

TELEVISION OF THE WORLD

世界电视大观

- 中央电视台电视学会
- 全国电视研究委员会
- 中央电视台研究室

中国广播电视出版社



世界电视大观

中央电视台电视学会
全国电视研究委员会 编
中央电视台研究室



中国广播电视出版社

011/05

世界电视大观

中央电视台电视学会
全国电视研究委员会 编
中央电视台研究室

*

中国广播电视出版社出版
(广播电影电视部灰楼)
国防大学第一印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销

*

787×1092毫米 32开 8.375印张 178(千)字
1990年2月第1版 1990年2月第1次印刷
印数: 1—3,000册 定价: 3.90元
ISBN 7-5043-0281-3 /G·98

目 录

国际合拍电视节目的趋势	(1)
欧洲的卫星电视广播和语言转换	(8)
欧洲广播卫星的发展	(32)
高清晰度电视	(38)
明天的电视	(53)
电视新闻的倾向性	(59)
为电视纪录片写作	(64)
电视观众研究中的人类文化学方法	(74)
美国电视面面观	(91)
美国的公共电视	(109)
美国的有线电视网	(132)
美国CBS新闻采编准则	(136)
美国的电视新闻明星	(149)
美国地方电视台的节目主持人	(156)
美国的电视广告	(162)
美国电视中的儿童节目	(172)
美国的早餐电视	(182)
改革中的苏联电视	(190)
苏联电视屏幕上的对话节目	(195)
苏日“电视桥”节目及其效果	(200)
英国的晨间电视	(218)

英国独立电视网·····	(224)
南斯拉夫的电视事业·····	(228)
匈牙利的电视事业·····	(231)
日本民间电视界·····	(235)
新加坡的电视·····	(239)
世界各国(地区)电视统计·····	(242)

国际合拍电视节目的趋势

跨国界多语言的国际合拍电视节目，已经成为满足经济和艺术需要的途径。仅仅在几年前，人们还固守国界，对电视节目的国际合拍疑虑重重。

现在国际合拍发展迅速。有一个合拍节目，横跨各大洋的参加者竟达到15家之多。甚至美国，人们过去认为它财大气粗不喜欢跟别人合作，如今也抓紧机会参与。

为什么会发生这种变化？起初是共同投资，共担风险。这方面作用至今仍然没有改变，随着节目制作成本的不断上涨，人们对此更为重视。资金短缺迫使广播电视公司走上合拍之路。

另外一个同样重要的原因是，合拍正在创造节目质量和观众接受的记录。此外，参与合拍的成员便于进行节目交换和技术交流。

在“全美电视节目发行人协会”一次会议讨论国际合拍节目时，美国人和欧洲人曾预言大西洋两岸的合作将会增长。在蒙特卡罗，一位国际发行界的老手、劳力马尔电视公司总经理麦卡尔·索罗蒙宣称，无须依赖美国主要电视网，以生产供应国际市场的节目为主的时代即将到来。当然，大多数参与合拍的国家并未忽视美国生产的电视节目犹如洪水泛滥这一事实。相反，他们希望较少依赖美国节目。有一位制片人称这些节目为来自美国的“闪光的垃圾”。他们还希

望他们制作的节目能够在美国销售。自然，这并非易事，但美国电缆电视的“文艺与娱乐”节目中确有机会。不过，欧洲、亚洲和大洋洲众多国家参与的国际合拍情况极其复杂，本文能做的调查仅仅是冰山的顶端而已。

法国加快步伐

法国为保护它的文化，特别为保护它的语言，人们认为它参与国际电视合拍的可能性最小。而今法国却愿意成为国际影视的一支力量。许多法国公司在国际影视合拍领域积极活动。

欧洲最大的制作中心、以巴黎为基地的“法国音像制作公司”（SFP），已完成15部国际合拍节目。1988年预计能完成7至8部或更多。这个公司目前处在企业私有化的最后阶段。它致力于发展电视电影和电视系列片，这些节目将与美国、加拿大、澳大利亚、香港、西德及意大利等合作拍摄。

