生命·····              | (154) |
| 二、新闻真实性的双重涵义·····            | (156) |

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 三、违背新闻真实性的原因·····               | (158) |
| 第四节 坚持为受众服务的原则·····             | (161) |
| 一、广播电视为受众服务的主要内容·····           | (161) |
| 二、为受众服务要弘扬主旋律,提倡多样化·····        | (162) |
| 三、多出精品,满足人民群众的文化需求·····         | (164) |
| 第七章 当代中国广播电视传播理念·····           | (166) |
| 第一节 传播内容:从“宣传品”到“产品”·····       | (166) |
| 一、从“宣传品”到“产品”的转型·····           | (167) |
| 二、“产品时代”的广播电视传播内容理念·····        | (169) |
| 第二节 传播主体:从“探索前进”到“科学发展”·····    | (173) |
| 一、从重“量”到重“质”·····               | (173) |
| 二、从“制播一体”到“制播分离”·····           | (177) |
| 第三节 传播向度:从“单向传播”到“交互传播”·····    | (179) |
| 一、交互传播:内涵与必然性·····              | (179) |
| 二、当代广播电视交互传播的理念与实践·····         | (180) |
| 第四节 受众规模与品质:从“大众传播”到“分众传播”····· | (182) |
| 一、分众化传播理念的产生背景·····             | (182) |
| 二、广播媒体分众传播的理念与实践·····           | (184) |
| 三、电视媒体分众传播的理念与实践·····           | (185) |
| 四、频道(率)专业化的问题与反思·····           | (186) |
| 第八章 广播传播的节目形态·····              | (189) |
| 第一节 广播节目的基本形态·····              | (189) |
| 一、广播节目的基本形式·····                | (189) |
| 二、从节目的报道方式考察节目形态·····           | (193) |
| 三、从节目的传播形态考察节目形态·····           | (199) |
| 第二节 广播节目的采编制作·····              | (200) |
| 一、广播节目的策划·····                  | (201) |
| 二、广播节目的采制·····                  | (205) |
| 三、广播节目的复制合成·····                | (209) |
| 第九章 电视传播的节目形态·····              | (211) |
| 第一节 电视节目的基本形态·····              | (211) |
| 一、电视节目的基本形式·····                | (211) |
| 二、电视节目形态的不同分类·····              | (219) |
| 三、影响电视节目形态发展的主要因素·····          | (223) |

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 第二节 电视节目生产的流程             | (224) |
| 一、电视节目的基本要素               | (224) |
| 二、电视节目生产的前期流程             | (226) |
| 三、电视节目生产的后期流程             | (234) |
| 第十章 广播电视技术的重要地位           | (239) |
| 第一节 技术是广播电视事业发展的基本保障      | (239) |
| 一、科学技术的发展催生广播电视媒介         | (239) |
| 二、科学技术是广播电视媒介发展的基本保障      | (240) |
| 三、科学技术发展与广播电视传播的互动关系      | (245) |
| 第二节 广播电视技术的发展趋势           | (247) |
| 一、数字化的技术发展趋势              | (247) |
| 二、网络传播在广播电视媒介中的应用         | (249) |
| 三、卫星通讯技术在广播电视媒介中的应用       | (251) |
| 第十一章 中国广播电视的体制与管理         | (254) |
| 第一节 广播电视事业建设的方针           | (254) |
| 一、中国广播电视事业建设的基本方针         | (254) |
| 二、中国广播电视事业建设的奋斗目标         | (259) |
| 第二节 广播电视事业的管理体制           | (263) |
| 一、中国广播电视事业管理体制的演变         | (264) |
| 二、现行广播电视事业管理体制的基本特征       | (266) |
| 三、广播电视事业管理体制的改革与创新        | (270) |
| 第十二章 中国广播电视法制化建设          | (275) |
| 第一节 广播电视法制化建设的原因和意义       | (275) |
| 一、广播电视法制化建设的原因            | (275) |
| 二、法制化建设的意义                | (277) |
| 第二节 中国广播电视法制化建设的发展历程和基本原则 | (279) |
| 一、中国广播电视法制化建设的发展          | (279) |
| 二、广播电视立法的基本原则             | (283) |
| 第三节 广播电视法制建设的主要内容         | (286) |
| 一、广播电台、电视台                | (287) |
| 二、广播电视传输覆盖网               | (287) |
| 三、广播电视节目生产与流通             | (287) |
| 四、广播电视节目播出                | (288) |
| 五、广告管理                    | (290) |

