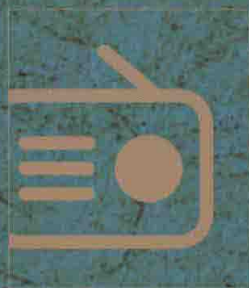


{传播大讲堂论丛}

# 广播学核心概念

[英] 修·切格内尔 (Hugh Chignell) 著

孟伟 译



KEY CONCEPTS IN  
RADIO STUDIES



中国传媒大学出版社



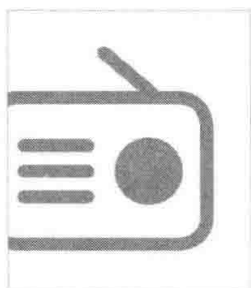
{ 传播大讲堂论丛 }



# 广播学核心概念

[英] 修·切格内尔 (Hugh Chignell) 著

孟伟 译



KEY CONCEPTS IN  
RADIO STUDIES



中国传媒大学出版社

· 北京 ·

## 图书在版编目(CIP)数据

广播学核心概念 / (英) 修·切格内尔(Hugh Chignell) 著; 孟伟译. -- 北京: 中国传媒大学出版社, 2022.3

(传播大讲堂论丛)

ISBN 978-7-5657-3133-4

I. ①广… II. ①修… ②孟… III. ①广播工作—教材 IV. ①G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 274982 号

Key Concepts in Radio Studies© Hugh Chignell 2009

本书中文简体中文字版专有翻译出版权由 SAGE Publications, Ltd. 公司授予中国传媒大学出版社。

未经许可,不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。

北京市版权局著作权合同登记图字:01-2021-4810

## 广播学核心概念

GUANGBOXUE HEXIN GAINIAN

著 者 [英]修·切格内尔(Hugh Chignell)

译 者 孟 伟

责任编辑 于水莲

责任印制 李志鹏

封面设计 风得信设计·阿东

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号

邮 编 100024

电 话 86-10-65450528 65450532

传 真 65779405

网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 唐山玺诚印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 15.75

字 数 258千字

版 次 2022年3月第1版

印 次 2022年3月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-3133-4/G·3133

定 价 69.80元

本社法律顾问:北京李伟斌律师事务所 郭建平

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

## 著者

修·切格内尔 (Hugh Chignell)，教授，博士生导师。英国伯恩茅斯大学媒体史研究中心主任。主要研究领域为广播音频媒体和媒体史。英国南部广播电视史研究会会长，欧洲广播学术期刊《广播电视和音频媒体国际研究》(*The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*) 编委会成员。

## 译者

孟伟，中国传媒大学传播研究院教授，博士生导师。国家级精品课负责人，北京市优秀教学团队负责人。欧洲传播研究和教育协会 (ECREA) 会员。近二十年来致力于广播、音频媒体和互联网相关领域的前沿问题研究。主持教育部、国家广播电视总局、团中央等课题十余项。出版《声音传播》《音频媒体研究》《广播传播学》《广播内容传播》《广播原理》《理解新媒体》《互联网+时代音频媒体产业重构原理》《移动互联网时代的中国广播影响力》等十余部著作。发表广播和新媒体论文七十余篇，被人大复印资料《新闻与传播》《新华文摘》《新华月报》等转载。研究中国广播的相关外文论文发表于 *The Radio Journal* 和 *Errepinews* (意大利)，并入选 Routledge 出版社 2022 年出版的 *Companion to Radio Studies*。开设音频媒体研究、新媒体理论与实践、社会化媒体研究、视听媒体新闻前沿等课程。

## 【传播大讲堂论丛】

全球媒介与信息素养评估框架：国家状况与能力

新闻学的学与思：雷跃捷新闻学研究论文集

■ 广播学核心概念

政治传播：理论基础与经验研究

国外中小学媒介素养教育比较研究

.....



