

当代中国广播电视学

DANGDAIZHONGGUO GUANGBODIANSHIXUE

主 编 张振华

副主编 欧阳宏生 张君昌

中国国际广播出版社

当代中国广播电视学

DANGDAIZHONGGUO GUANGBODIAN SHIXUE

主 编 张振华

副主编 欧阳宏生 张君昌

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代中国广播电视学/张振华主编.—北京:中国国际广播出版社,2014.1

ISBN 978-7-5078-3678-3

I. ①当 II. ①张 III. ①广播工作—中国—现代②电视工作—中国—现代 IV. ①G229.2

中国版本图书馆CIP数据核字·(2013)第277984号

当代中国广播电视学

主 编	张振华
责任编辑	祝 晔
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行	中国国际广播出版社(83139469 83139489[传真])
社 址	北京复兴门外大街2号(国家广电总局内)
	邮编:100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	北京艺堂印刷有限公司
开 本	710×1000 1/16
字 数	400千字
印 张	28
版 次	2014年1月 北京第一版
印 次	2014年1月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-3678-3/G·1426
定 价	78.00 元

CPI

中国国际广播出版社

欢迎关注本社新浪官方微博
官方网站 www.chirp.cn

版权所有
盗版必究

《当代中国广播电视学》编委会

顾 问：刘习良

主 任：张海涛

副主任：雷元亮 王莉莉 杨 波 张丕民

编 委：（以姓氏笔画为序）

王莉莉 刘习良 杨 波 张海涛

张丕民 张 莉 周然毅 赵德全

雷元亮

《当代中国广播电视学》课题组

组 长：张振华

副组长：张君昌 欧阳宏生

成 员：（以姓氏笔画为序）

汤甜甜 陈芊芊 李 鹏 杨 璐
张务纯 单亦砺 高 杨 徐 栋
徐明卿 晏 青 曾文莉 黎 薇
霍小语

序言 适变与守恒

万事皆有“道”，广播电视亦然。

何为道？用今天的话说就是事物的本质、本原与规律。它的特点是什么？老子用四个字加以概括，即大、逝、远、反。^① 对此王蒙先生的解读是：“大是讲涵盖性，逝是讲变易性，远是讲深刻与恒久性。……反则是讲逆向性与循环性”，即“万变不离其宗”^②。换言之，“大”和“远”是讲道对世上万事万物的涵盖与执掌具有绝对的全时空性；“逝”是讲道并非固化的，它会随着时空的转换而适变，但这种变不能乱变，胡变，不能离其宗，背其道，必须守之有恒，即最后必然回归正道，回归本原，这就是“反”。显然，这种“反”不是原地打转，而是在新的时空中的一种螺旋式递进与提升。

依老子之论，广播电视不仅也有其道，即有其学，而且这道或学还应“与时俱化”（老子语），即与时俱进、与时俱变，但这种变既是“恒中有变”，又是“变中有恒”。

可以说，本书的立论和理论归纳正是围绕“适变”与“守恒”这两个关键词展开的。

1990年由中国广播电视出版社出版阎玉同志担任主编、26位专家学者共同编著的《中国广播电视学》开中国广播电视理论体系创建之先河，为中国广播电视学奠定了较为系统、完整的学术理论框架和基础。

二十多年过去了。虽然二十多年只是历史的一瞬，但这二十几年中国与世界乃至媒介生态都发生了深刻变化，无论变化的速度、深度、广度、力度还是持续性都是前所未有的，唯一不变的是变化本身，这就要求广播电视及

① 老子：《道法自然》，载《老子》，第25章。

② 王蒙：《老子的帮助》，贵州人民出版社，2013年版，第91页。

其理论研究必须跟上时代潮流，通过适变来推动中国以及广播电视自身的发展。

与《中国广播电视学》相较，本书的最大特点在于立足“当代”，即把中国与世界乃至传媒领域的新发展、新变化作为总背景，研究和解析当代国内外经济、政治、文化、社会及传播领域的发展变化对广播电视提供的新环境、新机遇，提出的新挑战、新命题以及广播电视适应这种变化与要求在信息传播、经营管理、事业建设及队伍建设等方面进行的新探索，形成的新理念、新经验、新突破。以期对当代中国广播电视的健康发展提供新的理论支持。

