

总主编 / 陈信凌

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会
新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

广播电视概论

>>>

主 编 / 许海潮 杜 娟

Guangbo Dianshi
Gailun



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

总主编 / 陈信凌

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会
新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

广播电视概论

>>>

主 编 / 许海潮 杜 娟

Guangbo Dianshi
Gailun



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP) 数据

广播电视概论 / 许海潮, 杜娟主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2009.10

(高职高专新闻采编与制作专业系列教材)

ISBN 978-7-303-10482-6

I. ①广… II. ①许…②杜… III. ①广播电视—概论—高等学校: 技术学校—教材 IV. ① G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 170859 号

营销中心电话 010-58802181 58808006
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京京师印务有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 170 mm × 230 mm

印张: 16.25

字数: 286 千字

版次: 2009 年 10 月第 1 版

印次: 2009 年 10 月第 1 次印刷

定价: 26.00 元

策划编辑: 郑 宜 责任编辑: 郑 宜

美术编辑: 李葆芬 装帧设计: 李景东

责任校对: 李 茵 责任印制: 马鸿麟

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会 新闻采编与制作专业“十一五”规划教材

编审委员会名单

- | | |
|-------|----------------------------|
| 王建国 | 主任委员、广播电影电视管理干部学院副院长、教授 |
| 陈信凌 | 副主任委员、南昌大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 陈 龙 | 副主任委员、苏州大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 毕一鸣 | 委员、南京大学新闻与传播学院副院长、教授 |
| 布和温都苏 | 委员、呼和浩特民族学院副院长、教授 |
| 董广安 | 委员、郑州大学新闻与传播学院院长、教授 |
| 高晓虹 | 委员、中国传媒大学电视与新闻学院院长、教授 |
| 蒋贻杰 | 委员、广西职业技术学院文化传播系主任、教授 |
| 梁小庆 | 委员、中央广播电视大学音像出版社社长、教授 |
| 刘民朝 | 委员、中央电视台科技专题部主任、高级编辑 |
| 王诗文 | 委员、安徽广播影视职业技术学院院长、教授 |
| 谢晓晶 | 委员、北京电影学院副院长、教授 |
| 张瑞麟 | 委员、中央广播电视大学图书馆馆长、教授 |
| 郭卫东 | 秘书长、广播电影电视管理干部学院教务处处长、副教授 |
| 覃晓燕 | 秘书、广播电影电视管理干部学院高教研究室主任、副教授 |

本书编写委员会

- | | | |
|-----|-----|---------------------|
| 总主编 | 陈信凌 | 郭卫东 |
| 主 编 | 许海潮 | 杜 娟 |
| 编 委 | 王诗文 | 吴孔铎 吕中华 张国伟 潘仁炎 余承周 |

总 序

21 世纪,人类社会进入了信息时代与知识经济时代。在这个飞速发展的时代里,经济全球化与文化多元化已经成为不可阻挡的历史潮流。随之而来的是跨文化传播在全球的迅速兴起,而影视艺术作为当今世界影响力最大的艺术创造和文化传播方式之一,在跨文化传播中具有最广泛的观众群和覆盖面。

随着广播影视事业在全国的迅速发展和产业属性的显现,对广播影视人才的需求也越来越大,近年来,我国广播影视类专业高等教育取得了长足的发展,为广播影视系统输送了大量的人才,随着广播影视行业的迅猛发展,社会对广播影视类人才提出了更高的要求。进一步深化人才培养模式、课程体系和教学内容的改革,提高办学质量,培养更多的适应新世纪需要的、具有创新能力的广播影视高素质人才,是广播影视教育的当务之急。

作为广播影视教育的重要环节,教材建设肩负着重要的使命,新的形势要求教材建设适应新的教学要求。高职高专教材应针对高职高专学生的自身特点,按照国家高职高专教育的特点和人才培养目标,以应用性职业岗位需求为中心,以素质教育、创新教育为基础,以学生能力培养、技能实训为本位,使职业资格认证培训内容和教材内容有机衔接,全面构建适应 21 世纪人才培养需求的高职高专广播影视类专业教材体系。广播影视类专业教学指导委员会组织编写的“十一五”规划教材,主要包括影视动画、影视广告、新闻采编与制作、主持与播音、电视节目制作、摄影摄像技术等专业系列教材。本系列教材的出版,必将对高职高专广播影视类专业的人才培养和教育教学改革工作起到积极的推动作用。