服 务 传 媒 · 出 版 思 想

## 中译本序

在本书第一版序言中,我提及本书是“相对较新的广播研究”。本书出版至今已经有十年了,很明显,今天的广播和音频媒体研究已经成为生机勃勃的研究领域和学术阵地。各类学术会议、著作、期刊论文、大学课程……都为广播和其互联网伙伴——音频媒体领域的学术研究作出了贡献。中译本相较于英文版本大部分内容没有变化,这个新的序言将补充反映近年来已经出现的一些研究现象和讨论主题。

尽管今天广播研究以令人振奋的方式发展着(“广播”这一用语涵盖“电台和音频媒体”),但是回顾20世纪后半叶广播被视觉媒体挤压的现实,今天看来仍有意义。作为一个广播史学者,我想说,在欧洲和美国(当然还有更多我所不了解的其他国家和地区),20世纪50年代随着电视的崛起,广播作为一类媒体衰落了。特别是大不列颠公共服务媒体的代表BBC,其资源和人才均从广播流向了电视。广播变为服务部分人口(年轻人、经典音乐的粉丝和地方社区)的“小众”媒体,不再是整个国家人民“会面”的地方。吸引海量受众(包括奥林匹克运动和皇家婚礼及葬礼)的大型“媒体事件”是由电视来报道的,这得益于20世纪60年代随着技术发展彩色电视机的诞生,以及随后录制和存储技术的进一步发展。

视觉文化占据着垄断地位,因此媒体研究也主要关注电视和电影研究。大不列颠媒体研究在20世纪70年代开始出现在大学里,然后进入中学和大专院校,当时的现实情况是“视觉媒体”和“印刷媒体”研究为主流,非常忽略广播。20世纪末对广播研究的这种忽视包括:大量的书籍和其他出版物(学

术期刊、杂志)都是关于电影研究的,尤其是好莱坞电影研究。那一时期关于电影导演、个人电影、电影类型和电影理论的书籍激增,正如前面提及的,广播电台,包括广播的制作人、编辑、主持人和节目等,几乎被完全忽视了,这种情况至少在英国是真实发生的。

尽管存在极大的视听研究的不平衡和对听觉媒体文化的忽视,广播仍未消失或被遗忘,并且采取了一些小步骤措施重新引起人们收听广播的兴趣,并最终促成了广播研究的诞生。美国对广播的历史有着持久的兴趣。业余爱好者和怀旧人士心怀对“旧时代”和“黄金时代”广播的热爱,20世纪90年代推出的“旧时光广播目录”(OTRCAT.com),意味着数千小时的美国老广播的播出,听众有机会收听到大量具有历史感的电台节目。除了这些关于广播收听领域的情况,美国也出版了一批关于广播史学研究非常重要的书籍,尤其是米歇尔·希尔姆斯(Michele Hilmes)的《广播声音》(*Radio Voices*)和苏珊·道格拉斯(Susan Douglas)的《倾听》(*Listening In*)。这些有影响力的文字被收入了米歇尔·希尔姆斯和詹森·洛维格利奥(Jason Loviglio)主编的广播史论著《广播读本:文化历史中的广播论文》(*Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio*)中。近期的学术成果包括大卫·古德曼(David Goodman)的《电台的公民抱负:20世纪30年代的美国广播与民主》(*Radio's Civic Ambition: American Broadcasting and Democracy in the 1930s*)和尼尔·维尔马(Neil Verma)的《心灵剧院:想象力,美学和美国广播剧》(*Theatre of the Mind: Imagination, Aesthetics and American Radio Drama*),这些著作令人印象深刻。另外一部在广播研究发展历史上,至少在英语世界中,拥有很高影响力的著作是1986年出版的安德鲁·克里斯尔(Andrew Crisell)早期在这一领域具有开创性的著作《理解广播》(*Understanding Radio*)。其他开端性的著作包括英国出版的大卫·亨迪(David Hendy)的《全球时代的广播》(*Radio in the Global Age*)。到了我自己对广播研究文献积累作出贡献之时,与视觉媒体研究得以分庭抗礼的广播研究的独立性已经确立,即将进入广播研究的第二个发展阶段。我们可以从出版物(包括书籍和期刊文章)中判定有关广播最新研究和写作的主要主题,但我认为更重要的是,那些为行业会议提交的论文也很值得关注。希尔姆斯和洛维格利奥的《广播新浪潮:数字时代的全球声音媒体研究》(*Radio's New*

