

---

# 中国广播电视学

---

---

中国广播电视出版社

## 中国广播电视学

中国广播电视出版社出版

(北京复外广播电影电视部灰楼 邮政编码100866)

北京市印刷一厂印刷

新华书店总店北京发行所经销

850×1168毫米 32开 25.25印张 633(千)字

1990年9月第1版 1990年9月第1次印刷

印数：1—7000册

ISBN 7-5043-0292-9/G·149

定价：13.30元(精)

10.80元(平)

## 内 容 简 介

广播电视是20世纪的十大发明之一。随着广播电视事业的蓬勃发展，一门新兴的学科——广播电视学诞生了！

广播电视学是研究广播电视的传播活动及其规律的科学。本书研究的是社会主义的广播电视学，并且具有鲜明的中国特色，因此称为《中国广播电视学》。

本书是26位专家、学者（包括广播电视理论工作者、教学工作者和实际工作者）的集体创作，是对中国人民广播事业创建半个世纪以来的实践经验，特别是对80年代广播电视改革经验的理论概括。

本书以节目研究为重心，既有基础理论研究，又有应用理论研究；既有传播者研究，又有受众研究；既有“无线”研究，又有“有线”研究；既有对国内广播研究，又有对国外广播研究；既有技术研究，又有管理研究；既有历史研究，又有未来研究……。本书是我国第一部全面、系统地论述广播电视学的专著，可谓是这门新兴学科的奠基之作。

本书以马克思列宁主义、毛泽东思想为指导，在总结中国广播电视正反经验的基础上，注意吸取中外相关学科的研究成果，力求从理论上阐述广播电视的传播规律，并初步建立起中国广播电视学的理论体系。注重科学性、学术性、系统性、稳定性和实用性，既是本书的写作原则，又是本书的显著特色。

## 编辑委员会

主 编 阎 玉  
副主编 何太中 赵水福 白谦诚  
编 委 方 亢 韩 泽 陆 原  
孙以森 壮春雨 陶皆良

## 编辑组

阎 玉 白谦诚 陆 原  
孙以森 壮春雨 陶皆良

## 全书总纂

阎 玉 孙以森 施 旗

## 撰 稿 人

导 言	白谦诚
绪 论	白谦诚
第 一 章	白谦诚
第 二 章	方 亢
第 三 章	白谦诚
第 四 章	陶皆良
第 五 章	方 亢
第 六 章	张学洪
第 七 章	金 戈
第 八 章	梅寒白
第 九 章	陶皆良
第 十 章	陶皆良
第 十 一 章	孙以森
第 十 二 章	熊生民
第 十 三 章	壮春雨
第 十 四 章	李学成
第 十 五 章	徐 益
第 十 六 章	张小平
第 十 七 章	赵水福
第 十 八 章	壮春雨

第 十 九 章		刘 玉 峻
第 二 十 章		施 旗
第 二 十 一 章		壮 春 雨
第 二 十 二 章		程 望 杰
第 二 十 三 章		程 望 杰
第 二 十 四 章	高 宇	陆 原
第 二 十 五 章	陆 原	高 宇
第 二 十 六 章		张 颂
第 二 十 七 章		壮 春 雨
第 二 十 八 章		李 子 先
第 二 十 九 章		何 大 中
第 三 十 章		何 大 中
第 三 十 一 章		何 大 中
第 三 十 二 章		李 义
第 三 十 三 章		李 义
第 三 十 四 章		陈 尔 泰
第 三 十 五 章		陈 尔 泰
第 三 十 六 章		陆 原
第 三 十 七 章		陆 原
第 三 十 八 章		陆 原
第 三 十 九 章	裴 玉 章	孙 以 森
第 四 十 章	阎 玉	壮 春 雨

谨以此书献给  
中国人民广播事业  
创建五十周年

# 目 录

---

导言	1
绪论 广播电视事业和广播电视学	8
第一节 广播电视——人类创造的奇迹	8
第二节 中国广播电视事业的创建和发展	10
第三节 中国广播电视学的孕育和形成	13
第四节 广播电视学的研究对象	20
第五节 广播电视学的体系框架	22
第六节 广播电视学与大众传播学、新闻学的关系	22
第七节 广播电视学的研究方法	26
第八节 学习和研究广播电视学的意义	27

---

## 第 一 编

### 总 论

第一章 广播电视的定义	33
第一节 广播电视的内涵	34
第二节 广播电视的“属”	35
第三节 广播电视的“种差”	35
第四节 本书关于广播电视的定义	36
第二章 广播电视的自然属性	38
第一节 广播电视特点	38



第二节	广播与电视的不同特点	42
<b>第三章</b>	<b>广播电视的社会属性</b>	47
第一节	性质	48
第二节	宗旨	52
第三节	功能	53
第四节	任务	57
<b>第四章</b>	<b>广播电视内部系统</b>	59
第一节	系统结构	59
第二节	基本单元内部运动	61
第三节	系统的特征	64
第四节	系统的调节和控制	65
<b>第五章</b>	<b>广播电视系统与社会环境</b>	70
第一节	广播电视与经济环境	70
第二节	广播电视与政治环境	77
第三节	广播电视与文化环境	83

