

<<广播学导论>>

图书基本信息

书名：<<广播学导论>>

13位ISBN编号：9787308027380

10位ISBN编号：7308027384

出版时间：2005-10

出版时间：浙江大学出版社

作者：李岩

页数：287

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广播学导论>>

内容概要

1997年出版《广播学导论》到今天已经过了7个年头，期间有五次印刷。

一部作为教材的书籍与一个小孩的成长年龄不同，一个7岁的小孩开始上一年级，在他/她7个年头的成长经历中，不论是身体还是智慧的增长都是累计的，年头表示着成长的阶段。

可是一部教科书却有所不同。

7年意味着这本书需要修订，书中的观念会陈旧，内容要更新，体例要调整。

况且，7年来，广播事业发生了很大的变化，频道的增加出现许多专业化频道，节目宗旨、节目服务对象、节目内容、播出方式、播出时间设置等方面都有了新的理解和实践，尤其是互联网与广播电台的联手开展的大众传播活动，广播节目借助互联网技术将稍纵即逝的节目变成了在网上随时点播的节目样式，听众通过收音机接触广播节目或者“在线收听”收听方式也多样化起来。

更为重要的是广播节目在信息时代的作用和社会功能也改变。

这一切成为《广播学导论》修订出第二版的充分理由。

《广播学导论》第二版与第一版比较，主要的改变是：一、基本结构的调整 《广播学导论》第一版共分五编二十九章。

第二版两编十二章。

名称分别为：广播概说、广播节目实务。

第二版章目明显减少，每章下面的节目增加。

这种修订的理由主要是广播节目播出过程和播出方式的变化，传统的采、编、播各司其职逐渐被采、编、播合一替代，原来的节目类型有的被取代，有的被合并，有的被扩展。

新的传播技术和受众需求不断提升，原有的节目样式始终处在调整的状态，一种不拘泥于任何形式束缚的节目播出效果取代按部就班的归类模式，因此许多内容只有在大的章目下寻到归属。

同时，也是为了学习者较少被陈规左右。

二、内容的增加 在第一编中增加了“广播与社会”一章，这一章涉及的内容有：广播与科学技术、广播与社会文化、广播的当代情势。

这些内容将给学习者提供一个新的、更大的认知范畴，把广播放在技术、文化的背景中进行考察，以便深入了解广播的社会角色和公共价值。

在此基础上看到的广播发展情势因为有了良好的、扎实的观看平台，所获认识也会摆脱短暂、机会的、功利的影响。

在本章的第三节中专门讨论了“播客”问题。

虽然“播客”也是依靠数字技术和互联网的平台而生存，但是，从“播客”的社会意义看，它透射出不同于先前任何一种大众传播媒介的“下一代广播”的亮光，有必要单独论述。

在第四章“广播制度与守则”中关于“广播从业人员的职业守则”、“广播电台的监管机构”部分，针对广播事业发展走市场经营之路后，广播这种大众传播媒介如何体现其公共价值和社会功能的问题设计的，它重申广播的宗旨和存在的理由，在广播从业者的职业性、职业道德等方面进行论述。

同时，对广播机构的监管提出政府监管、媒体内部监管、设立评议机构的新思路。

在“广播听众调查”增加了“节目欣赏指数”部分，阐释“节目欣赏指数”调查研究对于提高广播节目的品质，制造良好的广播传播环境的意义。

在“广播符号”一章中，增加了“广播音乐符号”一节，重点介绍广播音乐符号的作用、广播节目配乐的特点、广播节目配乐的取材和广播节目配乐注意的问题等内容。

这一部分内容在过去的教材中很少涉猎。

广播音乐符号在今天的广播节目中越来越显著的地位，不仅出现各种类型的广播音乐频道，而且音乐也成为广播节目中的重要元素，例如节目片头、节目过渡、转换和内容本身。

音乐的配置是广播节目中的锦上添花之工作。

把“广播音乐符号”专门介绍正是基于上述考虑。

在第六章第二节“广播语言符号”论述中增加了传播学研究大师麦克卢汉的广播观，麦克卢汉是迄今为止从事传播学研究的著名学者中少有的专门论述广播的意义的人，他从人的听觉特征以及听觉与

<<广播学导论>>

人的中枢神经的关系谈论广播媒介，并且给予充分的肯定。

在第七章“广播节目类型”中增加了“特殊类型”部分，主要内容是：女性节目、儿童节目、少数民族节目。

虽然这些对象也可以在新闻节目中作特殊考虑，但是专门设置面向这些特殊群体的节目体现了社会多元化的包容度，这些群体或是因为性别、年龄、族群的差异在文化需求方面有一些特殊诉求。

