

# 广播电视

## 概论

陈

莉

编著

南京师范大学出版社

# NEWS

蘇聯影壇

一 蘇聯電影一萬人

蘇聯電影事業在戰後重新發展

在蘇聯一九四二—一九四三年期間

蘇聯電影事業在戰時發展

在四十年間蘇聯電影事業

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

一 蘇聯電影

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展

蘇聯電影事業在戰時發展



广播电视

理论

NEWS

# 广播电视概论



陈

莉

编著

南京师范大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

广播电视概论/陈莉编著. —南京:南京师范大学出版社,2004.12

ISBN 7-81101-095-X/G·751

I. 广... II. 陈... III. 广播电视—概论—高等学校—教材 IV. G220

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 137505 号

---

书 名	广播电视概论
编 著	陈 莉
责任编辑	段倩毓
出版发行	南京师范大学出版社
社 址	南京市宁海路 122 号 邮编: 210097
电 话	025-83598077(传真) 83598412(营销部) 83598297(邮购部)
网 址	<a href="http://press.njnu.edu.cn">http://press.njnu.edu.cn</a>
电子邮件	<a href="mailto:nnuniprs@publicl.ppt.js.cn">nnuniprs@publicl.ppt.js.cn</a>
照 排	江苏兰斯印务发展公司
印 刷	丹阳市教育印刷厂
开 本	850×1168 1/32
印 张	9.25
字 数	232 千
版 次	2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月第 1 次印刷
印 数	1-3 000 册
书 号	ISBN 7-81101-095-X/G·751
定 价	15.00 元

---

南京师大版图书若有印装问题请与销售商调换

版权所有 侵犯必究

## 目 录

## 第一章 世界广播电视的诞生与发展历程

第一节	广播、电视的概念 .....	1
一、声音广播 .....	1	
二、电视广播 .....	2	
第二节	广播的问世与广播事业的发展 .....	3
一、无线电的发明 .....	3	
二、无线电广播的试验 .....	5	
三、世界上第一个正式的广播电台 .....	7	
四、广播事业世界范围内的兴起 .....	9	
第三节	电视的发明及发展 .....	11
一、电视的发明 .....	11	
二、电视广播的兴起 .....	13	
第四节	当今广播电视的发展 .....	17
一、传播手段的高科技化 .....	17	
二、传播媒介的全球化 .....	25	
三、传播服务的市场化 .....	33	

## 第二章 中国广播电视的发展概况

第一节	旧中国的广播事业 .....	35
	一、中国早期的广播事业 .....	35
	二、国民党统治时期的广播事业 .....	38
	三、中国共产党领导的广播事业 .....	47

第二节	中华人民共和国的广播电视事业 .....	51
	一、“文革”前的广播电视事业(1949—1966) .....	51
	二、“文革”中的广播电视事业(1967—1976) .....	55
	三、“文革”后的广播电视事业(1977— ) .....	61

第三节	香港、澳门、台湾的广播电视事业 .....	68
	一、香港的广播电视事业 .....	68
	二、澳门的广播电视事业 .....	71
	三、台湾的广播电视事业 .....	73

## 第三章 广播电视的特点和社会功能

第一节	广播电视的特点 .....	76
	一、广播电视传播迅速,时效性强 .....	76
	二、广播电视生动传真,感染力强 .....	80
	三、广播电视传播面广,渗透力强 .....	85
	四、广播电视线性传播,难以捕捉 .....	89

第二节	广播电视的社会功能 .....	91
一、沟通情况,提供信息 .....	92	
二、思想宣传,引导舆论 .....	94	
三、传授知识,开阔眼界 .....	98	
四、提供娱乐,丰富生活 .....	100	
五、提供服务,方便受众 .....	105	
第四章	广播电视语言	
第一节	广播电视的声音 .....	107
一、语言 .....	107	
二、音乐 .....	112	
三、音响 .....	115	
第二节	电视的画面 .....	120
一、电视画面的主要内容 .....	120	
二、电视画面的特性 .....	122	
三、电视画面的传播功能 .....	125	
第三节	广播电视的有声语言 .....	126
一、规范口语 .....	126	
二、明白晓畅 .....	131	
三、响亮和谐 .....	137	

## 第五章 广播电视节目

第一节	广播电视新闻类节目	140
	一、广播电视新闻节目	140
	二、广播电视新闻性专题节目	146
	三、广播电视新闻性杂志节目	151
第二节	广播电视文艺类节目	154
	一、广播文艺类节目	155
	二、电视文艺类节目	165
第三节	广播电视谈话类节目	169
	一、谈话类节目的含义及分类	170
	二、广播谈话类节目	171
	三、电视谈话类节目	174
第四节	广播电视体育类节目	180
	一、体育类节目在广播电视业中的作用	181
	二、广播电视体育类节目对社会生活的影响	184