本系列教材的出版,得到了教育部高等教育司领导、国家广播电影电视总局人事教育司领导及行业专家的大力支持,得到了国内众多同类院校的大力协助,在此对他们表示衷心的感谢!同时,我们也希望广大师生和读者给我们提出宝贵意见,使教材更加完善。

教育部高等学校高职高专广播影视类专业教学指导委员会主任委员

王建国 教授

序

《广播电视概论》是广播电视类学科的基础课程，基于这样的学科源头地位，《广播电视概论》应该涵盖广播电视历史沿革、广播的传播原理及传播特性、广播电视的经营管理等课程内容。另外，广播电视在面临新技术挑战的情况下，也在形式和内容上作了一些调整，新媒体技术的融入也为传统广播电视开辟了发展的新局面。在新环境下编写的《广播电视概论》也应该把描述的视野投向日新月异的今天。

作为一名在广播电视高职岗位工作多年的老教师，深感现有的教材与高职教育的教育目标之间存在一定的脱节：传统的学术教育注重学生的理论思辨，更多地关注学生的理论逻辑，而我们的高职教育应该是以实践动手能力作为教育指向的教育类型，与之相匹配的教材也应该是基于实践、服务于实践的。《广播电视概论》这样一门高职教育的基础课程理当淡化学科的理论阐释，加强实践环节的描述。作为专业基础课程，应该是作为学科分类导向的教材，一方面应该对学科历史、理论辨析等做概括性的描述，更重要的一方面就是尽可能地将来学习即将涉及的实践技术环节进行着重的梳理。已经面市的以“广电概论”为主要内容的版本是有不少，但是针对高职教学特点编撰的版本却不多。

许海潮、杜娟主编的《广播电视概论》是在高职专业教材的呼唤声中发轫和诞生的。通览全篇，我认为其具有以下三点明显的创新和突破。

首先，本书花了很大的篇幅比较详尽地描述了新媒体语境下的广播电视的形态，这是一个有益且重要的尝试。新媒体技术在传播方法上的运用乃至其所导致的传播观念的改革都是不可忽视的现象，虽然新技术在未来并没有吞并传统旧媒体的担忧，但传统传播方式与新技术的融合将是必然的趋势，这一亮点体现了本版《广播电视概论》的现实视野有别于其他。

其次，生动贴切的延伸阅读反映了编者对读者的关照。《广播电视概论》应该是在学生新入学的第一个学期就开设的，善学不如乐学，提升学生的学习兴趣是教师煞费苦心去做的。本书在“广播电视发展历史沿革”一章附有“广播\电视的发明”，“广播电视技术”一章附有“电磁波的发明及通信卫星”的知识介绍，等等，这些都无疑起到了拓宽学习者专业视野的作用。最后还附上诸如《广播电视管理

条例》、《广播电视编辑记者、播音员主持人资格管理暂行规定》等法规文件，这些原始文件的附录将为学生全方位认识中国广播电视现状提供阅读素材。

再次，基于为高职编写专门教材的初衷，本版广电概论也完全遵循了高职教学的特点，去除了一些理论表述，尽可能多地将笔墨投诸高职学生即将面临的专业实践学习上。该书共计十一章，除了头尾偏重广电概貌性描述外，其余各章涉及的都是广播电视专业毕业生几个职业生涯不可缺少的技术、制作、经营等广电行业的主要领域。第二章是技术导向的广播电视的技术原理，第三、四章前瞻性地介绍了新媒体时代的广播、电视，第五章则引入媒介经营的维度，第六、七、八章是广播电视的制作的技术描述，第九章是媒介经营运作中不可缺少的受众调查、收视率满意度调查，第十章是广电从业者的素质要求。