比如随着中央提出“以人为本”、“执政为民”、依法信息公开、保证人民的“四权”、构建和谐社会、和谐世界以及新的媒体观、新闻观、舆论观的形成，包括新媒体的出现，带来了广电传媒理念一系列变化。本书第四章《中国广播电视传播理念的嬗变》就从传播观念、传播功能、传播环境、传播向度、传播视阈五个方面总结了广电传播“从‘宣传为主’到‘传播为本’”、“从‘教化为主’到‘服务为本’”、“从‘信息封闭’到‘信息公开’”、“从‘单向流动’到‘交互传播’”、“从‘以内为主’到‘内外并重’”的历史性转变。

比如随着“科学执政、民主执政、依法执政”这一党的执政理念的形成，随着“新闻媒体越来越成为我们治国理政的重要资源和重要手段”这一新的媒体观的确立和“三善论”即“善待媒体、善用媒体、善管媒体”的提出，本书归纳了当代党和政府同新闻媒体的新型关系，即“变过去的人治、强制为现在的法治、善治；变过去的‘我说你听’的命令式管理为现在的人性化、和谐化、科学化管理；由过去单一的上下级线性关系向既互相信任、相互协调，又相互监督、相互制衡的新型双向互动关系转变”。具体而言，党和政府“既要加强对媒体的管理，又要接受媒体的监督”；“既要通过媒体了解社情民意，又要牢牢掌握舆论的主导权”；“既要让媒体为我所用，又要为媒体提供服务”；“既要尊重媒体的新闻自由，又要防止媒体权力的异化”；“既要推动媒体产业发展，又要避免市场带来的低俗倾向”；“既要开放境外媒体采访，又要抢占世界舆论的话语权”。

比如随着中央关于新闻传播要“按新闻传播规律办事”这一精神的强调，本书就如何厘清新闻与宣传的关系提出，“媒体既有思想宣传功能，又有新闻

传播功能；既不能以思想宣传代替新闻传播，也不能以新闻传播取代和否定思想宣传。总的来说，新闻与宣传既有重合点，又有不同点。关于二者之‘同’，因为典型的新闻事实具有强大的说服力和宣传价值，因此，生动有效的宣传常常与新闻同行。但新闻与宣传又不完全是一回事。新闻是新近发生的事实的报道，而宣传则是某种观念、意志的传播。新闻的价值着眼于‘客方’，即努力满足受众的信息需求，而宣传的价值则着眼于‘我方’，即宣传者的观念意图如何为宣传对象所接受。新闻讲时效，宣传重时宜；新闻讲究客观地叙述事实，遵循的是新闻传播规律，而宣传意在说明观点，遵循的是宣传规律。”

比如由于新媒体的迅猛崛起，带来了传媒领域的一系列结构性改变。新媒体打破了传统媒体一统天下的格局，不仅已经自立于传媒之林，而且日渐主流化。由此催生了另一个信息渠道和舆论场，形成了另一个话语体系，此外还分割了受众市场，吸引了大批青少年受众。如何防止传统媒体在信息传播、舆论引导和受众占有上被新媒体边缘化？本书提出，“四个打通”是包括广播电视在内的所有传统媒体必须解决的一个共同的时代课题。即打通新老两种媒体、打通两个信息渠道及舆论场、打通两个话语体系、打通青少年和中老年两个受众群体。

比如随着经济和信息的全球化及对外开放，无论对内还是对外广播电视都必须在传播内容、传播形式、传播观念上加以调整。就以对内广播电视而言，本书提出，“随着卫星、网络等新技术的普遍应用，广电传播已经打破了国与国的物理疆界。”在内宣“外宣化”的当代，“在全世界面前，地方的传播、地方的事态都是整个国家形象的一个‘细部’，都是世界把脉中国的依据，在这种新情势下，即便是对内广播电视，也要统筹国内、国际两个大局、两种背景和两种语境，……使自己的报道在两种语境下都做到得体表达。”特别是随着中国国际地位的提高，如何提高中国广播电视的国际传播力、影响力，已经变得越来越迫切。为此本书提出，既要追求“走出去”，更要追求“走进去”，即不仅要追求在境外更广的“技术性落地”，更要追求真正入心、入脑的“效益性落地”。广播电视对外传播既要重硬件（如覆盖、渠道、平台、语种、站点等），更要重软件（如内容、形式、观念、语态等），既要重规模，更要重质量。在传播观念、内容选择和方式方法上要坚持“中国立场，

世界眼光，人类胸怀”，讲究“中餐西做”，用外国人易于接受的国际化表达讲述好中国故事和中国梦。

当然，适应时代的发展变化，广播电视不仅在传播观念、传播方式上求新、求变，同样在广电体制、经营管理、法制建设、受众工作及队伍建设上也进行了新的探索，本书均有专门的章节加以论述。

