

中国广播文艺学

主 编 张凤铸

副主编 王雪梅

北京广播学院出版社

(京)新登字 148 号

中国广播文艺学

张凤铸 主 编

王雪梅 副主编

北京广播学院出版社出版发行

(朝阳区东郊定福庄 1 号)

北京东方印刷厂印刷

*

开本 787×1092 1/32 印张: 18.625 字数: 390 千字

1994 年 8 月 第 1 版 1994 年 8 月 第 1 次印刷

印数: 3

ISBN7-309-01611-0

目 录

绪 论 广播文艺学与广播文艺形象	(1)
一 广播文艺学的构想	(1)
二 广播文艺的共性和个性	(3)
三 广播文艺的社会功能	(8)
四 广播文艺形象的特征	(13)
第一章 广播文艺的诞生和旧中国的广播文艺	(30)
第一节 世界上广播文艺的诞生	(30)
第二节 旧中国的广播文艺	(38)
第三节 广播文艺和延安精神	(47)
第二章 新中国广播事业的历程	(55)
第一节 起步、草创时期	(56)
第二节 逐步发展时期	(60)
第三节 严重挫折时期	(67)
第四节 复苏、振兴的新时期	(68)
第三章 广播文艺的特性	(88)
第一节 媒介的特性	(90)
第二节 文艺的一般性质	(106)
第三节 广播文艺的特性	(117)
第四章 广播文艺的中国特色	(143)
第一节 坚持党性原则和社会主义方向	(143)
第二节 民族性是中国广播文艺的	
重要特色之一	(151)

第三节	地域性是中国广播文艺的又一重要特色	(163)
第五章	文艺节目的设置和分类	(169)
第一节	节目设置	(170)
第二节	节目分类	(180)
第六章	广播文艺节目的编辑与制作	(187)
第一节	文艺节目编排	(188)
第二节	文艺节目的编创技巧	(191)
第三节	文艺节目制作	(211)
第七章	广播文艺节目类型	(214)
第一节	文学广播	(215)
第二节	音乐广播	(241)
第三节	戏曲广播	(253)
第八章	广播剧艺术	(267)
第一节	广播剧的诞生与发展	(267)
第二节	广播剧艺术的基本特性	(291)
第三节	广播剧的结构	(303)
第四节	广播剧中的语言	(318)
第五节	广播剧中的音响和音乐	(326)
第六节	广播剧的导演和演播	(334)
第九章	广播文艺中的配乐	(352)
第一节	广播配乐的历史发展	(352)
第二节	什么是广播中的配乐	(354)
第三节	音乐作为广播声音信息的意义	(362)
第四节	声音构成中的音乐	(376)
第五节	音乐在广播剧中的作用	(380)

第十章 广播文艺中的采录	(394)
第一节 声源与相关诸物理课题	(395)
第二节 讨论声源状态的意义	(411)
第三节 语声与歌声	(428)
第十一章 从表演到群体声源	(445)
第一节 了解采录对象的第二步	(445)
第二节 信息层次结构	(462)
第十二章 环境、欣赏与声节目信号	(466)
第一节 表演格局、表演制作与表演环境、欣赏 环境的基础声学关系	(466)
第二节 表演艺术声场与欣赏状态	(480)
第三节 “再认识”与“再创造”	(494)
第四节 小结与建议	(515)
第十三章 广播文艺节目主持人	(526)
第一节 广播文艺节目主持人的发展概说	(527)
第二节 主持人的运行机制	(534)
第三节 广播文艺节目主持人的特点和作用	(538)
第四节 主持人的语言与形象	(545)
第五节 主持人的魅力与风格	(549)
第十四章 广播文艺与听众反馈	(554)
第一节 听众的地位和作用	(554)
第二节 听众心理研究及听觉艺术 欣赏的特点	(563)
编后记	(586)

绪论 广播文艺学与广播文艺形象

一、广播文艺学的构想

广播电视是二十世纪的伟大发明，是现代文明的重要标志之一。它方兴未艾，有着无限广阔的发展前景。随着广播电视事业的蓬勃发展，一门新兴学科——广播电视学诞生了，并逐步充实和完善了。

