

全媒体时代

广播电视编导

系列教材

广播电视 编导教程

项仲平

程 晋

李 欣

著

高等教育出版社

全媒体时代
广播电视编导
系列教材

▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶
GUANGBO DIANSHI BIANDAO JIAOCHENG

广播电视 编导教程

项仲平 程晋 李欣 著



高等教育出版社·北京

内容提要

本书是关于阐述广播电视各类型节目发展、特征、流程和节目编导规律及要领的专业教材。它以流程为核心系统梳理了广播电视节目编导制作理论和技巧, 践行编导必须“实践出真知”的理念。它全面总结融合了当下新的节目类型, 视野开阔, 与时俱进。它有效地将理论和实践相结合, 具有理论上的系统性, 也具有务实性和指导实践的价值。不论你是广播电视理论的研究者、电视节目创作者、广播电视的教学者, 抑或是学习广播电视专业的大学生, 甚至是电视或影像创作的爱好者, 翻阅此书都会令你有所收获。

图书在版编目(CIP)数据

广播电视编导教程 / 项仲平, 程晋, 李欣编著. --
北京: 高等教育出版社, 2015.9
ISBN 978-7-04-041137-9

I. ①广… II. ①项… ②程… ③李… III. ①广播节
目-节目制作-高等学校-教材 ②电视节目制作-高等学
校-教材 IV. ①G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第226106号

策划编辑 赵慷简 沈浮郡 责任编辑 沈浮郡 封面设计 张楠 版式设计 张楠
插图绘制 于博 责任校对 杨凤玲 责任印制 朱学忠

出版发行 高等教育出版社 社址 北京市西城区德外大街4号 邮政编码 100120
购书热线 010-58581118 咨询电话 400-810-0598
网址 <http://www.hep.edu.cn> <http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com> <http://www.landaco.com.cn>

印刷 高教社(天津)印务有限公司 开本 787mm×1092mm 1/16 印张 22.5
字数 380千字 版次 2015年9月第1版 印次 2015年9月第1次印刷 定价 36.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 41137-00

作者简介

项仲平，男，1961年5月生，教授，博士。国家教育部戏剧影视学教学指导委员会委员，国家教育部特色专业广播电视编导专业负责人，浙江大学和浙江师范大学广播电视艺术学硕士生导师，美国杰克逊威尔大学联席教授，英国考文垂大学博士生导师。现任浙江传媒学院副院长、浙江省宣传与文化“五个一批”人才、浙江省“十一五”重点学科（A）广播电视艺术学负责人、浙江省“十二五”一级重点学科戏剧影视学科负责人、浙江省广播电视编导重点专业负责人、浙江传媒学院新闻与传播专业硕士生导师、全国高校影视教育专业委员会理事、浙江省动漫产业协会副会长、浙江省电影电视学会常务理事、浙江省电视艺术家协会理事、浙江省马克思主义学会常务理事。

近年来，作为独立作者和第一作者发表在《新华文摘》《中国广播电视学刊》《现代传播》《电视研究》《当代传播》《人大复印资料》等核心期刊的电视专业论文40多篇，完成主持的国家教育规划办“十一五”重点课题、国家教育部和国家广播电影电视总局重点课题及浙江省哲学社会科学规划领导小组重大委托课题6个，出版了《电视节目策划》《电视栏目与频道策划研究》《文化创意产业与当代艺术教育的创新研究》《影视剧叙事研究》和《广播电视节目传播策略研究》等专著6部，出版《广播电视文艺编导》和《电视节目策划教程》等教材三部，09年获得中国广播电视协会中国传媒教育创新人才培养贡献人物。

项仲平曾担任浙江金华电视台副台长，中国中央电视台文艺中心戏曲音乐部副主任。曾担任中央电视台《98与99新年音乐会》等大型电视晚会的制片人，参与获得电视文艺星光奖近十个。长期从事电视艺术教学与管理，主要从事电视节目策划、广播电视编导课程的教学。目前主要的研究方向：广播电视编导与电视栏目、频道等媒体策划与运作和新媒体传播的研究。