例如女性节目是为了消除女性在媒介中的负面形象设置的，它随着女性主义和女权运动的不断发展而变化。

媒介不仅可以制造和强化社会对女性的态度，也可以成为女性提高自身社会地位的有效工具。

女性节目特别要关注女性的社会地位、贡献、诉求以及与男性一样的需要。

女性节目的真正意义在于提供一套不同于男性——传统的观察角度和对问题的解读与关注点，建构不同于男性文化（右手型）的女性文化（左手型）。

儿童节目是指专门为儿童制作的节目，它从内容的选择和播出的形式两个方面都应该充分顾及儿童的特点。

儿童节目一直受到社会的关注，也是媒介体现出自身公共价值的一个重要例证。

儿童节目永远遵守公益的原则，儿童节目的内容受到社会的监督，不允许出现涉及性、暴力等内容。

第八章专论“广播节目播出”：它把节目形态分为三种：录播与直播、现场播报、主持节目播出。广播节目依附于声音符号进行传播，播出才使节目的全部内容与听众直接接触，播出质量的好坏决定了节目的水平。

这是声音的魅力使符号除了所指以外，能够打动听众的重要因素。

注重节目的播出，体现了广播这种以声音为内容媒介的大众传播工具的特殊性。

在第十章中增加了关于广播节目策划的内容。

这是针对广播事业发展过程中，节目市场形成考虑的。

现在已有独立的节目制作机构成立，并且承担越来越多的节目制作任务，并且将节目直接投放市场。

这些机构需要大量的职业人员加入。

本章主要包括了这样的内容：听众是广播节目策划的重要依据、节目方案、新闻报道方式的策划等。

本书把广播编辑与节目编排分开论述，是为了强调从事广播稿改写和整体节目编排的不同，尤其是后者，表现了现代广播的风格。

因为节目编排涉及到节目时间表、节目片头与头条新闻、节目串联、寻找节目的最佳感觉等内容，这样的思路和提供的内容与已经出版的同类著作相比，是有创新之处。其他方面保留了第一版的内容，但是结构与具体内容上做了大的调整，例如在广播写作中保留了广播语言特性对广播稿写作的要求，更加重视广播稿在通篇的段落过度中如何更加符号听觉的需要。

最后，借本书再版之际，感谢浙江广播电视集团总编室、浙江广播电视学会，感谢多年从事广播工作和研究的巫金龙、黄同春、陈求实等人，他们为我的写作提供诸多方便：互相交流意见，分享节目研究成果，提供研究用节目资料等。

感谢任职于浙江广播电视集团的陈久久，他于繁忙之中欣然接受我的邀请，执笔写作本书第六章第三节“广播音乐符号”部分。

陈久久多年从事广播工作，在广播节目的配乐方面积累了丰富的经验，有精湛的配乐技巧，他把这些无保留地写进本书，成为本书的一道亮色。

感谢浙江大学传播研究所研究生朱红梅同学，她在养病期间完成了关于“播客”的研究论文，并提供本书享用其内容。

<<广播学导论>>

书籍目录

第一编 广播概说 第一章 广播社会 第一节 广播与科技 第二节 广播与社会文化 第三节 广播的当代情势 第二章 广播的历史 第一节 广播意识的产生 第二节 英国、美国、俄罗斯等国广播事业概况 第四节 国际广播秩序 第三节 中国的广播事业 第三章 广播制度与广播机构 第一节 广播的定义与内涵 第二节 广播的传播功能 第三节 广播电台 第四章 广播制度与守则 第一节 广播制度的建立 第二节 广播电台与节目管理 第四节 广播从业人员的职业守则 第五节 广播电台的监管机构 第五章 广播听众调查 第一节 听众调查的理念 第二节 听众调查的主要形式 第三节 听众调查的研究方法 第四节 节目欣赏指数 第二编 广播节目实务 第六章 广播的符号系统 第一节 声音符号 第七章 广播节目类 第八章 广播节目播也 第九章 广播稿写作 第十章 新闻报道任务 第十一章 广播节目策划 第十二章 广播节目编辑 第十三章 节目编排 第十四章 节目制作参考书目

章节摘录

广播作为电子媒介，其发明和使用与科学技术的进步是分不开的，从有线电报、有线广播到无线电话、广播；从模拟信号传送到数字信号传送；从传统媒体到网络媒体；从单向传播到双向传播乃至双向互动传播、聚合传播都依赖于新技术提供的操作平台。

同时，任何技术带来的不仅仅是便利的传播方式和目不暇接的令人动心的传播新视野，随之而至的便是人们享受这些新技术的同时也受到新技术的规范，并以潜移默化的方式改变着过去的生活方式和对待事物的态度，甚至包括判断问题、了解真相的依据，尤其是这种新技术立即被最普通的家庭接受并且迅速运用。

因此。

技术问题从社会层面上分析，它的应用尤其是在大众传播方面，一直是社会发展变化的催化剂或者说是激活点。

在信息成为产业的年代，技术的福利性质与信息资源性质结合，使大众传播媒介将意识形态性、商业性、技术性链接在一起，构成媒介文化的基本图景，镶嵌在社会生活的每一道脉络中。

广播作为一种技术的结果，其发展过程与科学技术、社会文化都有着密切的联系，产生彼此互动的效果。

<<广播学导论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>