广播电视学是研究广播电视的传播活动及其规律的科学。是属于广播电视界的母学。它是广播学和电视学的合称。是一门文理交叉的学科，从性质上划分，应属于社会科学的范畴。广播电视学又是一门应用科学，具有较强的实践性。

广播、电视有共性，也有个性。广播和电视是两个独立的各具特点和新兴的现代化传播媒介，同样，广播学和电视学也是两门独立的学科。《中国广播电视学》导言中指出：“广播和电视都以无线电波和导线为载体 都以节目为最终产品，二者有许多共性。广播学和电视学除研究对象有所不同外，在学科体系、研究方法等方面都大体相同，特别是在宏观研究和基础理论研究方面，共性更多一些。因此，广播学和电视学有分有合，可分可合，当合起来研究时，也可以成为一门学科。如果我们集中集体智慧，建立起一个完整的科学的广播电视学理论体系，那么，这个体系将既适用于广播学，也适用于电视学。”

本书是《中国广播文艺学》是《中国广播电视学》的分

支学科，它有自己特定的研究对象，有自己的理论体系，有浩如烟海的广播文艺保留节目和新创节目，当然可以成为一门独立的学科。

本书研究的是广播文艺的传播活动及其规律的科学。“传播活动”是指从传播者到收听者这样一个完整的传播过程。广播文艺学的任务就是研究广播文艺的传播活动，从中总结出规律性的学问，用以指导广播文艺工作实践。本书研究的是中华人民共和国的广播文艺。因此，本书全名是《中国广播文艺学》，意在力求本书具有鲜明的中国特色，既具有学术价值，又具有实用价值，既具有科学性、系统性、实践性，又具有预见性和稳定性。

中国广播文艺学是新兴学科，它扎根在改革开放后云蒸霞蔚般的中国现实生活土壤上和极为广阔的广播文艺园地里。广播文艺是历史的、现实的、发展的、变化的，不是僵死的、静止的、一成不变的。历史“越往前走，艺术越要科学化，同时科学也要艺术化，二者从底基分手，回头又在尖顶结合”（福楼拜语）。往往是科学技术的发展给广播文艺的表达和创作提供了前所未有的可能，从而开拓了广播文艺的新路子、新样式。随着广播传递、接收设备技术、工艺上的重大突破，从有线广播到无线电广播再到卫星广播；从单声道广播到调频立体声广播；从综合台广播到文艺台、音乐台、立体声台广播；从真空管收音机到半导体收音机，再到集成电路小型化，从袖珍式收音机到座地式大型音响组合……传播渠道越来越多，收音机越来越普及，携带越来越方便、音质、清晰度越来越好，信息的传播量越来越密集、越丰富……广播文艺的前景令人无限乐观。

一种学科的建立谈何容易，既不能操之过急、匆促上阵，一蹴而就，也不能眼高手低、守株待兔，消极等待。黑格尔说：“每一门艺术都要求一门独立的科学。”广播文艺学的建立，有其必要性、可能性和可行性。它不是凭空臆造，也不是心血来潮！实践出理论，实践见真知。广播文艺已有近百年的历史，已经有大量的节目（广播文艺作品）为后盾，而且有浩瀚、庞杂的史料和多年的理论积累和建树，我们正在做投石问路的新兴学科的探讨和建设，不当之处，在所难免。我们的中国广播文艺学正在建立之中，它的理论体系尚未完备，它的潜能尚待发挥，它的健全和完善尚需时日，我们只是为中国的广播电视理论大厦添上一砖一瓦，竭尽微薄之力，求教于同行们、读者们，期望收到抛砖引玉的效果。