程晋，男，副教授，浙江传媒学院电视学院电视系主任。曾就职于山西电视台文艺中心任编导10余年，获政府奖、国家级奖、省级奖10多项。从事广播电视编导业务教学近二十年，现主要讲授广播电视文艺编导、广播电视编导业务、电视导播、电视导演基础等课程。主要研究方向：电视综艺文化，电视艺术理论和电视文艺编导。

李欣，女，博士，讲师，浙江传媒学院电视学院电视系骨干教师，主讲广播电视编导业务、电视栏目创意与策划、视听语言、中外电视节目比较等课程。参与多项国家级、省级科研课题和教改课题的研究，是省级精品课程广播电视编导业务、国家级特色专业广播电视编导建设团队成员。有多篇论文发表于核心期刊，其中《全球化语境下两岸电视综艺文化比较研究》获得浙江省第九届电视论文比赛二等奖。主要研究方向：电视综艺文化、电视艺术理论和模式节目的开发。

前言

近年来，新媒体的快速崛起给广播电视媒体的生态环境带来了巨大挑战，广播电视媒体面临着前所未有的竞争压力。与此同时，网络技术和数字技术的飞速发展也给广播电视的发展带来了机遇，使得广播电视的内涵和外延日益丰富。在大力倡导推进三网融合的背景下，传统的单媒体时代已不复存在，基于数字技术和网络平台之上的媒介融合已经成为当今媒介发展的趋势，多媒体、超媒体、甚至全媒体的媒介融合时代已经到来。广播电视媒体与其他媒体之间以及各级各类广播电视媒体之间的竞争，亟需广播电视节目和广视频道寻求新的生存与发展空间。破解和拓展这种新的生存与发展空间的出路之一，就是融合新媒体，不断提高节目编导创作的水平和创新的能力，创作出观众爱看、想看的节目。我们应该看到，媒体融合不仅带给广播电视媒体严峻的挑战，同时也带给广播电视巨大的发展机遇，广播电视人如何拥抱新媒体、如何提高广播电视内容的编导能力，如何更好地为客户提供服务、并更好地满足广播电视观众的多元需求，成为当下广播电视工作者亟待思考和研究的问题。

在当下，越来越多的广播电视媒体发挥自身的优势，向节目产业链的上下游扩张，在更广泛的市场上重塑价值、再造优势。随着互联网平台的快速发展和媒介在多个层面的不断融合，渠道资源的稀缺性得到很大程度的缓解，在这样的背景下，作为国内实力最强的节目内容提供商的广播电视媒体，将获得不容忽视的发展机遇。一方面，节目内容资源的提升将大大增强广播电视媒体参与市场竞争的核心竞争力；另一方面，传播渠道的不断丰富，也将为广播电视媒体追求内容的传播和内容价值的最大化提供更为广阔的平台。面对媒介融合带来的深刻变革，广播电视媒体要生存、要发展，关键在于正视挑战、抢抓机遇、积极实施全方位的战略转型。

而转型的关键就在于提高广播电视节目策划与编导能力,实现从传统的单一媒体向全媒体现代传媒的转变。广播电视策划编导能力的提升将有效弥补现有广播电视节目创新不能满足广大观众多元化需求的缺陷。作为节目质量第一执行者和责任人,编导的水平和创新能力直接成为栏目和节目竞争与发展的关键。为了更好地适应广大观众对广播电视媒体节目内容和服务的新需求,推进新旧媒体的融合发展,实现广播电视内容和广播电视节目品牌优势的延伸与放大,进一步开拓广播电视的发展空间,培养广播电视人的编导创作能力是当务之急。

在我们看来,不论是过去的广播电视时代还是当下的媒体融合时代,不论是今天还是明天,节目内容创新和编导创作能力对于广播电视和新媒体都是不可争辩的王道,也就是说对节目内容创新和资源配置资源的有效整合,始终是我们广播电视人学习的目标和追求的使命。

