

思考的话筒丛书

KAODEHUATONGCONGSHU

GUANG BO RU MENG

◎主 编 黄学有

◎副主编 董晓平 李慧敏 王荣彦

广播入门

廉杨 费良生 编著



沈阳出版社

思考的话筒丛书

主 编：黄学有

副主编：董晓平 李慧敏 王荣彦

广 播 入 门

廉杨 费良生 编著

沈 阳 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播入门/廉杨, 费良生编著. —沈阳: 沈阳出版社,
2003.11

(思考的话筒丛书)

ISBN 7-5441-2382-0

I. 广... II. ①廉...②费... III. ①广播工作: 编辑
工作—基本知识②广播工作—新闻采访—基本知识
IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 116979 号

贵在“入门”

(代序)

张恩华

《广播入门》在付梓前，我用了两天多的时间，较为仔细地看了一遍，确有先睹为快之感，真是令人兴奋不已。黄学有同志于2003年2月出任沈阳电台台长，到广播系统刚刚一年，就谋划并付诸实施一项重大的广播理论建设工程——编撰一套《思考的话筒》丛书，这怎能不令人钦佩！《广播入门》就是这套丛书之一。这本书500多页，洋洋30多万字，从收集资料，提炼观点，到谋篇布局，书写成章，该有多大的工作量啊！我为廉杨、费良生同志的敬业精神，为他们的这一壮举，而感动、而振奋！看着书稿，字里行间，闪现出他们生龙活虎、朝气蓬勃的身影，怎能不令人振奋呢！对广播事业的未来发展，我充满信心，坚信明天会更好！

展现在读者面前的这本《广播入门》，对广播起源、沿革和发展趋势，对广播性质、功能和独特优势，对广播听众和广播新闻节目、文艺节目、对象节目、服务节目、广告节目，对广播记者、编辑、播音员、主持人，对广播录制、传输、发射等技术，对广播法规和管理等方方面面都做了简明介绍。这些内容，有史有论，有基本常识，有新鲜经验总结，可称得上广播学简明读本，可视为广播工作入门的向导。随着广播事业的发展，在广播编辑、记者、主持人队伍迅猛增大的情况下，《广播入门》无疑是一本不可多得的十分珍贵的好教材。



《广播入门》的可贵之处还在于对广播特殊规律进行了许多有益的探索。广播是一种大众传媒，它既有同报纸、电视、网络等大众传媒一样的共性规律，也有自己的特殊规律。在当今诸多媒体激烈竞争的形势下，对广播特殊规律再认识，充分认识广播的特殊功能、特殊的优势，至关重要。俗称广播为“口耳之学”，用声音描绘人和事，描绘世界，是一门听觉艺术。书中对广播政治属性、经济属性、文化属性的概括，对广播传播快捷、收听方便等八个方面优势的归纳，对广播在舆论引导、教育、娱乐等六个方面功能的总结，对广播听众、广播节目及其语言和音响、广播理念的提升，等等，都体现了可贵的探索精神，这对于“汇天下之精华，扬广播之优势”，做到知己知彼，迎接挑战，把握机遇，加快发展，都具有十分重要的现实意义。

《广播入门》还引领我们进入了广播改革创新之门。改革开放以来，广播界出现了系列台、大板块、主持人、热线直播、听众参与等崭新的局面，大量新节目、新内容、新题材、新形式融入广播，为广播带来了一股清新之风。这本书认真总结了多年来广播的新经验，对新闻的播报依据内容的要求不同所产生的播报方式的多样化给予了积极的肯定；对热点问题引导节目、舆论监督服务节目、心理咨询节目和“听众参与，自娱自乐”的娱乐节目等新出现的样式各异的节目形态，给予了冷静的思考；对广播节目增强亲和力、感染力为重要标志的大量节目主持人的出现，既给予了热情的讴歌，又从产生到发展，从分类到素质要求等方面做了比较系统地探讨，这些无不具有启示、指导意义。创新是一个永恒的主题。广播事业要发展，要出新，就要坚持改革，坚持创新。只有做到与时俱进，根据党、国家和人民的要求不断研究新情况、总结新经验、解决新问题才能大发展，更好地为中国特色社会主义的“三个文明建设”服务。



《广播入门》一书难能可贵还把广播技术和管理分别辟出专门章节。广播系统通常讲，宣传是中心、事业是基础、管理是关键、队伍是保证、改革是动力等一些带有规律性的说法。所谓事业是基础，包括基础设施、装备、台站规划布局、网络、先进电子技术应用广播节目，采、编、录、播、传、发、转、收等各个环节。技术、事业是基础，是载体。广播工作者所干的工作，用一位老同志的话说，就是让更多的人听好优秀的广播节目。节目的导向正确，优秀与否靠编采人员，收听面的大小、质量好坏，靠技术、设备和技术人员。至于管理的重要性，同其他的行业一样，非常重要，起关键性作用。所以，我认为专辟两章分别谈广播技术、广播管理，太必要了。它体现了广播宣传与技术的一体化，有利于从业人员增强全局观念，整体意识