《广播电视概论》的编写实践是成功的，我希望这本教材的编撰成为高职教材积极编写的发起者，引发后继者的努力来完善我们的高职教材体系，推动我们的高职教育事业不断向前。

安徽广播影视职业技术学院院长

王诗文

2009年5月2日于合肥

目 录

绪论	1
第一章 广播电视发展的历史沿革	5
第一节 世界广播电视事业的发展简况	5
第二节 中国广播事业的发展及现状	16
第三节 中国电视事业的发展及现状	26
第二章 广播电视技术	38
第一节 广播电视技术原理	38
第二节 广播电视技术系统	42
第三节 广播电视新技术	45
第三章 新媒体时代的广播	53
第一节 数字音频广播	54
第二节 手机广播	57
第三节 网络广播	61
第四章 新媒体时代的电视	66
第一节 数字电视	66
第二节 手机电视	75
第三节 网络电视	80
第四节 数字移动电视	85
第五节 IPTV	90
第六节 楼宇电视	95
第五章 广播电视的经营管理	103
第一节 广播电视事业的性质和职能	103
第二节 广电事业组织结构与管理体制	106
第三节 中国广播电视管理体制	110

第六章 广播电视传播符号与传播特性	118
第一节 人声语言：从广播到电视	118
第二节 音乐与音响：广播电视的非语言符号	127
第三节 电视画面与镜头语言	132
第四节 广播电视的传播特性	146
第七章 广播电视的节目形态	155
第一节 广播新闻节目	155
第二节 广播其他类型节目	158
第三节 电视节目形态	161
第八章 广播电视节目的编辑制作流程	177
第一节 广播节目的采访编辑播出流程	177
第二节 电视节目的编辑制作流程	188
第九章 广播电视传播中的受众	202
第一节 广播电视受众的特点及构成	202
第二节 广播电视受众调查	206
第三节 收视率与满意度	209
第十章 广播电视传播者的职业素养	213
第一节 广播电视从业队伍构成及优化	214
第二节 广播电视记者的素质与修养	216
第十一章 广播电视的发展趋势	225
第一节 广播的当代情势	225
第二节 电视的发展趋势	236
参考文献	248
后记	250

绪 论

人类的信息传播活动同人类的历史同样久远。根据标志性传播媒介的出现及普及,人类的传播经历了符号和信号时代、口语时代、文字时代、印刷时代、大众传播时代以及网络传播时代。

一、符号和信号时代

在口语出现以前,原始人使用一些十分简单的媒介和表达方式传递信息,诸如手势、体势、叫声、表情和图画、雕刻、结绳等实物标志以及烽火、鼓声、号角声等等。这些原始传播方式,有些被沿用至今,且广泛地存在于现代人的人际传播中。

二、口语传播时代

亚里士多德认为,人实际上是有语言的生物,人之所以为人首先就在于他能开口说话。因此有些学者认为人类的传播史始于口语的出现。

对于人类传播活动来说,口语是最便利、最通用、最重要的媒介,列宁谓之“人类最重要的交际工具”。口语传播的精确性是符号和信号传播无法比拟的,而文字传播、电子传播以及网络传播无一例外也都是建立在口语传播的基础之上的。美国语言学家萨丕尔(Edward Sapir, 1884—1939)曾经打过这样一个比方,他说,语言是货真价实的商品,而文字只是便利商品买卖和流通的货币。

然而,口语传播的局限也是显而易见的。空间和时间就是口语传播中无法跨越的两座大山。在原始社会,这些限制并不构成大的障碍,然而,随着人类文明的日趋发展,以及由此导致的社会信息系统的日趋复杂,仅仅依靠口语媒介已经越来越不适应交往的现实需要,于是一种新的媒介——文字就应运而生了。

三、文字传播时代

文字的出现是人类传播史上的第二次飞跃,它标志着人类传播活动进入了第三个阶段。这个阶段从文字的发明延续到印刷的兴起。

文字的发明,是人类社会得以实现从原始到文明的飞跃。从传播的角度上看,文字媒介的显著功能在于它克服了时间和空间的限制,使得信息得以跨时空传播。斯宾格勒(Oswald Spengler, 1880—1936)在其著作《西方的没落》中曾这

样论及文字的意义：

书写是有关远方的重大象征，所谓远方不仅指扩张距离，而首先是指持续、未来和追求永恒的意志。说话和听话只发生在近处和现在，但通过文字则一个人可以向他从没有见过的人，甚至还没有生出来的人说话；一个人的声音在他死后数世纪还可以被人听到。^①