今天提供给大家的《广播电视编导教程》是一本阐述广播电视各类型节目发展、特征、流程和节目编导规律及要领的专业教材。该教材主要有以下几个方面的亮点:1.以流程为核心系统梳理了广播电视节目编导制作理论和技巧。在综艺节目和模式节目大行其道的当下,广播电视节目的制作流程日趋多样和标准化,以往的前期、中期、后期的制作概念已经不能完全对应当今的节目生产,本书以生产流程和节目类型为核心,将节目创作的要素和规律有重点地重新进行了梳理,与当下的实际状况相对接,践行编导必须“实践出真知”的理念。2.全面总结融合当下新的节目类型。本书在之前的研究成果的基础上,融合了大量新的节目类型展开探讨和学理研究,分析了广播电视节目编导的新变和传承,做到了与时俱进,对当下广播电视节目编导的研究和实践具有更加鲜明的现实意义。3.有效地将理论和实践相结合。本书在内容安排上兼顾理论总结和实践指导,既具有理论上的系统性,适合在教学研究中使用,同时也具有务实性、有指导实践的价值。此外,本教材的撰写是三位教师多年来创作实践和教学研究的智慧结晶,程晋老师承担了第一章、第三章的第一节、第八章、第九章和第十二章;李欣老师承担了第一章、第三章的第二节、第六章、第七章,并和项仲平老师合写了第五章;项仲平老师承担了第二章、第四章、第十章和第十一章,并对全书进行了统稿和修改。

面对这本教材,如果你是一位广播电视理论的研究者,本书将为你呈现和传递节目实践和节目学理研究的成果,在这本教材中既有不少理论的总结,又有许多实践编创的规律和经验的概括,希望为你在研究广播电视节目编导理论和创作规律的过程中,提供独特而有价值的参考。

面对这本教材，如果你是一位电视节目创作者，本书将为你衡量你以往生产的“产品”，整理你积累丰满的创作心得。在本教材中我们帮你把你的经历和经验进行了梳理和提炼，并帮你把一颗颗零散的“珍珠”串联在一起，会为你今后的节目创作带来更大更有效的借鉴和启发。

面对这本教材，如果你是一位广播电视节目的教学者，本书将给你提供一个“站在表演者身后看戏法”的角度，帮你总结和归纳了广播电视节目编导理论，帮你破解和点明了广播电视创作要领和技巧，使你在拥有理论知识的同时也掌握丰富的创作经验，使你能更快把握节目广播电视编导教学的“门道”，成为既有广播电视学理又有多种节目创作编导实践经验的双师型的教学行家。

面对这本教材，如果你是一位电视专业的在读大学生，那么本书应是你学习电视节目编导和创作节目很好的专业课教材。它既有理论和创作规律的总结，又有许多编导创作的实践经验的提炼和要领、技巧的概括，是国内同类专业教材中，理论和实践融合的相对较好的一本，当然也是你在学会节目编导之前，带领你了解前人的经验，体会和掌握节目编导规律、要领的一把入门的好“钥匙”，尤其是当你有一定的创作体验之后，本教材会使你更深入体会到其中的实用性和启迪价值。

面对这本教材，如果你是电视或影像创作的爱好者，也请你翻阅此书，因为在当今的社会生活中电视无处不在，自媒体快速发展，人人都是影像的创作者和编导，无论你是出于玩影像目的创作还是为呈现自我传播的价值，这本教材都是帮助你很快进入专业创作的一根好“拐棍”，有了这根“拐棍”，会使你成为一位名副其实的专业编导者。

在当今的新环境下，过去由广播电视人单独提供的音视频节目，如今也可以由电脑或手机来制作和提供，因此有人把今后的时代称为“后电视时代”，在这样的形势下，人人都可以成为影像或广播电视节目的创作者和提供者，人人都可能成为编导。因此，竞争的关键和核心就在于编导的能力，谁的节目创作得好，谁有创意，谁的节目就有客户和市场。总之，无论是站在广播电视媒体的立场上，还是站在新媒体的立场上，或者是站在两者共赢的立场上，节目编导能力的培养和提升都是当下传媒人的关键和核心。提高编导能力，积极创新，是迎接当下和未来时代挑战的制胜法宝。