## 第六章 广播电视节目主持人

第一节	节目主持人的发展与界说	189
	一、节目主持人的发展概况	189
	二、节目主持人的概念	196
	三、节目主持人的分类	200



第二节	节目主持人的特性	201
	一、社会性	202
	二、可信性	202
	三、审美性	203
	四、个性化	204
	五、情感性	205
	六、能动性	206
第三节	节目主持人的作用	207
	一、主持人是“台标”	207
	二、主持人是广播电视节目质量的“把关人”	208
	三、主持人是节目的“灵魂”	208
	四、主持人是社会舆论的倡导者	212
	五、主持人是广播电视节目联系受众的桥梁	212
第四节	新闻性节目主持人	213
	一、新闻性节目主持人的主要类型	213
	二、新闻性节目主持人的素质构成	218
第七章	广播电视的管理体制	
第一节	世界上主要的广播电视管理体制	223
	一、广播电视体制的起源	223
	二、世界上主要的广播电视体制	227

第二节	我国的广播电视管理体制 .....	234
	一、我国广播电视制度的发展 .....	234
	二、广播电视体制改革的新进程 .....	248
第八章	广播电视媒体的发展趋势	
第一节	广播电视专业化 .....	256
	一、广播电视专业化的趋势 .....	256
	二、广播电视专业化的现状 .....	258
	三、广播电视专业化发展的关键 .....	262
第二节	广播电视媒介整合 .....	264
	一、传媒业结构整合的主要方式 .....	264
	二、当代媒介整合的特点 .....	265
	三、当代美国广播电视业的整合 .....	266
	四、我国广播电视业整合的态势 .....	269
第三节	广播电视媒介全球化与本地化 .....	270
	一、广播电视媒介的全球化 .....	270
	二、广播电视媒介的本土化 .....	272
第四节	广播电视与网络媒介的共同发展 .....	274
	一、互联网对广播电视业的影响 .....	274
	二、互联网与广播电视业务 .....	278
	主要参考资料 .....	287

## 第一章 世界广播电视的诞生与发展历程

### 第一节 广播、电视的概念

广播、电视有时也统称为“广播”。这意味着“广播”这一概念有广义和狭义之分。

广义的广播(Broadcast),指通过无线电波或导线向人们播送声音节目,或图像和声音节目的传播媒介。按传输方式,分为无线广播和有线广播;按传播符号,分为只播送声音的声音广播,以及播送图像和声音的电视广播;通讯卫星出现以后,又按是否通过卫星分为地面广播和卫星广播。

狭义的广播(Radio),专指只播送声音的广播;而播送图像和声音的电视广播,则称为电视(Television)。

#### 一、声音广播

声音广播又称音频广播或广播,指通过一定的电声转换设备,用无线电波或导线传送声音节目、供人们收听的传播媒介。

声音广播主要包括以下四种方式。

##### 1. 无线广播和有线广播

无线广播是利用无线电波传送节目的一种广播方式,可以进行长距离传播,是最常用的广播方式。有线广播,是利用金属导线或光导纤维,把节目信号经分配放大系统直接传送给用户的一种区域性传播方式。我国农村目前仍然广泛采用有线广播这种方式。

## 2. 调频广播和调幅广播

调频广播是广播发射机高频正弦形载波的振荡频率受低频调制信号(即广播节目的声频信号)控制而变化的广播方式。它具有噪声小、音质好、抗干扰能力强等优点,但覆盖半径通常只有几十公里。调幅广播指广播发射机高频正弦形载波的振幅受低频调制信号控制而变化的广播方式,即长、中、短波的声音广播。调幅广播覆盖范围较调频广播大得多,但容易受雷电等自然噪声和人为干扰的影响。

## 3. 模拟广播和数字广播

采用模拟传输系统,以连续波形传送的广播叫做模拟广播,是传统的广播形式。数字广播指采用数字技术的音频广播。数字广播具有模拟广播没有或难以比拟的特点和优点:音质纯净,抗干扰能力强,可以大大增加可利用的频率数量,能够提供传送数据等多种新业务,普遍适用于地面广播和卫星广播。数字广播取代模拟广播是现代广播的必然走向。

## 4. 地面广播和卫星广播

地面广播是指通过地面的发射台或短途传输线路、地面微波干线把广播信号直接播送给接收机的方式。卫星广播是指在卫星上装设一定功率的转发器,把从地面传来的广播信号收转后向预定地区播送的方式。卫星广播具有服务面积大,传送环节少,受地形影响小,播送稳定可靠等优点。

## 二、电视广播

电视广播又称视频广播或电视,是通过一定光电、声电转换设备,用无线电波或导线传送由活动图像和伴音组成的节目,供人们收视的传播媒介。它所用的信息符号是图像、声音、文字和色彩。