## 第二编

### 广播电视节目系统

<b>第六章</b>	<b>节目的生成和分类</b>	93
第一节	节目的生成	93
第二节	节目的分类	105
<b>第七章</b>	<b>新闻性节目(上)</b>	117
第一节	新闻的事实属性	117
第二节	广播电视新闻价值	122
第三节	新闻的党性原则	128
第四节	新闻舆论的社会导向	136
第五节	新闻自由观	144
第六节	新闻舆论监督	151

第七节	新闻批评	155
<b>第八章</b>	<b>新闻性节目(下)</b>	159
第一节	新闻性节目的地位	159
第二节	新闻性节目的结构	162
第三节	新闻节目的形式	165
第四节	广播电视新闻的特点	168
<b>第九章</b>	<b>评论</b>	173
第一节	广播电视评论的地位和任务	173
第二节	广播电视评论的种类	175
第三节	广播电视评论的特点和优势	179
第四节	广播电视评论的创作	182
第五节	评论队伍的建设	183
<b>第十章</b>	<b>社会教育性节目</b>	188
第一节	社会教育节目分类	188
第二节	广播电视教学的优势	191
第三节	广播电视教学方法	195
第四节	知识性、教育性节目的特征	199
第五节	知识性、教育性节目的任务	203
第六节	广播与电视社会教育比较	209
第七节	社会教育性节目发展趋势	212
<b>第十一章</b>	<b>文艺性节目</b>	217
第一节	文艺性节目的类型	217
第二节	文艺性节目的特征	223
第三节	广播电视文艺的社会功能	226
第四节	广播电视文艺与社会文艺	232
第五节	电视文艺与广播文艺的差异	239
<b>第十二章</b>	<b>广播剧</b>	245
第一节	中国广播剧概况	245

第二节	听觉的戏剧艺术·····	247
第三节	广播剧编导·····	252
第四节	广播剧的艺术表现手段·····	262
<b>第十三章</b>	<b>电视剧</b> ·····	267
第一节	概述·····	267
第二节	特点·····	269
第三节	样式·····	275
第四节	创作·····	279
第五节	制作·····	288
<b>第十四章</b>	<b>服务性节目</b> ·····	292
第一节	服务性节目界说·····	292
第二节	设置服务性节目的必要性·····	296
第三节	服务性节目的任务·····	299
第四节	服务性节目的结构层次和发展趋势·····	303
<b>第十五章</b>	<b>广告</b> ·····	307
第一节	中国广播电视广告的现状·····	307
第二节	广播电视广告的任务和作用·····	309
第三节	社会主义广播电视广告的特征·····	315
第四节	广告和节目的关系·····	320
第五节	广告与新闻的异同·····	321
第六节	广告作品的基本构成要素·····	323
第七节	广告作品的创意和风格类型·····	330
<b>第十六章</b>	<b>少数民族节目</b> ·····	337
第一节	少数民族节目的概念、地位和作用·····	337
第二节	中国举办少数民族节目的理论依据·····	339
第三节	少数民族广播电视节目的基本特性·····	343
第四节	少数民族广播电视节目领域的开拓·····	350
<b>第十七章</b>	<b>对外广播节目</b> ·····	354

第一节	任务	355
第二节	对象	356
第三节	题材	358
第四节	报道的方式和技巧	369
<b>第十八章</b>	<b>节目形式</b>	<b>374</b>
第一节	广播电视节目形式产生的依据	374
第二节	录音录像报道	376
第三节	现场直播	380
第四节	现场报道	382
第五节	综艺节目	385
第六节	主持人节目	387
第七节	受众参与节目	391
<b>第十九章</b>	<b>节目整体效应</b>	<b>395</b>
第一节	什么是节目的整体效应	395
第二节	节目设置的整体效应意识	397
第三节	播出安排的整体观念	399
第四节	节目整体效应评价标准	402
第五节	整体效应的优化与控制机制	405

### 第 三 编

#### 广播电视节目要素

<b>第二十章</b>	<b>语言</b>	<b>409</b>
第一节	广播电视与语言	409
第二节	广播对语言的基本要求	415
第三节	电视对语言的基本要求	428
第四节	广播电视的语言艺术	432
<b>第二十一章</b>	<b>图像</b>	<b>439</b>
第一节	图像特性	439

第二节	图像表义	440
第三节	电视构图	446
第四节	图像的局限性	450
<b>第二十二章</b>	<b>音响</b>	<b>453</b>
第一节	节目音响的特定范畴	453
第二节	节目音响的系统功能	456
第三节	节目音响的结构特征	460
第四节	节目音响的科学应用	464
第五节	节目音响的美感效应	467
<b>第二十三章</b>	<b>音乐</b>	<b>471</b>
第一节	节目音乐释义	471
第二节	节目音乐的作用	473
第三节	节目音乐的结构特征	476
第四节	节目音乐的美感效应	480