文字不同于语言的自然习得，而是一个人为的过程。这样一来，文字传播时代就由于种种人为条件而形成一个与众不同的传播阶层，如王公大臣、祭司神甫、文人士子等。由于他们垄断着文字媒介，因而也控制着社会上占统治地位的话语。而从传播的角度看，统治权其实就是话语权。按照加拿大传播学者英尼斯(Harold Adams Innis, 1894—1952)的理论，古代帝国无论东方西方之所以能够建立自己的统治，原因就在于拥有以文字为核心的、轻便易携的所谓“空间媒介”。如同我们所熟悉的、秦始皇统一天下的“车同轨、书同文”。

这种“民可使由之，不可使知之”的话语垄断，与当时普遍存在的“专制”政体是相互吻合的。这一局面直到印刷媒介的出现才开始逐渐打破，此后文字及其话语才逐渐进入千家万户，从而在促进社会信息系统进一步趋向发达的同时，也就一步步地瓦解了大一统的社会格局，一点点地融化了坚冰一块的专制统治，正如英国思想家卡莱尔(Thomas Carlyle, 1795—1881)在《英雄与英雄崇拜》里所言：“发明了印刷，民主就是不可避免的。”

四、印刷传播时代

印刷传播时代始于印刷媒介的形成。从技术上讲，印刷媒介有两大硬件，一为纸张，一为印刷机。而这两个条件，均在文艺复兴前后出现于欧洲，正如科学史权威丹皮尔(W. C. Dampier, 1867—1952)所描述的：

大约在公元1世纪末，中国已经发明了纸，据说这是蔡伦的功绩，而木版印刷则出现于8世纪。造纸的技术随着后期十字军输入欧洲，约一百年后活字版的发明就使旧式木版印刷变成了实际而有用的技术，因而取代了在羊皮纸上抄写的笨拙方法，使书籍得以广泛流行。^②

近代印刷术是在中国古代印刷术的基础上产生的。15世纪中叶，德国美因茨的一位工匠约翰·古登堡(Johann Gutenberg, 1397—1468)经过一系列的实验，发明了一套包括铸字盒、冲压字模、铅活字、油墨、木制印刷机等工艺的金

① [美] 奥斯特瓦尔德·斯宾格勒：《西方的没落》上册，齐世荣等译，北京，商务印书馆，1963年，第280页。

② [英] W·C·丹皮尔：《科学史》，李珩译，北京，商务印书馆，1975年，第158页。

属活字印刷术。

印刷术发明的直接意义,在于使文字信息的批量复制成为可能。以书籍为例,“古腾堡以前的若干世纪中,欧洲大约有3万种图书。古腾堡之后的150年,即到1600年,大约出版了125万种图书,1700—1800年,大约有200万种,1800—1900年,欧洲有800万种新书。”^①

在印刷传播时代,人类传播活动的一项显著进展就是新闻事业的兴起。在十五六世纪,新闻事业尚处于萌芽状态。到了十七八世纪,新闻事业开始发育成长,特别是在以法国大革命和美国独立战争为代表的资产阶级革命中,新兴的报业启迪民智、影响舆论,发挥了引人瞩目的作用。19世纪后,随着生产的工业化、生活的城市化、教育的普及化和社会的民主化,又出现了以赢利为目的、以普通读者为对象、以各种新闻为核心的现代大众报业,其代表就是美国19世纪30年代的三大廉价报纸——《纽约太阳报》、《纽约先驱报》和《纽约论坛报》。至19世纪末20世纪初新闻事业发展如火如荼,而人类也迎来了传播技术的又一次重大革新——电子媒介的应用,至此人类进入了电子传播时代。

五、电子传播时代

广义上的电子媒介指一切依靠电流传播信息的媒介,既包括个人性的媒介如电话、电报、手机等,又包括公共性的媒介如广播、电视、网络等。

广播作为第一种公共性电子媒介,其诞生和普及具有开天辟地的意义。正是通过广播,电子媒介所蕴涵的社会功能与历史意义才第一次得到充分的展现。所以,人们常以广播作为大众传播时代的开端,而我们也以此作为开启电子传播时代的大门。由于广播电台,尤其是无线电广播的覆盖范围几乎是无边无界的,它因此给人类经济社会和文化领域带来了革命性的影响。正如麦克卢汉(Marshall McLuhan, 1911—1980)所说,“广播的潜意识深处,充满了部落号角和古老鼓乐的共鸣回荡……这个媒介有力量把心灵和社会转换成一个共鸣箱”。