电视广播主要包括以下四种形式。

### 1. 无线电视和有线电视

无线电视(TV)是利用无线电波传送电视节目的一种形式,它的

图像信号和伴音信号分别采用调幅和调频方式,利用不同的载波频率进行播出。有线电视(CATV)指通过电缆、光导纤维或微波传输,把电视节目传送给用户的电视传送方式。有线电视的优势在于:抗干扰能力强;节目信号稳定;一根导线最多能传送几十套节目,传输系统容量大;能有效控制播出的时间和范围,为双向传播提供了可能性。

## 2. 甚高频和超高频

甚高频和超高频(又称特高频),是世界各国根据“世界无线电行政会议”(WARC)的规定制定的划分无线电广播和电视频率的标准。我国的电视广播共有68个频道,其中第1~12频道属于甚高频(米波),用VHF表示;第13~68频道属超高频(分米波),用UHF表示。

## 3. 模拟电视和数字电视

采用模拟传输系统,以连续波形传送信号的电视叫模拟电视。数字电视是将模拟电视信号转变成数字电视信号并进行处理、传输、记录和接收的电视广播形式。

## 4. 地面电视和卫星电视

地面电视是利用地面的发射台和传输设备播放电视信号的一种方式,包括无线电视和有线电视。卫星电视从广义上说,指利用同步卫星上所设的空间,无线电台发送电视信号供地面接收的电视传播方式。卫星电视可分为卫星传送电视和卫星直播电视,通常所说的卫星电视专指后一种。

# 第二节 广播的问世与广播事业的发展

## 一、无线电的发明

广播的出现与无线电波的发现是密切地联系在一起的。要了解广播的历史,须从无线电的发明说起。

1819年的某一天,丹麦基尔大学的汉斯·克里斯蒂·奥斯特

博士在做一项实验时,不小心将连接电池的导线落到了磁盘上,磁盘上的指针原来静静地指向正南,这时却剧烈地摆动起来。这一现象引起了奥斯特博士的注意,他又反复试验了多次,发现电与磁有密切的关系。英国科学家法拉第在奥斯特实验的启发下,经过长达十多年的试验研究,于1831年确认变化的磁场在闭合导体里能产生感应电流这一电磁感应现象,并确定了电磁感应定律。

历史上最早研究无线电波的人,是出生于苏格兰的理论物理学家詹姆士·克拉克·马克斯威尔。他于1873年发表了《电磁论》,在理论上为后来的电磁学确定了最初的定律,即振荡式放电必能产生放射性电波,这种电波不用导线传播。他还用数学论证了电波向外传播的速度和光速一样,每秒钟约30万公里,相当于每秒钟能绕地球7周半。马克斯威尔被公认为无线电之父。

以实践证明马克斯威尔理论的正确性的是同时期的德国科学家海尼瑞基·赫兹。赫兹于1884年起在德国的若干所大学中对马克斯威尔的理论进行实验,发现了产生无线电波、发射无线电波以及接收无线电波的方法,使马克斯威尔在理论上的推断成为事实。1888年赫兹发表了《电磁波及其反应》的研究报告。这一报告是有关电磁波特性分析的最早著作。为了纪念赫兹对无线电波研究的贡献,人们一度把无线电波称为赫兹波。1965年,国际无线电协会确定以“赫兹”为无线电波波长计算单位的名称,计算无线电周率的千周、光周等,改称为千赫、兆赫等。

赫兹发现无线电波,只是以实验证明了马克斯威尔的理论,电磁波究竟对人类社会有什么样的影响,赫兹尚无法估计和预料。

当赫兹发现电磁波的消息传到俄国后,俄国水雷军官学校教员亚历山大·斯捷潘诺维奇·波波夫在1889年3月提出了利用电磁波进行无线电通讯的设想,并于1894年研制出一台无线电收发报机。1900年,波波夫制作的无线电收发报机发射与接收的距离已经达到148公里。但是,波波夫的发明没有引起俄国当局的

重视,更谈不上推广、运用。

西方国家普遍认为,无线电的发明人是意大利科学家古格列莫·马可尼。马可尼从电学杂志上了解到赫兹波,并于1894—1895年间在父亲的庄园里对其反复进行试验,最终获得了成功。由于意大利政府对这项发明不感兴趣,22岁的马可尼在母亲的陪同下到了英国。1897年,马可尼在伦敦成立无线电报通讯公司(1900年改为马可尼无线电公司),从事无线电器材的研究、制造。马可尼的通讯技术很快得到推广,被大量用于轮船与岸上的联系、轮船与轮船之间的联系。1899年,美国《纽约先驱报》邀请马可尼公司承担一场体育比赛的报道转播任务。马可尼接受了邀请并把这项技术带到了美国。1899年11月22日,美国马可尼无线电公司在新泽西州成立。1901年12月,马可尼完成了第一次跨越大西洋两岸的远距离无线电通讯。1909年,马可尼获得诺贝尔物理学奖。