二、广播文艺的共性和个性

广播文艺学 顾名思义 兼有“广播”、“文艺”、“学”三个方面的特征。广播文艺是以电子技术、广播技术为传播手段，以声音为唯一物质媒介，诉诸于人们听觉的时间艺术。它脱胎于母体——广播，必然染母体之本色，沾母体之光泽，存母体之短缺。广播的特点是由无线电波传递声音信息这种特殊的传播方式所决定的，因而广播兼有无线电和声音等主要特点。1920年5月，列宁把无线电广播称为“不要纸张、‘没有距离’的报纸。”^① 这一定义，既指出了共性，又道出了个性。广播的个性就是具有“不要纸张”、“没有距离”的无线电波传递声音的特点。它以每秒钟三万万米的传播速度和丰富多采的节目深入千家万户、千车万舟。简言之，广播的主

《列宁全集》第35卷第435页。

要特点是“声音、速度、群众性”和诉诸听觉、声情并茂、有声有调，神随意到，以声造型，唤起想象，形成视象，雅俗共赏。

广播和文艺两者的有机化合和升华，形成了别具一格的新兴艺术——广播文艺。广播文艺是科学技术和诸种艺术的结合，是广播这一强大的现代化传播工具的派生物。经过电磁波传播的声音是广播文艺的唯一构成元素。广播文艺有广义和狭义两种界限。广义的广播文艺涵盖广播电台中播出的一切文艺节目；狭义的广播文艺则专指广播电台独有的经过广播化艺术处理的文艺节目（作品），如广播剧、广播小说、广播小品、电影录音剪辑、音乐故事、配乐散文、文艺录音报道等。

广播文艺富有个性特征，拥有独特的审美方式。它同电视文艺有别，它和旁的姐妹艺术有异。不同的物质媒介、艺术元素和表现形式是艺术分类、界说的根据，也是审美方式差异的关键所在。不同的艺术有其不同的物质材料、传播途径和审美方式。如绘画，它以线条、色彩、图纸（画布、墙壁）直观地再现现实，通过瞬间凝结的形象进行审美观照；雕塑则用金、木、土、石、玉、铜、石膏形象地、立体地再现现实，人们可以前后左右、可视可触可摸地进行审美观照；而广播文艺则单纯依靠声音塑造的听觉形象去反映现实，进行听觉审美享受。因为声音无形无影，不能在空间里造成形状和凝结物态，因此单闻其声，不见其貌，需要闻声联想，运用“想象、形象远飞”（罗丹语）才能构成“无状之状、无象之象”的内在视象。

广播文艺的审美，既具有文艺审美的共性，又具有听觉

艺术审美的个性。

审美观照就是艺术欣赏。艺术是满足人类精神需要的审美对象。艺术是通过塑造具体生动的感性形象，反映社会生活的审美属性、表现作者对生活的审美评价的一种社会意识形态。是人从审美角度，对现实世界进行审美体验，认识和掌握的最高形式，是对现实审美关系的集中体现。审美特征是一切艺术最重要、最基本的特征。文学艺术的审美共性有：

1. 人类的审美能力，不是先天的或神助的，而是在物质劳动和精神劳动中形成的，它是一种意识到自己又意识到自然的一种精神活动。“按照美的规律来造成东西”，应该说是人的审美活动的主要本质和特征。人的本质不在于它的自然属性，而是社会关系的总和，人的审美关系（能力）也是依赖于这种社会关系的。

2. 凡是文艺节目（作品）都具有美感，美感（审美意识）是客观存在的诸种审美对象在人们头脑中能动的反映。审美具有同一性，“口之于味也，有同嗜焉；耳之于声也，有同听焉；目之于色也，有同美焉。”^①美感具有生理性和心理性，这是美感的物质基础。而一般人的生理机能和感觉器官又基本相同，所以美感有它的共同规律。美感又具有社会性和历史性。客观存在着“美的规律”，它是一个社会的和历史的范畴。不同时代、社会、阶级、阶层的人们的审美心理和标准又不相同。正如马克思说的“五官感觉的形成，是已往的整个世界历史的工作”。