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| 六、卫星电视·····                   | (290) |
| 七、广播电视设施保护·····               | (291) |
| 八、网络视听与视频点播节目·····            | (291) |
| 第四节 中国广播电视法制建设存在的问题及发展方向····· | (292) |
| 一、广播电视法制建设存在的问题·····          | (292) |
| 二、我国广播电视法制建设的发展方向·····        | (294) |
| <b>第十三章 广播电视产业经营</b> ·····    | (297) |
| 第一节 产业经营的必然性和必要性·····         | (297) |
| 一、广播电视产业经营的必然性·····           | (298) |
| 二、广播电视产业经营的必要性·····           | (302) |
| 第二节 广播电视产业经营的内容·····          | (306) |
| 一、广告经营·····                   | (306) |
| 二、节目经营·····                   | (307) |
| 三、网络经营·····                   | (309) |
| 四、信息及技术经营·····                | (310) |
| 五、服务及延伸产业经营·····              | (311) |
| 第三节 广播电视经营的原则·····            | (312) |
| 一、科学规划、科学管理原则·····            | (312) |
| 二、“双效”兼顾原则·····               | (313) |
| 三、“主业突显”原则·····               | (314) |
| 四、“渐进式”发展原则·····              | (314) |
| 第四节 中国广播电视产业经营趋势·····         | (315) |
| 一、政策扶持逐渐加大,产业秩序逐步形成·····      | (316) |
| 二、投融资渠道逐步扩大,市场准入渐渐放宽·····     | (317) |
| 三、重视开发上下游弱势产品,优化产业结构·····     | (318) |
| <b>第十四章 广播电视人才队伍的建设</b> ····· | (321) |
| 第一节 人才队伍建设的概况和目标·····         | (321) |
| 一、广播电视人才队伍建设的概况·····          | (321) |
| 二、广播电视人才队伍的建设目标·····          | (324) |
| 第二节 从业人员的基本素质·····            | (327) |
| 一、造就高素质广播电视人才的意义·····         | (327) |
| 二、政治思想素质的主要内涵·····            | (328) |
| 三、适应 21 世纪需要的业务素质·····        | (331) |
| 第三节 从业人员的职业道德·····            | (335) |

---

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 一、广播电视工作者的职业道德·····       | (335) |
| 二、职业道德的主要内容·····          | (337) |
| 第十五章 广播电视受众工作·····        | (339) |
| 第一节 广播电视受众的构成·····        | (339) |
| 一、受众的结构及其特征·····          | (339) |
| 二、受众的视听行为·····            | (344) |
| 三、受众的视听心理·····            | (350) |
| 第二节 受众工作的地位·····          | (353) |
| 一、受众理论的发展历程·····          | (353) |
| 二、受众工作的发展历程·····          | (354) |
| 三、重视受众参与,办好节目·····        | (357) |
| 第三节 受众调查的基本特点·····        | (359) |
| 一、受众调查的方式·····            | (359) |
| 二、受众调查的意义·····            | (362) |
| 第十六章 中国广播电视发展战略·····      | (363) |
| 第一节 中国广播电视发展战略的原则要求·····  | (363) |
| 一、中国广播电视发展面临的机遇与挑战·····   | (364) |
| 二、制定中国广播电视发展战略的原则与要求····· | (370) |
| 第二节 世界广播电视的发展趋势·····      | (375) |
| 一、广播电视与其他传媒趋于深度融合·····    | (375) |
| 二、广播电视的数字化与网络化·····       | (376) |
| 三、广播电视的集团化·····           | (377) |
| 第三节 中国广播电视发展的特色化道路·····   | (378) |
| 一、中国广播电视发展战略的总体目标·····    | (378) |
| 二、中国广播电视发展的特色化道路·····     | (382) |
| 参考书目·····                 | (389) |
| 后    记·····               | (392) |