《广播入门》的出版发行，是广播界的一大幸事，是学有、晓平、慧敏、荣彦同志领导的沈阳电台的一大壮举，是廉杨、良生同志的一大成果。盼沈阳电台的同志们再接再厉，勇攀高峰，撰写出更多更好更精彩的理论专著。

2004年6月于沈阳南湖河畔

(作者系原辽宁省委宣传部常务副部长、辽宁省广播电视厅厅长、现为辽宁省广播电视学会会长)

目 录

贵在“入门”（代序）	张恩华1
------------------	------

第一章 广播起源

第一节 无线电波的发现	1
第二节 语言传播的突现	2
第三节 广播电台的出现	3
一、世界上早期广播电台	3
二、世界上人民广播电台	4
三、中国早期广播电台	5
四、中国人民广播电台	6
五、沈阳早期广播电台	8
六、沈阳人民广播电台	11
第四节 广播趋势的显现	15
一、频率专业化	17
二、广电集团化	19
三、技术现代化	24
四、制播分离化	31
五、节目商品化	33



六、广播国际化	35
---------------	----

第二章 广播性质

第一节 广播的概念	38
一、广播	38
二、广播电台	38
三、无线广播	39
四、有线广播	39
五、卫星广播	39
六、中波广播	39
七、短波广播	40
八、超短波广播	40
九、调幅广播	40
十、调频广播	40
第二节 广播的属性	41
一、广播的经济属性	41
二、广播的政治属性	43
三、广播的文化属性	45
第三节 广播的功能	47
一、舆论功能	47
二、告知功能	48
三、监督功能	49
四、教育功能	50
五、娱乐功能	51
六、服务功能	51
第四节 广播的优势	52
一、收听方便	52
二、流动灵活	52



三、指向专业	53
四、互动性强	53
五、声音传真	53
六、穿透力强	54
七、整合信息	54
八、费用低廉	54
第五节 广播的劣势	55
一、形象单一	55
二、线性收听	55
三、随意被动	56
四、信息变异	56
五、不便查证	56

第三章 广播听众

第一节 广播听众的地位	57
一、主人翁地位	58
二、受益者地位	58
三、参与者地位	59
四、监督者地位	60
第二节 广播听众的分类	60
一、性别分类	61
二、文化分类	61
三、地域分类	61
四、职业分类	61
五、年龄分类	61
第三节 广播听众的收听需求	62
一、求新的需求	62
二、求多的需求	63



三、求尊的需求	63
四、求大的需求	63
五、求高的需求	63
第四节 广播听众的收听规律	
一、时间规律	64
二、心理规律	65
第五节 广播听众的调查	68
一、听众调查的意义	68
二、调查计划的编制	69
三、抽样调查的实施	70
四、调查问卷的设计	72
五、调查数据的分析	73
六、调查报告的撰写	75

第四章 广播节目

第一节 新闻节目	78
一、新闻节目的特征	79
二、新闻节目的种类	82
三、新闻节目的原则	82
四、新闻节目的编排	87
五、新闻节目的提要	93
第二节 文艺节目	96
一、文艺节目的作用	96
二、文艺节目的特征	98
三、文艺节目的种类	100
四、文艺节目的编排	106
五、文艺节目的编创	112
六、文艺节目的创作	118



第三节 社教节目	130
一、社教节目的任务	131
二、社教节目的种类	132
三、社教节目的原则	139
四、社教节目的编排	141
第四节 服务节目	144
一、服务节目的种类	145
二、服务节目的要求	153
三、服务节目的编排	157
第五节 广告节目	160
一、广播广告的特点	160
二、广播广告的品格	165
三、广播广告的类型	166
四、广播广告的艺术	174
五、“卖药节目”的合理性	186

第五章 广播语言

第一节 广播语言的形象化	191
一、挑选词语	192
二、抓住细节	195
三、运用比拟	199
第二节 广播语言的适听化	201
一、平易近人	201
二、准确无误	203
三、丰富多彩	207
第三节 广播语言的口语化	210
一、口语化句式	210
二、大众化词语	210