① 《孟子·告子上》。

3. 艺术要塑造形象，要表现感情，要以情动人，要“有意识地把自己体验过的感情传达给别人，而别人为这些感情所感染，也体验到这些感情。”^①没有形象，没有感情，便没有艺术。审美活动中的感情是以感知、通感和表象为基础，以理解和想象为动力，以情感为表现。理解、意念渗透在感情中，感情又反作用于感知、理解和想象。审美感受是感知（表象）、想象、情感、思维（理解）等多种心理功能的复杂而高级的综合。人的审美活动是客观的美的规律同人的主观需要和审美理想的统一。如果说，作为客观存在，美的本质是真与美的统一，那么，作为主观意识，审美的本质则是理与情的统一，也是感性与理性的统一。审美理想带有时代、阶级的历史必然的理性要求和丰富的想象因素、情感因素等。

“审美关系不可能没有感情和情感，但是它又不仅仅归结为感情和情感。它把人的全部精神能力——感觉、情感、理智、意志和想象——统一和融合为一个完整的统一体。”^②审美价值是由审美感情价值、审美认识价值、审美想象价值、审美理想价值、审美愉悦价值构成的。广播文艺的审美价值是和广播文艺的特殊审美方式相联系的。

广播文艺是一种富有个性特点的听觉艺术。听觉审美首先以广播文艺节目（作品）为对象，它是听觉欣赏的前提。没有广播文艺节目（作品）就不存在听觉欣赏，没有听觉欣赏，广播文艺节目也就失去了它的社会意义。因此，播出的节目（作品）和听众欣赏具有相互联系、相互制约的关系，即具有矛盾的同一性。但主要矛盾和矛盾的主要方面是欣赏客体对

托尔斯泰《论艺术》第 47—48 页。

② 列·斯托洛维奇《审美价值的本质》第 232 页。

象——广播文艺节目(作品)是否具有可听性。可听性强的节目(作品)必然吸引听众,有审美价值;可听性差的节目(作品)必然失掉听众,无审美价值。

可听性是广播文艺审美的特征和要求。可听性是审美客体(节目)和审美主体(听众)的统一。广播电台不仅创造了广播文艺节目,也培养了听众的听觉审美能力。在一定意义上说,可听性是广播文艺赖以生存和发展的第一要素。正如没有可观赏性就没有绘画、电影一样,没有可听性也就没有广播文艺。而可视性是观众较易接受的,因为“颜色的感觉是最大众化的感觉”(马克思语)而听觉审美却要一定的艺术素养和具备“欣赏音乐的耳朵”。可听性是内容和形式的统一,知、情、意的统一,思想性和艺术性的统一。广播文艺中的节目(作品)千姿百态、丰富多采,同是具有可听性的节目,其可听、动听之处也不尽相同,各有千秋、各臻其妙;有的以故事情节引人入胜(如“小说与评书连读广播节目”);有的以提高鉴赏水平、条分缕析见长(如“阅读与欣赏”);有的以优美动听的歌声夺人(如“银幕上的歌声”);有的以弘扬民族文化珍宝喜人(如“民族音乐”和“中国戏曲”);有的以广播特色独具而魅力(如“广播剧”、“电影录音剪辑”);有的以诙谐风趣、妙语连珠逗人、(如“曲艺”和“相声”);有的则以信息量大、品种多、重服务取悦听众(如“今晚八点半”、如此等等,不一而足。

听觉欣赏是一种积极的、能动的认识活动,也要用形象思维。它是一种主动的艺术再创造活动,而不是被动、消极的感知。在广播文艺节目的欣赏过程中,欣赏者总是根据自己的立场、观点、联系自己的思想感情,结合自己的生活经

验和艺术素养来对播出节目的艺术形象、思想内容、行动细节等方面进行体验、鉴别、玩味、理解甚至丰富发展。

广播文艺靠语言去触及自然、社会和思维方面的一切领域；靠音乐表现人们的情感世界、人化自然、精神面貌；靠色彩鲜明、如察其形、如临其境的音响效果丰富、烘托人物的思想感情，渲染、烘托环境气氛，以至扮演拟人化角色。音乐、语言、音响各有所长、各臻其妙，单独使用或错综交织、融为一体，均可制作绚丽多彩、动人心弦的广播文艺节目，它以自己独具的艺术魅力吸引着千千万万的听众。