如果说本书的一个重点是力求对当代新的历史条件下中国广播电视的适变进行全方位的理论总结，那么另一个重点则是坚持“守恒”。这不仅体现在第一章《中国广播电视的基本属性》中对中国广播电视的社会主义特色、基本功能和指导思想的重申与强调，而且在第二章《中国广播电视与时代环境》中对广播电视在经济建设、政治建设、文化建设、社会建设、生态建设与全球化传播中的责任、使命、地位、作用进行了基本论述。除此之外，本书还力求在事业发展、效益追求、传播取位等一系列问题上倡导一种规律性思维、科学思维、和谐思维、平衡思维，防止倚轻倚重、片面极端，从而贻害广电事业乃至社会。比如，在事业的谋篇布局与着力点上，既要重硬件，更要重软件；既要讲规模，更要讲效益。在事业的内涵与外延上，传统广播电视重在内涵式提升，新媒体则谋外延式发展。比如要合理区分和科学发展广播电视公益性事业和经营性产业。不要从过去一谈广电产业就是异端邪说这一极端，跑到一谈产业就将整个广电“产业化”的另一极端。比如对于广电体制改革，要正确处理生产力与生产关系的辩证关系，既要善于通过调整广播电视生产关系促进其生产力的发展；更要呵护广播电视生产力，真正使广播电视生产力的内在要求成为调整广播电视生产关系的根本动因，防止主观的决策与盲动。比如广电传播既要追求形式创新，更要追求内容创新；既要满足受众的娱乐需求，又要抑制泛娱乐化倾向；既讲收视率、收听率，又要防止唯收视率、收听率；既要追求经济效益，但首先要追求社会效益，坚守媒体责任和职业道德。比如在新闻传播中，既要强调党性原则，又要尊重新闻传播规律；既要体现党的主张，又要反映人民心声；既要坚持舆论导向，又要通达社情民意；既要坚持正面报道，又要强化建设性的舆论监督，如此等等。正如古人云，“悬衡而知平，设规而知圆，万全之道也”^①。上述种种看似矛盾

^① 韩非子：《韩非子·饰邪·第十九》。

的两个方面的协调统一都属于规律的规定性、“道”的规定性，都属于必守之“恒”、必由之“道”。偏之废之，违之逆之，都将行之不远，乃至受到规律性惩罚。只有恪而守之，执而行之；遵而循之，张而扬之，才会促进中国广播电视新的健康发展。

总之，一方面，“不守道循常，即为妄矣”^①，另一方面，“变化者，乃天地之自然”^②。广播电视及广播电视理论研究作为一个开放的体系、发展的体系会永远在时代大潮中围绕守恒与适变不断前行，本书呈现的只是一个历史的断面而已。

本书虽力求立足“当代”，对广播电视理论创新进行一次科学总结和系统梳理，但囿于学识和理论功力，时有浅陋之感，不当之处，诚望指正。

张振华

2013年7月8日

① 前蜀杜光庭：《道德真经广圣义》卷七。

② 东晋葛洪：《抱朴子·黄白》。

目 录

绪 论	1
第一章 中国广播电视的基本属性	25
第一节 广播电视的社会主义特色	25
第二节 广播电视传播的指导思想	38
第三节 广播电视传播的基本功能	52
第二章 中国广播电视与时代环境	62
第一节 广播电视与经济建设	62
第二节 广播电视与政治建设	69
第三节 广播电视与文化建设	76
第四节 广播电视与社会建设	82
第五节 广播电视与生态建设	90
第六节 广播电视与全球语境	92
第三章 中国广播电视与传媒生态	97
第一节 广播电视与报刊在竞合中发展	97
第二节 新媒体对传统广播电视的冲击	103

第三节	三网融合赋予广电媒体的机遇	115
第四节	科技进步对广播电视业的推动	122
第四章	中国广播电视传播理念的嬗变	128
第一节	传播观念：从“宣传为主”到“传播为本”	128
第二节	传播功能：从“教化为主”到“服务为本”	141
第三节	传播环境：从“信息封闭”到“信息公开”	152
第四节	传播向度：从“单向流动”到“交互传播”	161
第五节	传播视阈：从“以内为主”到“内外并重”	167
第五章	中国广播电视节目形态与生产	169
第一节	广播电视节目形态与发展	169
第二节	广播电视节目的生产流程	181
第三节	视听新媒体内容的生产传播	192
第六章	中国广播电视的产业经营	208
第一节	广播电视产业内涵特征	208
第二节	广播电视产业经营原则	217
第三节	广播电视产业模式内容	224
第四节	广播电视产业集团化运营	233
第五节	广播电视产业资本运营	244
第七章	中国广播电视的体制管理	253
第一节	广播电视事业体制建设	253
第二节	广播电视体制管理创新	265
第三节	广播电视体制改革目标	276
第四节	广播电视体制改革前瞻	286
第八章	中国广播电视的法治建设	295
第一节	广播电视法治基本内涵	295