*Wave: Global Sound in the Digital Era*, 2013) 是作者早期历史性思考的后续著作,其中包括数字广播、音乐电台、青年、种族、纪录片、加勒比地区电台、广播历史、广播和时代的研究。2018年意大利普拉托举行的国际广播会议上,有涉及广泛广播主题的小组讨论会,但引人思考的是,除了两个小组的讨论涉及音乐和广播、广播史、女性和广播、社区广播、广播和艺术之外,几乎每个小组都在谈论播客。

关于当前广播研究热点体现最明显的或许是2019年意大利锡耶纳举行的欧洲传播研究与教育协会的广播会议议题。再次重申,广播历史研究、社区广播、女性和广播、广播与艺术等议题均有所涉及,与广播研究相关的研究主题被广泛扩展(听觉文化、广播和传播学、热线电话、广播和社会化媒体、广播和战争等),但是播客仍然是最突出的议题。可以说自本书首次出版以来的十年间,广播研究作为一个领域,虽然涵盖了非常广泛的问题,但播客研究一直是被特别关注的领域,社区广播的兴起和持续性地被关注也是一个很明显的议题。尽管我对中国广播知之甚少,我想这些议题对于广播业界和学者来说,应该也是有很大兴趣的。

现在我想谈一下本书中有些过时的地方。我写作本书时,潜意识里是以大不列颠和美国为主要讨论语境的。提及我选择的核心概念,一部分原因是个人化的,一部分是出于理智的选择,我的早期著作深受美国广播学者和美国广播案例的影响。很遗憾地说,大量来自欧洲和其他国家的案例被忽视了。作为“婴儿潮”一代,我生于二战结束后,那一时期,来自美国的文化对英国的影响达到了巅峰。美国的音乐、广播和著作都影响着本书的写作,今天看来很可能有些狭隘和短视了。尤其是欧洲学者对广播研究的影响很大,其他国家和地区,比如澳大利亚、加拿大的学者也是如此。也请本书的读者谅解我早期认识的不足,然后思考如何将这很大程度上基于英美两国的理论思想作为中国广播研究的参照点。

当孟伟教授第一次提出要翻译本书时,我很担心中国的读者是否会有兴趣阅读一本未提及中国的广播理论和历史的书。但是她劝我说,书中一些核心概念对于中国的学生、广播工作者和学者而言,将有助于他们理解广播原理和广播媒体的本质。为什么广播和音频媒体仍在全球范围内存在甚

至蓬勃发展？是因为广播所独具的“亲密感”“即时性”“社交性”等特性，这些非视觉传播的独一无二的特性，正是100多年前广播作为人类历史上第一个电子大众媒体诞生时，我们的前辈所发现的。

修·切格内尔

伯恩茅斯大学媒体史研究中心

2019年9月

## 序 言

这是一本有关广播,且研究角度相对较新的书。实际上,这应该是第一  
1  
本在书名上被冠以“广播研究”一词的书。自20世纪初被发明以来,广播一直作为人们研究和讨论的对象。已有很多涉及广播技术层面的著作,在广播研究的重大主题方面,例如广播历史研究、广播话语本体研究和广播剧研究等,著作也颇多。当然,与电影和电视文学研究相比,广播研究的著述就相对少了些。反观本书,是在已经出版的文献中为数不多针对广播本体研究的著作。过去很少有学者将注意力转移到媒体研究或传播研究中广播这一细分领域,希望本书朝着这个方向迈进了一步。

在英国学术界,广播研究被忽视有多种原因。媒体研究的命题主要是由伯明翰大学当代文化研究中心主任斯图亚特·霍尔(Stuart Hall)发起的。正如斯坎内尔(Scannell)解释的那样,“当时研究中心主要探索新闻、广播和电视,但是在这三重唱中,最后一部分在当时,也就是20世纪60年代,是英国大众每日生活中娱乐、政治信息和社会言论信息获取最为流行的方式”(2007:199)。因此,这个研究中心里一些最具影响力的研究成果,往往体现在电视研究方向上,例如针对电视节目《国家视野》(Nationwide)的研究和针对电视时事报道节目《全景》(Panorama)的详细分析(Scannell,2007:212)。此后,霍尔的同事和学生们继续在英国沿着这条路专注地进行关于电视这一权威媒体的研究。而作为视觉媒体研究的学者们,特别是在主要研究电视媒体的学术环境下,暂时忽视广播研究也就不足为奇了。美国广播研究看起来似乎更为健康一些,本书中我的一些讨论受到了美国广播研究成果