三、广播文艺的社会功能

广播文艺是广播与文艺的有机结合、化合和升华。广播文艺同“电视文艺”有别，同旁的姐妹艺术不同。电视文艺集视听之娱，汇形、声、色、字之美，声画纷呈，视听兼备，形象直呈，生动逼真。它以电子技术为传播手段，以声画造型为传播方式，通过塑造鲜明的屏幕形象来达到审美的效果。广播文艺的表现手段则是单一的，只能运用声音塑造非直观性的视象。它是以声音为媒介诉诸人们听觉的时间性艺术。声音具有物理性、生理性、表情性、假定性、想象性、通感性和可塑性等特征。“声音具有一种显示诗意的能力”，它富有表现力和艺术感染力。

广播文艺是声音之升华 乐音之荟萃 熔语言、音啊、音乐于一炉。它以文学广播、音乐广播、戏曲广播、曲艺广播、综合文艺、广播剧、小说、评书、板块节目等为主体，以综合台、文艺台、音乐台等台标出现，吸引数以亿计的听众。它的影响力很大，具有四种主要功能：认识的功能、教育的功能，审美的功能、服务的功能。由于本书篇幅有限，对认识

的功能、教育的功能、服务的功能简笔略述，重点论述审美功能。

一) 广播文艺节目的认识功能，主要指具有认识生活，传播知识的作用。

广播文艺有“形象化生活教科书”之称，它不仅以形象化手段给听众以社会知识、人文学科知识、艺术知识，而且能够培养听众观察和认识生活的能力，扩大视野，发展智能，帮助听众建立科学的世界观、艺术观。

知识是“地球上最美的花朵”是建设“四化”的潜在力量。传播知识，提高中华民族的知识水平是广播文艺的职责之一。广大听众如饥似渴地谛听富有知识性的文艺节目。不要把传播知识和教育作用对立起来。就以共产主义思想体系来说，它不是从天上掉下来的。除了当时工人运动的发展之外，也是批判地吸收和继承了人类全部科学文化知识的结果。马克思主义理论的发展离不开科学文化的发展。显然，在一个文盲的国家内是不能建成共产主义社会的。我们只有用人类创造的全部知识财富来丰富自己的头脑，才能成为共产主义者。

二) 广播文艺节目的教育功能，主要指对人的思想、精神、道德规范起潜移默化的作用。

过去，我国的广播文艺曾走过一段弯路。把教育功能理解得太窄，片面要求广播文艺从属于临时的、具体的、直接的政策任务，因此出现大量的公式化、概念化的说教式的文艺节目。

1980年7月26日《人民日报》社论《文艺为人民服务，为社会主义服务》指出：“鉴于文艺从属于政治，文艺为政治

服务的口号，本身不能穷尽整个文艺的广泛范围和多种作用，加之多年来被“左”的歪曲利用，成为对文艺横加干涉的理论根据。我们党不继续提这些口号，只提文艺为人民服务，为社会主义服务的口号。”这个新的口号，天地比较广阔，内容比较丰富，提法比较科学。它是毛泽东同志的《在延安文艺座谈会上的讲话》所阐述的基本原则的创造性的运用和发展。我们要坚持广播文艺为人民服务、为社会主义服务的方向和贯彻百花齐放、推陈出新文艺方针，提高文艺节目的思想性和艺术性，办好“具有鲜明的社会主义中国特色”的广播文艺节目。文艺的路子要越走越宽，文艺创作思想、文艺题材和表现手法要日益丰富多彩，敢于创新，善于出新。事物是辩证的，“今后不再用文艺服从政治、从属政治这个提法，但并不是说文艺可以脱离政治，作家可以没有政治责任感”。广播文艺不仅要正确地反映社会生活，而且还必须回到社会生活中去，发挥它影响生活、完善生活的巨大作用，建设社会主义的物质文明和精神文明。广播文艺要遵循艺术规律，动之以情，寓教于乐，在审美愉悦中，给人以方向、信心、勇气、希望和力量。榜样的力量是无穷的。广播文艺应以正面宣传新人、新事、新风尚、新气象和改革开放新成果为主，高扬主旋律，形式多样化，扶正抑邪，趋美背丑，扬善惩恶，鼓舞听众感奋起来，为实现“四化”，推动历史的前进贡献聪明才智。