无线电通讯技术是人类传播史上最重要的发明之一。对20世纪社会生活产生过深刻影响的无线电报、无线电话、无线传真、无线电广播、无线电视等都是运用无线电技术的成果。

## 二、无线电广播的试验

首先成功地利用无线电波传送和接收人类自己的声音的是雷金纳德·奥布里·费森顿和李·德福雷斯特。

费森顿,加拿大人,美国匹兹堡大学电机工程教授。费森顿想利用无线电波,把声音变成电信号附加上。这个想法起初被视为异端邪说,但费森顿坚持自己的想法,并积极投入实践。1902年,在匹兹堡两位金融家的赞助下,费森顿创办了自己的“国家电信号公司”,并在马萨诸塞州的布兰特罗克建立了一个实验室,集中做声音传送实验。1906年圣诞之夜费森顿取得了实质性突破。

这天晚上,太平洋船只上的无线电收发报员像平常一样戴着

耳机注意接收间歇信号,但令他们吃惊的是,他们听到了一位妇女的歌声,接着是拉小提琴的声音,然后是一位男子朗读《圣经·路加福音》中的段落的声音,最后是德国作曲家韩德尔《舒缓曲》的唱片声和“祝大家圣诞节快乐”的人声。这个声音被证明是从布兰特罗克费森顿的实验室里传出来的。一般认为,这是世界上第一次成功的传声实验。它已达到广播工程技术的基本标准,标志着无线电声音广播的问世。

费森顿的公司财政状况不佳,没几年就垮掉了。费森顿的专利权后来被西屋电气公司购去。

德福雷斯特出生于牧师家庭,完成大学学业后,在芝加哥美国电话电报公司的子公司——西部电气公司工作。在工作之余,他在租来的卧室里进行自己的实验。1907年,他获得三极管的发明专利。三极管是一种玻璃管,用来检测无线电波,还可以用来增强和生成无线电波。三极管的发明使声音传送上了一个台阶。1908年,德福雷斯特在巴黎高达320米的艾菲尔铁塔上做了传音实验。1910年,德福雷斯特和费森顿合作在纽约大都会歌剧院通过无线电广播实况转播了意大利男高音歌唱家卡罗索主演的歌剧。1916年,他在纽约开始了定期的广播。像费森顿一样,德福雷斯特的公司财力不足,举步维艰。后来,美国电话电报公司收购了他的各种专利。

1912年,美国制定法律,要求发射通讯信号必须取得政府颁发的执照,因为在一战前夕,各种密码、语言、音乐在空中交织,互相干扰,空中秩序一片混乱。不过,法律规定并没有引起人们的重视,空中的混乱局面没有任何好转。参与空中大战的主要有三类群体。第一类是陆军和海军,他们在进行与训练、演习有关的信号联络。第二类是成千上万的无线电业余爱好者,这是个最难控制的群体,他们甚至被指控干扰了军事通讯,被指控向海军船只发出了错误指令。第三类是个体发明人、大学、政府机构和公司,他们



在开展试验性的发射,其中包括发射图像。

在美国的这场空中大战中,比较有名的是美国电话电报公司、美国马可尼公司、通用电气公司和西屋电气公司。它们以雄厚的实力很快成为这个领域的主力。第一次世界大战中,无线电被广泛用于情报传递和通信联络,并最终用于宣传。这些军事需求给了这些公司以极佳的发展机会,但无线电广播技术的进一步研究、实际推广以及运用却因为第一次世界大战而进展缓慢。

### 三、世界上第一个正式的广播电台

1920年11月2日,美国西屋公司电气专家弗兰克·康拉德主持建立的广播电台在匹兹堡正式播音,呼号 KDKA,发射功率100瓦。这是美国第一个领有营业执照的商业广播电台,也是被公认的世界第一个正式的广播电台,它的成立标志着广播事业的正式诞生。

康拉德是西屋公司一位很受人尊敬的研究人员,因为出色地督导生产了无线电接收装置 SCR-69 和 SCR-70 而出名。一战以后,他被调去制造电开关。康拉德在一战以前就热衷于无线电。他在匹兹堡自家车库的房顶上建了一个工作室,在那里播送留声机音乐并且和其他的业余爱好者通话,呼号是 8XK。康拉德的“音乐会”受到广泛好评,逐渐成为定期的节目。

当时,美国有很多类似的实验性电台,分布在威斯康星、北卡罗来纳、底特律等地。这一阶段的实验台与以前的实验台没有本质上的差别,是一则广告把商业经营理念引入广播,改变了广播的性质。

1920年9月29日,约瑟夫·霍恩百货公司在匹兹堡的《太阳报》上刊登了一条旨在推销本店一种价值10美元的产品广告。这则广告采用了新闻样式。