第二节	广播电视法律制度体系	310
第三节	广播电视法治建设任务	333
第九章	中国广播电视的受众研究	339
第一节	广播电视受众基本特征	339
第二节	广播电视受众研究沿革	348
第三节	广播电视受众调查方式	359
第四节	构建科学节目评估体系	371
第十章	中国广播电视的队伍建设	382
第一节	广播电视人才职业素质	382
第二节	传媒新生态的人才需求	396
第三节	广播电视人才培养目标	404
后 记		419

绪 论

作为 20 世纪人类最伟大的十大发明之一，广播电视不仅带来了媒介传播历史由平面时代进入电子时代的一场革命，而且由于其覆盖的广域性、受众的广泛性而使得人类社会被空前地“媒介化”。

中国的广播与电视分别诞生于 20 世纪初期和 50 年代末期。随着广播电视业的蓬勃发展，起步于 20 世纪 50 年代的当代中国广播电视研究，逐渐发展成为一门独立的新兴学科。

任何一门学科的成立，都要满足三个要件：第一，有特定的研究对象及研究内容；第二，有社会认可的职业化人才队伍和工作实务流程；第三，有一定的历史沿革及研究成果。广播电视学有自己特定的研究对象，有庞大的从业队伍和理论教学工作者，有从发明到发展的近百年历史及其业已形成的基础理论、应用理论、管理理论和史学研究等构成的知识体系。显然，建构广播电视学科类别具备了相应的条件。

1992 年 11 月，《中华人民共和国学科分类与代码国家标准》（以下简称《学科分类与代码》）正式出台，学科分类代码是对现实学科体系按其内在联系加以归类进而作出的符合逻辑的排列。广播电视由于其重要性和复杂性，分别出现于“艺术学”（760）、“新闻学与传播学”（860）和“电子、通信与自动控制技术”（510）三个一级学科目录之下，其下又涉及三个二级学科。在“艺术学”下属的二级学科中，名称是“广播电视文艺”；在“新闻与传播学”下属的二级学科中，名称是“广播与电视”；而在“电子、通信与自动控制技术”下属的二级学科中，名称是“广播与电视工程技术”。2012 年 10 月，教育部公布《普通高等教育本科专业目录（2012 年）》（以下简称《专业目录》），将“广播电视新闻学”调整为“广播电视学”，标志着国家教育主管部

门正式将“广播电视学”确立为独立学科。从《学科分类与代码》的两级学科界定到《专业目录》为广播电视学正名，不仅确立了广播电视学的学科地位，而且诠释了广播电视学的内涵，体现出该学科研究对象交叉复杂、领域宽广、研究方法丰富多样、既重学理论性又重应用性的特点。

进入 21 世纪以来，中国广播电视的核心竞争力得到显著提升，其在整合与激活社会资源、倡导并建设社会主义核心价值体系、传播并构建社会主义先进文化等方面发挥着日益强大的社会功能。中国广播电视业的纵深发展，为中国广播电视的理论研究及中国广播电视学的学科建设和发展奠定了扎实的基础。时代的进步又赋予了广播电视学科丰富的内涵，中国广播电视学的学科特色不断彰显，学科优势不断扩大，学科发展成就不断累积，需要我们及时总结，以便更好地推动中国广播电视的实践与创新。

一、当代广播电视学研究的对象与内容

当代中国广播电视学是研究 20 世纪 50 年代以来中国广播电视的传播活动及其发展规律的科学。其根本目的是从中国广播电视的发展及传播活动中总结出规律性的东西，用以指导广播电视工作的实践，促进中国特色社会主义广播电视事业的健康、快速、可持续发展。

自 20 世纪 90 年代中期以来，广播电视不仅越来越深刻地进入并影响着社会的生产、生活，而且随着信息的全球化及中国国际地位的提高，广播电视在国际传播活动中的地位也日益突出。在这种背景下，如何加强当代广播电视学的研究，不断丰富发展该学科的理论体系，不断提高理论效用和实践意义，体现其学科建设与发展的当代价值，就显得越来越迫切。尤其是当代广播电视自身发展迅猛，传播技术日新月异，传播方式日趋多样，传播内容日益丰富，适应新形势、开拓新领域、研究新变化、总结新经验、提出新理念，从而推进中国广播电视学向纵深领域发展，是本书的要义所在。