## 第 四 编

### 广播电视节目生产

<b>第二十四章</b>	<b>采录</b>	<b>487</b>
第一节	采录的地位和特点	487
第二节	采访的基本任务和指导准则	490
第三节	采访的类别和方法	494
第四节	录音采访	499
第五节	摄像采访	502
<b>第二十五章</b>	<b>编导</b>	<b>507</b>
第一节	编导的地位和特点	507
第二节	编导的主要任务和基本要求	510
第三节	广播节目编辑	514
第四节	电视节目编辑	518

第五节	广播电视导演	521
第六节	广播电视广播	524
<b>第二十六章</b>	<b>播音</b>	<b>528</b>
第一节	播音的地位和作用	528
第二节	播音的创作特点	531
第三节	播音的创作原则	532
第四节	播音的创作方法	536
第五节	播音的表达规律	541
第六节	播音的风格样式	546
第七节	播音员的素质和修养	549
第八节	播音工作的改革	551
<b>第二十七章</b>	<b>主持</b>	<b>555</b>
第一节	节目主持人的类型	555
第二节	主持人的工作任务和工作方式	557
第三节	主持人的选拔	563
第四节	主持人的修养	565
<b>第二十八章</b>	<b>合成</b>	<b>570</b>
第一节	合成的重要性	570
第二节	合成的特点	571
第三节	合成的法则	573
第四节	合成的步骤与方法	576

## 第五编

### 广播电视节目传播

<b>第二十九章</b>	<b>节目传播与广播电视技术</b>	<b>581</b>
第一节	广播电视的技术特点	581
第二节	广播电视传播的媒介	582
第三节	广播电视的产生和发展	584

第四节	技术在节目传播过程中的地位	585
<b>第三十章</b>	<b>节目传播的主要技术环节</b>	587
第一节	节目制作	588
第二节	节目播出	595
第三节	节目传送	596
第四节	节目发射	598
第五节	节目接收	608
第六节	有线广播	610
<b>第三十一章</b>	<b>广播电视技术的发展趋势和发展战略</b>	615
第一节	战略目标	615
第二节	发展卫星广播	616
第三节	推广计算机在广播电视领域中的应用	618
第四节	重视广播电视的多工工作方式, 为开发 智力、传播信息服务	619
第五节	做好广播电视信号数字化的技术准备	621
第六节	注视下一代电视新制式的发展	622

## 第六编

### 有线广播和有线电视

<b>第三十二章</b>	<b>有线广播</b>	627
第一节	农村有线广播的创建及其意义	627
第二节	城市有线广播	630
第三节	有线广播的特点和优势	633
第四节	有线广播节目	638
第五节	有线广播管理	642
第六节	有线广播大有可为	648
<b>第三十三章</b>	<b>有线电视</b>	650
第一节	有线电视的创建及其优势	650

第二节	创建的自发性与宏观指导的必要性·····	653
第三节	电视网的重要组成部分·····	655
第四节	有线电视节目·····	656
第五节	有线电视的发展前景·····	658

## 第七编

### 广播电视的传播者和受众

<b>第三十四章</b>	<b>传播者的素质和修养·····</b>	<b>663</b>
第一节	广播电视的传播者·····	663
第二节	广播电视传播者的职业素质·····	667
第三节	传播者素质修养规范·····	675
<b>第三十五章</b>	<b>传播群体优化·····</b>	<b>682</b>
第一节	传播群体需要优化·····	682
第二节	传播者群体素质结构优化·····	689
第三节	传播者群体内部机制的优化·····	690
第四节	传播群体优化的辐射中心·····	693
<b>第三十六章</b>	<b>受众的地位和作用·····</b>	<b>697</b>
第一节	受众的地位·····	697
第二节	受众的特点和结构·····	701
第三节	受众的作用·····	704
第四节	受众的调查研究·····	706
<b>第三十七章</b>	<b>受众心理·····</b>	<b>710</b>
第一节	视听心理过程·····	710
第二节	共性心理·····	713
第三节	特性心理·····	717
第四节	逆反现象·····	721
第五节	受众心理规律·····	725
第六节	受众心理研究方法·····	730



<b>第三十八章</b>	<b>受众反馈</b> .....	734
第一节	反馈的特点.....	735
第二节	反馈的作用.....	738
第三节	反馈的引导.....	741
第四节	建立受众反馈系统.....	743

## 第 八 编

### 广播电视的立法和管理

<b>第三十九章</b>	<b>立法</b> .....	749
第一节	广播电视立法的客观性.....	749
第二节	广播电视立法系统.....	753
第三节	广播电视法与相关法的关系.....	756
第四节	广播电视立法的基本原则.....	759
<b>第四十章</b>	<b>管理</b> .....	764
第一节	广播电视管理的地位和任务.....	764
第二节	广播电视管理的特点.....	766
第三节	广播电视管理的主要方面.....	769
第四节	领导机构的决策管理.....	780
第五节	广播电视管理方法探求.....	784
<b>后 记</b> .....		788