项仲平

2014年3月8日

目录

- 第一章 广播电视发展概述 001
 - 第一节 广播发展概述 002
 - 第二节 电视发展概述 019

- 第二章 广播电视编导素质 029
 - 第一节 广播电视节目概述 030
 - 第二节 广播电视编导的工作属性与职能 038
 - 第三节 广播电视编导的素质要求与必备能力 047

- 第三章 广播电视节目类型 055
 - 第一节 广播节目类型 056
 - 第二节 电视节目类型 059

- 第四章 电视节目创作流程 069
 - 第一节 电视节目创作的工种分类和工种职责 070
 - 第二节 电视节目创作流程 080
 - 第三节 节目制作新流程案例解读 087

- 第五章 电视专题节目编导 095
 - 第一节 电视专题节目概述 096
 - 第二节 电视专题节目的特征与结构 101
 - 第三节 电视专题节目的编导创作 107

▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶

第六章	电视谈话类节目编导	127
第一节	电视谈话类节目概述	128
第二节	电视谈话类节目的概念与分类	132
第三节	电视谈话类节目的构成元素	135
第四节	电视谈话类节目编导	142
第七章	电视综艺节目编导	155
第一节	电视综艺节目概述	156
第二节	电视综艺节目的特征与类型	159
第三节	典型电视综艺节目案例分析	169
第八章	电视晚会编导	183
第一节	电视晚会概述	184
第二节	电视晚会的类型与特征	187
第三节	电视晚会编导	191
第四节	电视晚会编导案例分析	203
第九章	真人秀节目编导	211
第一节	真人秀节目概述	212
第二节	真人秀节目的特征与类型	217
第三节	典型真人秀节目案例分析	227

▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶ ▶

第十章 电视音乐节目编导 237

第一节 电视音乐节目概述 238

第二节 电视音乐节目编导 249

第三节 音乐电视节目编导 254

第十一章 电视法制、财经、文学、戏曲节目编导 265

第一节 电视法制节目编导 266

第二节 电视财经节目编导 274

第三节 电视文学节目编导 286

第四节 电视戏曲节目编导 292

第十二章 广播剧编导 307

第一节 广播剧概述 308

第二节 广播剧的艺术特征与创作要素 314

第三节 广播剧的创作与导演实施 322

后记 345

第一章 广播电视发展概述

学习目标:

1. 通过对广播发展史的叙述,使学习者了解广播的诞生及其含义,加深对广播节目创作的认知。
2. 通过对电视发展史的叙述,使学习者掌握广播电视的发展历程,加深对电视节目创作的认知,拓宽他们创作和创新节目的视野。
3. 通过对广播电视发展史的叙述,使学习者能够联系实际分析把握我国广播电视节目发展的走向。

关键词: 广播 电视 发展

本章导引:

本章从广播电视的基本概念入手,简述了广播电视的诞生及发展,对我国广播电视的发展历程和今后的走向做了较详尽的展开分析。使学习者掌握广播电视的发展历程,加深对广播电视节目创作的认知,扩大创新的视野,同时使学习者能够理论联系实际,分析把握我国广播电视节目发展的动态和走向。

第一节 广播发展概述

一、广播的含义

广播是指通过无线电波或导线传送声音的新闻传播工具。通过无线电波传送节目的称无线广播，通过导线传送节目的称有线广播。

广义的广播（Broadcast）包括声音广播（Radio，只传送音频信号）和电视广播（Television，同时传送音频与视频信号）两大类。《辞海》中对广播的概念定义为：“利用无线电波或导线播送声音、音像节目，统称‘广播’通常‘声音广播’被称为广播，播送音像的广播为电视。”^①从上述概念的定义来看，广播是一个包含广播和电视两个媒介的名词。两者在技术特性上有明确的共通特征，都是利用现代电子技术作为传播手段，以声音（广播）或音画结合（电视）为传播符号来远程传播信息。狭义的理解，广播就是现在通常指的电台的广播。