（一）当代广播电视学的研究对象

广播电视是现代科学技术与人类日益增长的信息需求相结合的产物。要明晰当代广播电视学的研究对象，还得从追溯广播电视的诞生、发展的渊源开始。

19 世纪末至 20 世纪 20 年代, 经过多国科学家和工程技术人员长期探索, 无线电广播作为一种传播媒介终于诞生。1928 年—1970 年, 世界各国的广播电台数量猛增, 节目内容更加丰富, 形式日趋多样, 特别是在第二次世界大战中, 各国对外广播发展迅猛, 成为为战争服务的利器。战后广播进入全盛阶段, 成为现代新闻传播的主要媒介。再说电视, 电视的英文名称“television”, “tele” 是拉丁文的词根, 意思是“远处的地点”, “vision” 意思是“看得见的事物”。1936 年 11 月 2 日, 英国广播公司 (BBC) 在伦敦市郊亚历山大宫正式播送电视节目, 拉开了电视作为一种大众传播媒介的序幕, 并很快显示出超越其他媒体的种种优势。

中国广播电视是世界广播电视的重要组成部分。正确认识广播电视和中国广播电视的基本内涵、客观规律是廓清当代中国广播电视学研究内容的重要基础。

1. 广播电视的基本内涵

从广义上讲, 广播电视通称为广播, 既包括只传播声音的广播 (分无线广播和有线广播), 又包括既传送声音又传送图像的电视广播 (分为无线电视广播和有线电视广播), 因此美国、英国、日本等国的广播机构虽都兼办广播电视, 但一直称为“广播公司”或“广播协会”; 在我国则习惯从狭义上将广播与电视拆分, 称“声音广播”为“广播”, 称“电视广播”为“电视”。本书取其狭义。

对于广播电视的内涵, 研究者多从技术和性质两个方面进行界定。《辞海》从技术层面对广播电视自然属性的解释是: “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’。”^① “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”一说, 表明了广播电视的工作原理和技术特征。

根据广播电视技术传播的特点, “声音广播”和“电视广播”还可以分若干种, 如“声音广播”中无线广播按电磁波的波长, 还可以分为调频、中波、短波、超短波; 有线电视可以分为电缆电视、光缆电视, 通过人造卫星传播

① 辞海编辑委员会:《辞海》, 上海辞书出版社, 1979 年版, 第 845 页。

的广播电视又分卫星广播、卫星电视，等等。可见，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。

随着当代通信技术的创新和应用，数字技术、卫星技术、互联网技术等高新技术不断融入广播电视领域，使得传统广播电视呈现融合多媒体、打造全媒体平台的超媒体发展趋势。网络广播电视、移动广播电视、IPTV、手机电视等新业态、新终端应运而生，赋予了广播电视新的传播形态和功能。视听新媒体技术不仅极大地丰富了广播电视节目的传播载体、传播渠道和传播终端，使受众实现“我的节目我做主”、“我的时间我做主”、“我的地点我做主”、“我的终端我做主”，而且可以实现实时互动，甚至可以完成网上购物、订票、缴费等日常生活所需；在与物联网充分融合后，还可以实现远程办公、智能管家等，从而使传统的广播电视大大突破原有的形态与功能，正在演进成为一种新型媒体。

综上所述，本书认为，当代广播电视是指以各种电子通信技术与设备为介质，将声音、图像、文字等多种信息广泛传播，通过多种终端为受众提供视听类服务的大众传播媒体。

2. 中国广播电视的特殊内涵

广播电视属于上层建筑范畴，因此，除了其自然属性，还具有社会属性。中国是社会主义国家，中国广播电视既具有广播电视的自然属性，也具有中国特色社会主义的特殊属性。因此，研究中国广播电视还必须从中国广播电视的性质、属性、社会关系、社会作用、社会功能和社会影响等方面进行考察。

第一，中国广播电视是以社会主义公有制为主体的大众传播媒介，是中国共产党领导下的社会主义新闻事业的重要组成部分。公有制特色决定了中国广播电视的社会主义性质，决定了中国广播电视归人民所有。作为一种具有高度政治敏感性和强大舆论影响力的新闻媒介，要维护我国广播电视的社会主义性质，必须始终坚持在政治上、思想上、组织上全面接受党的领导，必须反映最广大人民群众的根本利益。

第二，中国广播电视既是党和政府的喉舌，也是人民群众的公共话语平台，是党、政府和人民群众联系、沟通的桥梁和纽带。中国广播电视是党和政府的舆论宣传机构，担负着自上而下传递政治信息的任务，包括发布、宣