第四节 广播语言的音乐化	214
一、字音响亮	214
二、抑扬顿挫	215
三、声音回环	216
四、音响和谐	217

第六章 广播记者

第一节 广播记者的重要作用	219
第二节 广播记者的不同称谓	222
第三节 广播记者的采访艺术	222
一、广播记者采访的特点	223
二、广播记者采访的任务	224
三、广播记者采访的类别	225
四、广播记者采访的方法	227
五、广播记者采访的录音	233
第四节 广播记者的写作艺术	239
一、广播消息的写作	239
(一) 广播消息的特点	239
(二) 广播消息的结构	241
(三) 广播消息的样式	243
(四) 广播消息的技巧	255
二、广播专稿的写作	266
(一) 广播专稿的概念	266
(二) 广播专稿的特点	267
(三) 广播专稿的种类	270
(四) 广播专稿的手法	305
(五) 广播专稿的标题	311
三、广播评论的写作	314



(一) 广播评论的地位	314
(二) 广播评论的种类	317
(三) 广播评论的特点	333
(四) 广播评论的技巧	335
第五节 广播记者的新闻敏感	337
一、新闻敏感	337
二、新闻线索	341
三、新闻嗅觉	343

第七章 广播编辑

第一节 广播编辑的工作称呼	348
一、总编辑	349
二、总监制	349
三、节目监制	350
四、责任编辑	350
五、专业编辑	350
六、节目导播	351
第三节 广播编辑的工作任务	353
一、把握方向	353
二、管理节目	353
三、组织报道	354
四、组稿约稿	354
五、选择稿件	354
六、校正稿件	354
七、改编稿件	354
八、撰写稿件	355
九、编排节目	355
十、录制节目	355



十一、培养通讯员	355
十二、通联工作	355
第四节 广播编辑的选稿改稿	356
一、选稿的标准	356
二、改稿的要求	358
三、改稿的方法	362
第五节 广播编辑的节目制作	366
一、节目录音	366
二、节目合成	371
第六节 广播节目的编排原则	374
一、正确导向原则	375
二、节目方针原则	375
三、注重整体原则	375
四、突出重点原则	375
五、新闻价值原则	376
六、综合兼顾原则	376
七、信息适量原则	376
八、接近听众原则	376
九、适当平衡原则	376
十、相互和谐原则	377

第八章 广播主持人

第一节 广播主持人的产生	378
一、国际节目主持人的出现	378
二、我国节目主持人的产生	379
第二节 广播主持人的类型	384
一、“一对一”交谈型	385
二、“面对面”侃谈型	386



三、“采编播”合一型	387
四、“记编主”合作型	387
五、“特色化”主播型	387
六、“串联性”报幕型	387
第三节 广播主持人的素质	388
第四节 节目主持人节目的优势	392
一、节目内容的兼容化	392
二、节目传输的双向化	393
三、节目个性的形象化	394
四、节目制作的一体化	395
五、节目语言的口语化	395
第五节 主持人节目的编写	396
一、写好“我”的形象	396
二、增强“谈”的味道	397
三、掌握“串”的艺术	399
第六节 主持人播新闻	400
一、播新闻的特点	400
二、播新闻的原则	401
三、播新闻的方法	403
第七节 主持人说新闻	407
一、说新闻的客观性	407
二、说新闻的局限性	410
三、说新闻的前瞻性	412

第九章 广播技术

第一节 节目制作	415
一、节目制作中的硬技术	415
二、节目制作中的软技术	420



第二节 节目播出	421
一、广播节目播出系统	422
二、广播节目播出方式	426
第三节 节目传送	427
一、近距离节目传送系统	427
二、远距离节目传送系统	428
三、沈阳电台节目传输系统	428
第四节 节目发射	430
一、发射台	430
二、发射机	431
三、天馈线	434
第五节 节目接收	437
第六节 广播与计算机	438
一、因特网	438
二、新闻网站	440
三、网上广播	442
四、电子邮件	443
五、电子资料	445
六、音频工作站	447
七、文稿工作站	448

第十章 广播管理

第一节 广播管理机关	449
一、广播电影电视局	449
二、广播电视集团	450
三、无线电管理委员会	450
四、新闻出版署(局)	451



第二节 广播学术机构	451
一、广播电视学会	452
二、广播电视学刊	453
三、广播电视评奖	454
第三节 广播管理法规	456
一、中华人民共和国广播电视条例	458
二、中国新闻工作者职业道德准则	468
三、中共中央宣传部、广播电影电视部、新闻 出版署、中华全国新闻工作者协会关于禁 止有偿新闻的若干规定	472
四、沈阳人民广播电台自律公约	474
五、沈阳人民广播电台关于进一步加强广播宣 传管理的若干规定	476
六、沈阳人民广播电台开展节目考评工作的实 施方案	484
七、沈阳人民广播电台关于优秀节目（稿件） 的奖惩办法	487
后 记	490