与广播相比,电视业的出现,给人类的日常生活和文化生活带来了更加深刻而广泛的影响。视听兼备的特点赋予电视媒介前所未有的优势,同时又使电视受众形成了专注视听的特点。电视基本上是一种家用媒体,一般而言,它锁定的是家庭观众。此外,电视采用日常口语化风格。它同观众的交流方式与它在家庭中的地位是相称的。它似乎成了家庭谈话的又一位参与者。电视的诸多特点和优势,使它一经出现,就成为大众文化的最重要的载体,并对市民大众具有难以抵挡的诱惑力。如今,电视早已长驱直入人们的日常生活空间,造成了所谓的“电

^① 转引自郑也夫:《中外古今书籍出版之对比分析》,《科技导报》,1992年第11期,第17页。

视殖民”。“在经过半个世纪的曝光于电视之后，我们仍然十分理智地敬畏于它那似乎无限吸纳我们的时间和改变我们看法的能力。”

迄今为止，电子传播时代已经发生过三次飞跃：一是 20 世纪初的广播，二是 20 世纪中的电视，三是 20 世纪末的网络。特别是网络的普及，引发了人类传播活动的一次革命性变革。

随着网络媒体在世界范围内的兴起，不少人都提出了这样的疑问：网络媒体是否最终会取代传统媒体？有人断言传统媒体将在 50 年后集体退出历史舞台，同时，也有人认为网络媒体必须依赖于传统媒体才能生存和发展，反过来，传统媒体也必须与网络媒体结盟才能获得长久的生命力；换言之，也就是谁也不会取代谁，它们二者之间最终只能是竞争与合作的关系。

搜狐 CEO 张朝阳认为，技术进步会对以前的市场格局产生影响，包括网络媒体切分电视的传统观众市场。但另外，互联网的发展，使包括视频媒体、影视媒体的盘子更大了。传统媒体应该拥抱新媒体而不是抵制新媒体，在发展中各自寻找新的定位，找到自己的优势，然后在新格局下找到自己新的竞争力。而传统媒体与网络媒体竞合的结果之中，精彩纷呈的新的媒体形态的出现令人目不暇接，这不能不说是受众的福音。这些新媒体的种类非常繁杂，脱胎于广播与电视的新媒体就有网络电视(Web TV)、IPTV、网络广播、移动电视、楼宇电视、手机电视、手机广播、数字电视等。

第一章 广播电视发展的历史沿革

本章要点:

1. 世界广播的发展历程和发展现状。
 2. 世界电视的发展历程和发展现状。
 3. 中国广播电视的发展现状。
-

第一节 世界广播电视事业的发展简况

自广播电视诞生以来,世界各国都先后发展了广播电视事业。到1984年年底,全世界仅对外广播的电台就达到了160多座,使用语言达到了140多种。目前,电视也普及到世界上170多个国家和地区,全球电视网处于24小时不断运行之中。加之现代通信技术、国际互联网技术以及数字技术的发展,使得广播电视逐渐打破国家疆域的界限,呈现出跨国传播的新趋势。

然而由于政治、经济、文化以及地域等多方面的影响,各国的广播电视事业呈现出各自的特点。以下将以美国、英国、法国、日本、苏联(俄罗斯)为例,简述广播电视事业发展的基本状况。

一、美国

(一)美国广播电视事业发展概况

美国的广播事业由私人电台发端,可以说它从创立之初就打上了商业化的烙印。如1920年8月20日正式开始播音的KDKA广播电台就是西屋电器公司的老板为了推销其制造的收音机而开办的。香烟公司的老板佩利为了推销雪茄烟,买下了独立广播者联合会的广播网,改名为哥伦比亚广播公司(Columbia Broadcasting System, CBS)。