的影响。美国广播研究有一个传统,就是要回到战前去看广播。一个很好的案例是,普林斯顿广播研究办公室出版了哈德利·坎特里尔(Hadley Cant-ril)针对奥森·威尔斯(Orson Welles)著名的广播节目《世界大战》(*War of the Worlds*)的研究,获得了公众的好评。

2 过去,比较普遍的学术现象是,有关广播研究的著作会被冠以相当谦逊的理由去描述这个“被忽视”的媒体。我们生活在一个视觉传播时代,电视占据着支配地位,广播虽不应该但仍被忽略了。广播确实被忽略了,这是一个事实。说起媒体研究的著作,通常都是指向电视媒体研究的,甚至广播剧研究的重要性也被忽略了,正如对广播新闻和广播时事报道的研究被忽略了一样。媒体研究实际上更多是针对视觉媒体的,勾画的是粗线条的媒体研究图景。当然,今天的发展状况有所不同了,很少有人单为一本关于广播的书进行辩护,因为没有必要。本书提及的广播,不仅意味着模拟信号播出的广播,也涵盖数字广播、互联网广播和播客,广播业界已经发展到这个程度,没有必要无视现实存在。有些读者可能会认为我延展了“广播”这个概念,甚至将“音频”包括在其中,具体指向互联网技术和播客。我认为这种看法没有必要。媒体不会被它的传输技术所定义:因为它的生产方式,播客可以被保留在广播中。电影还是电影,尽管已经使用数字摄像机录制,并可以在电视机上进行观看。

在写作本书的过程中,我颇为冒昧地提出了广播研究中存在的一些核心概念。针对这个问题的讨论是开放的:在当前发展阶段,针对某一媒体研究领域的核心概念框架是没有定论的。我对概念的选择,几乎不反映其一般表层的用法,取而代之的是试图列举和描述在我看来于整个广播行业十分有用和突出的想法和术语。不同的作者会选取不同的概念,我为什么选择这些概念,会在下面解释原因。

本书选择的概念,分为两个主要来源。第一个来源是广播行业的内容生产本身,包括节目类型和节目模式(热线电话、新闻、喜剧等),也包括广播行业中一些核心的想法和多种实践(如广播类型台、听众、广播新闻业)。这些术语是在广播行业中应用,并在专业领域内通行的。第二个来源是媒体研究包括广播研究的学术领域中有关广播的著作。例如,关于广播被看作

具有“亲密感”的媒体,在广播研究的文献中是一个高频主题。类似的还有广播的“现场感”和有关广播DJ的“角色构想”。本书没有选择那些在广播行业中经常被使用,但属于试图从外部理解其意义的媒介批判性论述视角下的概念。此外,有一些概念不是广播媒体独有的,例如“想象共同体”不是起源于广播的概念,但关于这个角度的论述出现在了更多著作中。另外有一些概念,如“公共服务广播”“宣传”“发展”,这些概念扩展了广播研究的视野,这些研究课题使我们可以对媒体的理解更为宽泛。最后,还有一些概念,在过去的著作中被提及不多,但从我个人的角度看,对于广播研究具有很大的潜力。针对这些概念,我使用了所谓的“诗意许可”来形容。比如“广播政治参与”“广播化”“广播世界”,实际上如何定义目前尚无共识,但有一点很清楚,它们是很有用的概念,本书大胆尝试定义它们,并解释它们为何重要。