## 绪 论

广播电视是 20 世纪人类伟大的创造。广播电视传播不仅带来媒介传播历史上的革命,而且带来了当代人类文明中宏伟而壮丽的文化景观,日益影响人们的政治、经济、文化生活,成为当代社会一个重要的组成部分。

学习中国特色社会主义广播电视理论、了解中国广播电视事业和广播电视工作的方方面面、明确中国广播电视传播的特殊性,对于坚持马克思主义的传播观、把握正确的舆论导向具有重要的意义。它是我们不断发展壮大广播电视事业、加强广播电视队伍思想和业务建设、扩大传播领域、提高节目质量、更好地发挥广播电视在中国现代化建设中的重要作用的理论武器。

### 一、广播电视与中国广播电视

正确理解广播电视与中国广播电视,有助于更好地认识中国特色社会主义广播电视理论的深刻内涵。

#### 1. 广播电视的基本内涵

广播电视是电子科学发展和社会需要相结合的产物,它是人们运用科学技术创造的一种大众传播媒介,传递受众需求的各种信息。广播电视包括两种类别:只传播声音的,分无线广播和有线广播;既传送声音又传送图像的,分为无线电视广播和有线电视广播。正如《辞海》中解释道:“通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响图像的节目,统称为广播。按传输方式,可分为无线广播和有线广播两大类。只播送声音的,称为‘声音广播’,亦简称‘广播’;播送图像和声音的,称为‘电视广播’。广播电台、电视台或广播站把节目转换成电信号,利用无线电波或导线传送出去,人们利用收音机、电视机或直接用扬声器接受,起到广播宣传的作用。”<sup>①</sup> 这一定义中指出的“通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响图像的节目”,表明了广播电视的工作原理和技术特征,这包括可以采用所需的任何技术、介质和途径实现这一工作方式;同时,也表明广播电视工作的内容和目的,阐明

<sup>①</sup> 《辞海》,上海辞书出版社,1979年版,第845页。

广播电视的传播是有责任、有规则和有目标的,对广大受众来说是有用的信息。根据广播电视技术传播的特点,“声音广播”和“电视广播”分别还可以分若干种,如“声音广播”中无线广播按电磁波的波长,还可以分为中波、短波、超短波;有线电视可以分为电缆电视、光缆电视,通过人造卫星在无线电波传输中起中继作用的又分卫星广播、卫星电视等。

广播电视的自然属性表明,广播电视是运用电磁波传导方式把声音和图像传递给广大受众的电子传媒工具,是一种先进的电子通讯手段,是20世纪科学技术的伟大成果。同语言和文字传播方式比较,它是一种更为广泛地面向社会的大众传播方式。

## 2. 中国广播电视

中国广播电视是建立在广播电视自然属性基础上的有着自身丰富内涵的电子传播媒介。广播电视是一个广泛的复杂的社会交流系统,它兼容了新闻、艺术、娱乐、社会服务和公共教育等众多形式,是政治、经济、科技、文化、伦理、道德以及各种价值观念的综合体现。因而,从中国广播电视的社会关系、社会作用、社会功能和社会影响方面进行考察,有助于我们更好地理解中国广播电视的真正涵义。