〈三 广播文艺的审美功能，主要指增进人们的美的感受能力，陶情冶性，培养人们高尚的艺术情趣和健康的审美观念。

文艺没有美感，就不成其为文艺，因为艺术之本质，“皆

在使观听之人，为之兴感怡悦”两千多年前的罗马诗人贺拉修斯在《诗艺》中把文艺作品能否“给人以快感，同时对生活有帮助……寓教于乐”，作为衡量文艺作品审美价值的标志。不少中外名著所以经久不衰，脍炙人口，就是因为它们“依照美底规律来造型”，就是因为“它们还继续供给以艺术的享受”，相反，有些作品（节目）难于卒读、苦于卒听，或读过即忘，听后反感，就是因为“理过其辞，淡乎寡味”缺乏美感，没有艺术感染力。艺术讲美、科学讲理。艺术是真、善、美的统一。真，是艺术的根据，善，是艺术的思想倾向，而美则是艺术的特征。离开了美，则真和善无所依托，不但不能给人以艺术享受，而且削弱了文艺的认识作用和教育作用。过去，文艺广播对于要宣传什么，输送什么考虑得比较多，而对于听众需要什么和喜欢接受什么，则考虑得比较少；考虑政治任务配合多，考虑艺术欣赏少；考虑宣传教育多，考虑听众娱乐、审美少；考虑播方意图多，考虑听众交流、参与、反馈少。我们必须克服这些片面性。要“寓教育于娱乐之中”，在审美、娱乐中给听众以潜移默化的熏陶。在确定文艺节目时，尺码要宽，品种要多，要有可观赏性和可听性，又要有正确的导向性。不能人云亦云，人唱亦唱，不加选择地把社会上的流行节目通通搬上广播。我们应当想人民所想，急人民所急，应人民所需，爱人民所爱，创作、录制出更多更好更美的节目；寓教于乐，既劝谕读者，又使他喜爱”；“挤掉一些陈腐的劳什子”和低级趣味的东西，黄色的东西，“把美作为构成社会主义社会的艺术的标准”，通过生动的艺术形象的塑造，歌颂真善美，鞭挞假恶丑，引起听众对艺术形象优美或丑恶，崇高或卑下，悲哀与可喜等的强烈感受，象鲁

迅说的那样：“助成奋斗，向上，美化的诸种行动”，推动历史前进。

现实生活如同“云霞出海曙，梅柳渡江春，”改革开放，蒸蒸日上，异象纷呈，欣欣向荣。人们对艺术生活的要求也是丰富多彩，各有所好，各以其情而自得。“雄伟和细腻，严肃和诙谐，抒情和哲理”等等不同风格，特点的节目，都应当在广播文艺的园地里占有自己的位置。节目切忌单调刻板，机械划一，没听头，没兴味，没美感。只有把节目丰富起来，才能给听众以更大的选择余地，从而达到美不胜收、喜闻乐听的审美效果。

四》服务的功能 主要指密切联系听众 关心听众的欣赏要求和点播，对听众有关广播文艺方面的问题给予解答和解决。

广播电台专门开设服务型专栏 如《听众信箱》、《点播节目》、《为听众服务》、《请您录音》等 这些栏目着眼于为听众提供文学艺术和广播文艺等方面的咨询和服务，解答各种问题。编稿人员要深入群众，进行社会调查，熟悉自己的服务对象，爱其所爱，好其所好，把节目办活办新，赢得听众。并根据听众的要求编排节目，做到胸有全局，心有听众，节目有可听性，欣赏性，娱乐性，竞技性和参与性。听众是我们的服务对象，也是良师益友，要编排好文艺节目，必须重视听众工作（信息反馈包括正反馈——表扬和负反馈——批评），了解听众的构成、层次、收听情况、兴趣爱好、要求和建议。听众是服务对象，是我们的“上帝”，听众是广播文艺节目办得好坏的“唯一的判断者”，是办好广播文艺的“源头活水”。今后要加强和广大听众的联系，建立、疏通多种反