20世纪20年代初,美国的私营电台如雨后春笋般地建立起来。从1922年1月到1923年3月,仅一年多时间,美国国内广播电台就从30家增加到556家。其中有很大一部分都是由各大公司相继建立的。它们之间,同美国国内其他行业一样,展开了自由竞争。激烈竞争的结果,优胜劣汰,最后形成了三大广播网鼎

足而立的局面：哥伦比亚广播公司、国家广播公司(National Broadcasting Company, NBC)、美国广播公司(American Broadcasting Company, ABC)。这三家广播网控制了全国绝大多数电台，还几乎垄断了自1941年以来建立的电视台，覆盖了全国人口的99%。^①

第二次世界大战期间，因战时宣传的需要，广播被充分运用，美国的广播事业也得到了长足的发展。近年来，广播的发展更是突飞猛进。1976年美国国内通信卫星发射成功，国内卫星广播网建成。20世纪80年代，美国又开发了卫星直播业务。1983年美国已有12个大型广播网通过卫星广播。

美国也是世界上最早研究电视的国家之一。1930年NBC就开始了电视试验广播，到1937年美国已有17座试验电视台。1939年4月30日NBC首次进行了电视实况报道。1941年美国第一家商业电视台WNB电视台成立。“二战”时期，美国的电视事业发展缓慢，而战后发展较快。

1950年，美国正式开播彩色电视节目。1962年同步卫星的发射成功更是开创了全球电视的新纪元。1967年7月20日，美国“阿波罗”号宇宙飞船登月成功，标志着太空电视时代的开始。现代的美国广播电视事业，更注入了高科技的血液。1975年12月，美国无线电公司发射了同步卫星“通信卫星1号”，从而开始了现代化的卫星直播电视和有线电视业。

到1980年年底，美国80%的家庭拥有电视机，电视覆盖范围达到人口居住地的99%^②。

1980年，美国的有线电视新闻网(Cable News Network, CNN)成立。1991年海湾战争爆发，CNN因其及时出色的有关战况的独家报道引起了世人的关注，并且独创24小时不间断播出新闻节目的新形式，大有与美国广播界“三强”分庭抗礼之势。随后，各大广播网纷纷效仿CNN，开办24小时不间断的新闻节目并不断开拓海外市场。数字电视系统和电脑系统的运用也给广播电视事业的发展带来了新的契机。

1998年11月，由40多个台自主传输数字信号起步，到2005年5月，美国的地面数字广播大约有1300个商业广播电视台在联邦通信委员会(FCC)规定的数字化期限之内。^③2002年10月，美国开始数字地面音频广播，全国有300家电台获得数字化许可证，其中80多家已开始数字广播。

在卫星数字广播方面美国走在世界前列。2001年9月，两家收费的数字音

① 张然：《恐龙之战：国际企业巨头兼并潮》，《企业经济》，1996年第2期，第25页。

② 黄匡宇主编：《广播电视学概论》(第二版)，广州，暨南大学出版社，2005年，第31页。

③ 同上。

频广播,到2003年年底,两家共有162万用户。两家卫星数字广播都以媲美CD音质的、极其细分化的音乐频道为中心,播出100多个频道的音乐节目。

20世纪90年代开始,美国的广播电视产业风起云涌,出现了前所未有的兼并、集中、整合的现象。一方面,电视业内部并购,各大电视公司纷纷加紧收购各地中小电视台。据FCC最新公布的资料显示,全美1340家商业电视台中,哥伦比亚广播公司控制39家电视台,福克斯电视网控制37家电视台,全国广播公司控制29家电视台,美国广播公司拥有10家电视台。全美前25位的电视集团2000年已经控制了美国商业电视台中的41.6%。除此之外,还有许多区域性的广播网,美国大部分的广告市场被它们占据。他们集结了近千座广播电台,为争取本地地区的利益,和大广播系统相抗衡。另外媒介巨头之间也频频互相兼并。

另一方面,广电产业与其他产业——电信业、互联网业进行整合,广电业逐渐融入更大的信息产业之中。如今美国最大的25家媒介集团都是包括广播、电视、有线电视、卫星电视、报纸、杂志、出版、电影、唱片、电话、网络、广告等众多产业在内的超级信息传播集团,而且这些媒介集团正在发展成跨国、跨行业的全球化信息产业集团。如今,全球的传媒超级航母基本上母公司都在美国。