中国广播电视是我国新闻事业的重要组成部分,这是由广播电视在新闻传播方面发挥的巨大作用以及它在新闻传播发展史上的独特地位所决定的。我国的电台、电视台,大多数是因为传播新闻信息的需要而建立的。“新闻立台”是我国广播电台、电视台坚持的一项重要办台原则。广播电视同报纸一样属于意识形态上层建筑范畴,它是社会舆论工具,通过一定的新闻手段反映社会生活、服务于自己的经济基础。它的主要职能是报道新闻、交流信息;宣传思想、引导舆论;传播知识、普及文化;娱乐生活、提供服务,不断满足人民群众日益增长的文化需求。广播电视作为新闻事业的重要组成部分,在我国意识形态领域占据十分重要的位置。

中国广播电视是党和政府的喉舌,也是人民的喉舌,是党和政府联系人民群众的桥梁。早在新中国成立时,国家新闻总署就提出,广播要发挥好“发布新闻,传达政令,社会教育,文化娱乐”的作用。当时的署长胡乔木提出:“广播要学会自己走路。”<sup>①</sup>其实质就是广播工作者要根据党的路线、方针、政策和国内外形势以及广播自身特点组织宣传报道。1958年,北京电视台刚建立不久,党中央就提出电视台应根据自己的特点,担负起宣传政治、传播知识和充实群众文化生活的任务。根据上述宗旨和任务,广播电视

<sup>①</sup> 《当代中国广播电视》(上),中国社会科学出版社,1987年版,第3页。

设置了新闻性节目、教育性节目、文艺性节目和服务性节目,用这些节目去教育、鼓舞和引导人民群众。经过几十年的发展,广播电视作为党和政府喉舌的意识,得到进一步的强化。1989年11月,江泽民在新闻工作研讨班上的讲话中指出:“我们党历来非常重视新闻工作。始终认为,我们国家的报纸、广播电视等是党、政府和人民的喉舌。这既说明了新闻工作的性质,又说明了它在党和国家中的极其重要的地位和作用。”<sup>①</sup> 广播电视是党和政府的喉舌,这是由我们党和国家的性质所决定的。

中国广播电视是现代化的大众传播媒介。从传播学的角度看,广播电视媒介的特点在于它消除了文字符号对大众的限制,使文化通过声音、图像的形式得以传播。因为,不管什么人,无论他受教育的程度如何,都可以通过电视媒介的声音与图像接触文化;一个识字不多的受众可以通过收音机、电视机了解到各种信息。这就是广播电视成为影响最为广泛的传播方式的根本所在。中国是一个广播电视大国,拥有世界上最大的收听收视群体。据有关方面统计,截至2005年底,全国共有广播电台273座,电视台302座,广播电视台1932座。中国的广播人口综合覆盖率已经超过94.48%,电视人口综合覆盖率达到95.81%,广播电视已成为中国最具现代化水平的具有广大收听收视群体的传播媒介。

中国广播电视是一种独特的现代文化形态。满足受众不断增长的文化娱乐要求是中国广播电视责无旁贷的任务。广播电视是现代文化的重要组成部分,广播电视文化是一种新型的大众文化。大众文化是一种都市工业社会或大众消费社会的特殊产物,是大众消费社会中通过印刷媒介、电子媒介等大众传播媒介所承载、传递的文化产品。中国广播电视在传播文化的同时,自身也成为一种独特的文化景观。具有广播特色的各类广播节目,如录音报道、广播剧、配乐散文、广播小说等;具有电视特色的各类电视节目,如电视文艺晚会、电视剧、电视文学、电视小品、电视纪录片等,都构成了具有自身特点的广播电视文化形态。

中国广播电视是第三产业。随着广播电视事业的发展,产业经营占据了越来越重要的位置,其产业属性是显而易见的。已有几十年发展历史的中国广播电视经历过一场深刻的变革,这就是在人们头脑中属于意识形态领域上层建筑的广播电视事业已成为国家的一项重要产业。这种趋势首先表现为政策的驱动。广播电视已被国家明确排在第三产业的行列。1998年召开的九届全国人大一次会议明确提出,国家今后包括电台、电视台在内的大多数事

<sup>①</sup> 江泽民:《关于新闻工作的几个问题》,《人民日报》1990年3月2日。