广播电台，是采编和制作并利用无线电波或导线向一定区域的受众传送声音节目的大众传播机构。广播电台相对于平面的杂志和报纸也是曾经红极一时的“新”媒体，在媒体传播的历史上，曾做出过巨大的贡献，现在还依然是当下主要的媒体之一，对人类传播发挥着积极的、其他媒体所不能替代的作用。

二、广播的诞生

1906年圣诞节前夜，美国的费森登和亚历山德逊在纽约附近设立了一个广播站，并进行了有史以来第一次广播。广播的内容是两段笑话、一支歌曲和一支小提琴独奏曲。这一广播节目被当时四处分散的持有接收机的人们清晰地收听到了。1908年，美国的弗雷斯特又在巴黎埃菲尔铁塔上进行了一次广播，被该地区所有的军事电台和马赛的一位工程师所收听到。1916年，弗雷斯特又在布朗克斯新闻发布局的一个试验广播站播放了关于总统选举的消息。可是在当时只有极少数的人能够收听这些早期的广播。1919年，苏联制造了一台大功率

^① 参见《辞海》（1989年版缩印本），辞书出版社1990年版，第952页。

发射机，并于1920年在莫斯科开始试验性广播。1920年6月15日，马可尼公司在英国举办了一场梅尔芭太太主演的“无线电——电话”音乐会，远至巴黎、意大利、挪威，甚至在希腊都能清晰地收听到。1920年12月22日，德国的柯尼武斯特豪森广播电台首次播送了器乐演奏音乐会。1922年，在法国埃菲尔铁塔上设立的巴黎广播电台也正式开始广播。

然而，现在公认的世界第一个真正的无线广播电台，是第一个获美国联邦政府所发实验执照的，美国匹兹堡西屋电气公司开办的KDKA广播电台。它于1920年11月2日正式开播，首次播送的节目是哈丁·科克斯总统选举，在当时轰动一时。由于进行了一系列的突破，如第一个报道体育比赛（一场拳击赛），第一个播出舞台戏剧演出实况，KDKA很快就被载入了史册。KDKA的开播标志着广播电台的诞生。

1922年11月14日，伦敦ZLO广播站正式开始在英国广播每日节目，该站在1927年改为英国广播公司，即BBC。

到1927年止，美国国内已拥有737个广播站。

这一时期，广播站如雨后春笋在世界各国相继涌现。当时在欧洲，广播已被视为一个庞大的通信工具。此后，全世界的广播事业不断发展，现已逐步形成全球性的广播网。

中国的第一座广播电台建于1923年1月，由美国人奥斯邦创办，隶属于中国无线电广播公司。这家呼号为ECO的广播电台首先在上海播出。1926年，中国出现第一家中国人自办广播电台——哈尔滨广播电台，由刘翰创办。1928年，中国国民党北伐成功，在南京创办“中国国民党中央执行委员会广播无线电台”，呼号为XKM。1939年，国民党在重庆创办对外广播台——“中国之声”（Voice of China）。中央人民广播电台的前身——延安新华广播电台创建于1940年12月，标志着中国人民广播事业的开始。