在研究写作单一词条的过程中,我需要一些论据。这里主要受到两方面的影响:一是我个人对于广播历史研究的兴趣;二是为了更好地理解广播,不仅考虑到英国也照顾到了同一时期的美国经验。很多词条被置于20世纪历史性语境中进行解读,帮助我们认识今天的广播发展。本书主要借助美国和英国的案例和经验,采用这种跨大西洋两岸国家的方法,部分原因是出于理智判断,部分是个人化的选择。我想说,如果对大西洋两岸的国家进行研究,我们对媒体每一个角度的理解可能会更好。针对“管制”“DJ”“本地化”这些概念,如果同时考虑到美国和英国传统,理解起来可能会更为完善。这两个国家的例子有足够多的不同和足够多的相似之处,可以使比较更有价值,并且如前所述,美国有很强的广播研究学术传统,已经出版了诸多重要文献。我认可美国案例的另一个原因是,我是“婴儿潮”一代的一员,这一代人是在20世纪五六十年代美国文化对英国影响力达到顶峰状态下成长起来的。杰克·凯鲁亚克(Jack Kerouac)、肯·凯西(Ken Kesey)、感恩而死乐队(The Grateful Dead),这些都是我所受到的文化影响,因此,当我开始为写作本书做研究时,发现自己转向了关注美国广播研究两个最重要的文化历史阶段:米歇尔·希尔姆斯的《广播声音》和苏珊·道格拉斯的《聆听》。这些资料与克里斯托弗·斯特林(Christopher Sterling)的大作《广播百

科全书》(*Encyclopedia of Radio*)在本书写作中被广泛借鉴,才使得本书出版面市成为可能。我还要补充说明的是,安德鲁·克里斯尔开创性的著作《理解广播》,首发至今已经历经四分之一世纪,但该书仍然在持续地产生重要的影响力。本书反复引述了克里斯尔的著作,像他一样,本书也曾尝试讨论“广播媒体的独特特征”(Crisell,1986:xv)。

4 对于学生来说,广播是一个值得关注的研究领域,其实对学者也是如此。这个古老的电子媒体有着无可救药的魅力,曾经是唯一的电子媒体,之后成为电视成功背后的受损者,后因流行音乐和青年文化的声音表达而获救,现在则处于更民主、用户自制音频形式的巅峰,广播看起来似乎既古老又现代。过去如此,将来也会如此。我们身处视觉文化垄断下,不带有视觉影像的广播仍在坚守。作为“不可视”的媒体,正是这种“非视觉”化让广播拥有一种特别的传播力量。尽管视觉传播是重要的,甚至是带有垄断性的,但在广播中这种经由面对面交谈、电话、音乐的声音传播,既显得与众不同又显得特别重要。我们不再生活在所有传播行为和知识都是通过话语达成的口语传播时代,但却生活在“第二个口语传播时代”(Ong,1988)。在这个新时代中,电子媒体(包括广播)在话语和声音的即时性、亲密性上正蓬勃发展着。本书反映甚至颂扬的是广播的独一无二,更是无法征服、不可抑制的声音表达。

本书中词条之间的交叉注释是一种大胆的探索。

修·切格内尔

伯恩茅斯大学媒体学院

2008年8月

# 目 录

> > > C O N T E N T S

## 第一部分 节目类型与节目制作

---

音响 / 3

广播谈话 / 6

喜剧 / 11

DJ 和主持人 / 16

广播纪录片与广播专题节目 / 22

广播剧 / 27

广播杂志类节目 / 32

音乐节目 / 36

热线电话节目 / 41

播客 / 46

录音报道 / 50

连续剧和肥皂剧 / 55

体育广播 / 60

广播脱口秀 / 65

## 第二部分 听众和接收

---

- 听众 / 71
- 非视觉化 / 76
- 广播符号 / 81
- 共在 / 84
- 热媒介与冷媒介 / 89
- 想象的共同体 / 93
- 亲密感 / 97
- 现场感 / 101
- 声响 / 105
- 广播化 / 108
- 广播世界 / 111
- 广播接收 / 114
- 次要媒体 / 118
- 声音文化 / 122
- 声音景观 / 125

## 第三部分 广播行业

---

- 广播广告 / 131
- 商业主义 / 135
- 社区广播 / 141
- 媒体融合 / 146
- 广播类型化 / 149
- 互联网广播 / 153
- 地方主义 / 158
- 微型广播 / 162

海盗电台 / 166

管制 / 170

传输 / 176

## 第四部分 政治和公共空间

---

时事报道 / 183

发展 / 188

性别 / 191

仇恨广播 / 196

广播新闻业 / 199

广播新闻 / 202

政治和公共空间 / 207

宣传 / 213

公共服务广播 / 217

广播政治参与 / 223

参考文献 / 226

译后记 / 235

第一部分

节目类型与节目制作