在商业广播电视占主导的环境中,美国仍有1200多座公共电台和300多座电视台,其前身和主体是美国教育广播电视台。在联邦政府、福特基金会和卡内基基金会等的推动下,20世纪六七十年代,美国实现了由教育电视台向公共广播电视体制的转型,公共广播电视公司(CPB)、公共电视网(PBS)和公共广播网(NPR)先后成立。CPS负责联邦政府拨款的分配和使用,协调公共广播电视系统各台之间的关系,促进公共广播电视的发展,但不能制作和发行节目。CPB的主要政治功能是为了防止政府因拨款而控制公共广播电视。^①根据1967年国会通过的《公共广播法》,CPB委员会的15名成员由总统提名,经参议院批准。NPR和PBS则是各公共广播电视台的会员组织,其会员广播电视台由州政府、地方教育部门、高等院校、社会团体等创办,不以赢利为目的,而以服务公众为宗旨,经费主要来自经办部门的筹集、企业和个人捐款,辅之以国会拨款等。

美国联邦政府开展对外广播的机构是“美国之音”(Voice of America, VOA)。“美国之音”成立于1940年9月,第二次世界大战期间隶属美国战时情报局,当时主要承担战时宣传任务。1953年美国新闻总署成立后,“美国之音”直属美国新闻署。

^① 金冠军、郑涵:《当代西方公共广播电视体制的基本类型》,《国际新闻界》,2002年第2期,第39页。

“美国之音”的总部设在华盛顿的卫生、教育和福利大厦内。有 26 个播音室、10 个录音室、10 个剪辑室、1 个录音控制中心和总控室，还有几十个编辑室。这一广播网基本覆盖了全球，在纽约和慕尼黑、曼谷、蒙罗维亚、开罗等地设有节目制作中心，共用 42 种语言对世界各地广播。“美国之音”在国内有 5 个发射台、47 个转播站；在亚、非、欧三洲的 8 个国家设有 10 个发射台，另外还有 86 个转播站。^①

“美国之音”历来都站在美国政府的立场，向世界表明美国政府的态度、观点。美国的政治家们一向懂得舆论工具的重要性，1950 年 9 月 13 日，杜鲁门向美国驻世界各地的外交使团发布了一项总统密令，规定“要用更强有力的心理战武器对付日益扩大的共产主义威胁”，并责成美国国务院对共产党宣传采取攻势。“美国之音”从建立之日起就是美国政府机构的一部分，就接受美国中央情报局这类机构的资助。“美国之音”电台的宣传任务被确定为“利用广大的无线电网与共产主义作斗争”。1960 年，美新署署长乔治·艾伦签署了《美国之音章程》，作为美国之音广播的准则。章程中写道：

(1) 美国之音应该始终作为权威性的、听众信任的信息来源。美国之音的新闻必须准确、客观和全面。

(2) 美国之音代表整个美国社会，而不代表美国社会中某一个阶层。

(3) 美国之音应清楚地、有效地阐明美国的政策，同时也报道对这些政策所发表的认真负责的意见和评论。

1976 年 7 月，议会通过了一个法案，经总统杰拉尔德·福特签署批准，《美国之音章程》成为一个联邦的法律。

“美国之音”把新闻节目称为广播节目的“脊梁”，新闻与有关的节目占有节目的 52%。“美国之音”的新闻部每天抄收世界各地发来的约 150 万字的电信资料，经过选择采用 1/4 左右。平均每天编发 280 次新闻节目，几乎每时每刻都有最新消息，包括：全球要闻、地区性新闻、对象性新闻、国际特稿、国内专题、圆桌讨论等。遇到突发性的重大事件，它还经常临时增加广播时间。

(二) 美国广播电视事业发展的特点

美国的电视体制的最大特点是商业电视占主体，公共台和非商业台规模较小。各商业台的主要经济来源都是广告，竞争激烈，为了追求收视率而降低节目质量迎合受众的现象也就在所难免。另外，美国电视的等级结构也颇具特色。各地方电视台既是独立的媒介机构，又大多依附于大广播公司，成为大广播公司的

^① 资料来源：<http://www.voachinese.com/>，2008 年 12 月 13 日。