广播从无到有，从初级到高级，从萌芽到成熟，经历了不断的发展演变，以下是广播发展中具有标志性的事件：

1895年，意大利马可尼和俄国波波夫同时发明无线电波。

1899年3月28日，马可尼成功地发了第一封电报（英国至法国）。

1906年12月25日，范斯顿的马萨诸塞实验电台首次广播，从广播工程技术标准上看，广播从此诞生。此时，广播是一种娱乐工具。

1920年8月31日，美国底特律8M实验台广播了密执安州长初步获胜的新闻，这是最早的广播新闻。

1920年10月27日，美国匹兹堡KDKA电台正式成立，成为具有合法经营权的第一家电台。它的播音标志着广播事业的正式诞生。

1923年1月24日，美在华第一个电台正式开播，呼号为ECO，这是中国第一家广播电台。

1940年12月30日，延安新华广播电台开播，呼号为XNCR，这是中国共产党创办的第一个广播电台。

三、世界广播的发展

（一）初期发展阶段（20世纪二三十年代）

这一时期，世界各国的广播电台相继成立，广播事业迅速发展起来。当然，首先发展的依旧是欧美国家。1922年，美国民办商业广播电台达到200多家。也是在这一年，法国邮电部建立了法国的第一座广播电台，通过312米高的巴黎埃菲尔铁塔进行定时广播。到1924年，法国出现了私营的广播电台。1923年，德国建立了无线电广播电台。同样是1923年，英国广播公司（BBC）建立。到1926年BBC已建立了29座发射台，覆盖80%的人口居住区。1924年，意大利建立了无线电广播电台。1925年，日本第一家私营广播电台——东京广播电台开始试验性广播。1926年，日本以东京广播电台为基础，合并了大阪和名古屋两家电台，成立了日本广播协会（NHK）。同期，中国、印度、加拿大、澳大利亚等国的无线电广播也相继问世。到1930年，无线电广播几乎遍及全球。

（二）活力发展岁月（20世纪三四十年代）

1. 广播澎湃而又积极的生命力

随着时间的推移，节目的丰富多彩以及传播技术的不断改进，广播越来越受到听众的欢迎，也越来越发挥着媒体积极而又重要的作用。例如罗斯福总统通过“炉边谈话”发布新政的案例：

所谓“炉边谈话”是美国总统罗斯福利用大众传播手段进行政治性公关活动的事例之一。20世纪30年代，美国经济处于大萧条时期。为了求得美国人民对政府的支持，缓解萧条，1933年3月12日，即罗斯福就职总统后的第8天，他在总统府楼下外宾接待室的壁炉前接受美国广播公司、哥伦比亚广播公司和共同广播公司的录音采访，工作人员在壁炉旁装置扩音器。总统说：希

望这次讲话亲切些，免去官场那一套排场，就像坐在自己的家里，双方随意交谈。哥伦比亚广播公司华盛顿办事处经理哈里·布彻说：既然如此，那就叫“炉边谈话”吧。于是就此定名。罗斯福以“炉边谈话”的方式通过收音机向美国人民进行了演讲。他的谈话不仅鼓舞了美国人民，坚定了人民的信心，而且也宣传了他的货币及社会改革的基本主张，从而赢得了人们的理解和尊敬，对美国政府度过艰难，缓和危机起到了较大作用。

罗斯福被公认为是美国历史上最会利用新闻媒介的政治家之一，他利用刚刚兴起的广播媒介，用“谈话”而非“讲话”的形式将自己自信洪亮的声音传遍全国，带进千家万户，一下子就将总统与民众的感情拉近了，从而在听众心理上造成了一种休戚与共的神圣感。每当听到“炉边谈话”，人们就仿佛看见脸上挂满笑容的罗斯福，所以有人说，“华盛顿与他们的距离，不比居室里的收音机远。”甚至有民众将他的照片剪下来，贴在收音机上。“炉边谈话”取得的巨大影响，成为广播史上的一个传奇。此后，罗斯福将这种形式延续下来，在他12年总统任期内，共做了30次“炉边谈话”，每当美国面临重大事件之时，总统都用这种方式与美国人民沟通，一直到他去世。

2. 广播剧“星际战争”引发民众恐慌

1938年10月30日，美国哥伦比亚广播公司报道说有不明飞行物降临美国新泽西州，一群形象丑陋、手持喷火器和毒瓦斯的“火星星人”正在展开对地球的攻击。这条消息立刻引起整个美国一片恐慌。人们蜂拥到大街上逃生，很多人用湿毛巾捂住口鼻，也有一些勇敢者拿起武器，准备抵抗入侵者。在华盛顿州的康克托，当听到“火星星人”捣毁通信和电力系统时，该城正好停电，黑暗使全市居民更加惶恐不安，他们愈发相信真的是“火星星人”杀过来了。

事实上，这是哥伦比亚广播公司使用当时新闻报道现场直播的方式播出的一部广播剧，导演奥逊·威尔斯运用高超的艺术手段为美国民众创造了一个极其逼真的灾难场面。在描写记者亲眼目睹火星星人走出宇宙飞船时，电台做了无声处理，几秒钟的寂静后，突然尖叫声四起：“噢，上帝啊，它们是……太可怕了！噢，上帝啊！”然后，麦克风失灵，所有声音都消失了……奥逊·威尔斯把这段时间拖了好长好长，最后终于有声音了，他用极其怪异的声音问：“你们好！能听到我吗？有人在吗？”那时候人们早就夺门逃走了。当然，最后电台澄清了事实，表明这只是一个虚构的节目，而非“真事”，人们这才心有余悸地逐渐平静下来。而这件事也再次证明了新闻传媒的强大影响力和艺术作品的震撼性。

3. 第二次世界大战为广播的发展提供了历史机遇

第二次世界大战为广播发挥其无远弗届、传递及时的优势提供了契机，广

播得以迅速发展，并成为当时无可置疑的强势媒体。这个时期，各国利用广播大打舆论战和心理战，广播甚至被称为海陆空三种军事力量之外的“第四战线”。如：国民党中央电台1940年1月开播的国际广播（VOC），把中国人民的声音传递到世界各地，把中国人民的抗日战争同世界反法西斯战争连在一起，被日军称作“炸不死的重庆之蛙”；敦刻尔克大撤退中，英国政府通过广播动员英国民众驾驶船只营救联军；日本在空中电波中制造“东京玫瑰”的形象，播音员们用甜美的声音和倾向性极强的信息力图勾起美国大兵的怀乡情绪，瓦解美军的军心，等等。

据统计，1939年大战爆发时，共有27个国家办有对外广播，到1945年战争结束时，增加到55个国家。英国BBC使用的语言从9种增加到46种，被认为是“第一广播大国”，德国、日本、美国、中国等参战国也纷纷开办国际广播。

（三）广播的全球普及与电视等新媒体的竞争开始（二战结束至今）

“二战”结束后，广播事业进入全球普及时期。此时，发达国家的广播开始逐渐被电视取代，但对外广播依然兴盛，在冷战中发挥了独特的作用。到1960年代，美国之音（VOA）和英国广播公司即开始用英语进行环球广播，日本广播协会（NHK）用英语和日语进行环球广播，莫斯科广播电台于1970年用英语和俄语开办环球广播。

在发展中国家，战争的结束才是广播事业蓬勃发展的开始。1950年，世界近50个国家没有广播设施，其中23个在非洲。1960年前后，没有电台发射机的国家数目减少到12个，其中7个在非洲。1973年左右，对世界187个国家和地区的调查表明，其中只有3个没有发射设备：不丹、列支敦士登和圣马力诺。

另外，受电视的冲击，广播电台充分发掘自身潜力，力争以差异化战略谋得新的生存与发展空间。

首先，走向“窄播化”，细分节目内容、细分受众群体。按节目类别设置不同频率，如综合台、音乐台、新闻台等。按不同对象设置名称不同的频率，如老年台、青少年台等。

其次，调整节目结构，发掘广播的“声音”潜力。发挥广播传播快、短的特征，新闻题材以短讯为主，实行滚动播出；继续发挥伴随性收听的优势，拓宽服务范围，如开办交通台、气象台，发展汽车广播等；发挥广播特有的声音媒体的优势，大力发展音乐节目。

最后，利用先进的科技，拓宽广播发展空间。1935年调频广播出现，50