该公司国际与商业事务部经理金·德贝认为，国际合拍必然超出单纯的资金合作范围。“起初，合拍是解决经济困难的一种办法，并且存在许多人被拒之门外的倾向”。“现在我们已经进入了一个彼此寻求共同目标的领域。只要参与者可靠，那么国际合拍就能提高一定的声誉”。

法国音像制作公司有三种国际合拍方式，每一种方式都有特定的内容。以欧洲市场为对象、欧洲公司之间的合拍节目，其题材反映欧洲形象。法国与第三世界国家之间的合拍

节目以第三世界为题材，法国为发行对象，有时也在欧洲其他国家发行。法国与美国的合拍节目则强调内容的国际性，以世界各地为发行对象。

最近法国音像制作公司与英国波特曼制作公司及英国“第四频道”合拍了一部侦探片，并制作了法语版和英语版，向世界各地发行。

《Gubi Aba》为法国音像制作公司第二种合拍方式的代表作。它是SFP、法国电视二台和巴西合作、法巴两国的演职员参加拍摄。该片在法国由电视台播出，巴西则在电影院放映。

Telecip是一家巴黎的电视制作公司。国际合拍是该公司的主要业务。最近完成了一部叫做《一个女人的冒险活动》的合拍片，15个国家的公司参加合拍。公司总经理兼该片的联合制片人扎克·德克特称：“这是迄今规模最大的一次国际合拍”。

法国电视二台和加拿大、西德、西班牙以及卢森堡合拍了《不朽之神》。该片在六个国家拍摄，内定1988年完成。法国电视二台与意大利广播公司合拍的《章鱼》也计划1988年完成。

法国电视一台与一家南非公司以及英国、加拿大、意大利、西德等正在合拍一部十三集的电视系列片，片名暂定《遗产》。该片已经在南非开拍，预计1988年5月前完成。这部电视片生动描写了19世纪生活在好望角葡萄酒地带的一个法国家庭。

Telecip是刚成立一年的欧洲合拍与发行俱乐部(Vision)的一个成员。其他成员还有：一家主要的英国地区广播公司

(HTV)，法国主要发行公司FMI，西德《吕贝克》电影公司(Libik Films)，意大利兰辛电影公司(Racing Pictures)。这个集团正在为1988年完成两部系列片积极工作。一部打斗片，片名《蝎子》，共13集，每集35分钟。另一部叫《葡萄熟了》，是供黄金时间播出的肥皂剧，共13集，每集55分钟。

法国电视一台(TF1)正在私有化过程中，它不得不中断合拍业务。然而该台已有《轰炸竞赛》、《枪痕》、《希望之谷》等片的合拍经验。

一位主要编剧菲力浦·韦非勃雷说：“国际合拍是文化、艺术观点、语言以及接近的混合物。协议是根本的。其结果每个参与合拍的国家应当能从中发现一些属于它自己的东西。如果牺牲太大，就会出现问題。”

去年法国电视三台生产了四部重要的国际合拍片。它与合伙人—电视七台—通力合作，今年计划生产更多合拍片。电视七台是一家制作公司，至今尚未正式开播。法国电视三台与FRG、瑞士电视网联合拍了《布列塔尼的黑金》，还与英国、美国制片商合拍了《弩》。

至于法国电视二台，它的合拍片有《眼泪的旅程》、《柔情蜜意》、《章鱼》等。

意大利——公众和私人的有力推动

意大利广播公司把国际合拍作为发展民族特性的手段，它从来不跟着美国系列片的概念随波逐流，在应用古典文学名著或文学剧本发展其独特的社会问题方面取得了成功。意

大利广播公司电视一台与法国电视二台、西德电视二台、西班牙电视台、奥地利广播公司合拍的六集电视系列片《章鱼》便是完美的典范。

《章鱼》的第三集已经完成，意大利广播公司已把它摆在蒙特卡罗市场推出。第四集正在制作。该片紧紧围绕日益猖獗的黑手党的国际犯罪活动，通过迈克尔·普莱西扮演的主角——警官的冒险行动，有力地揭露了黑手党的种种罪行。这部电视片不仅在意大利和合拍伙伴国，而且在其他国家取得了极大的成功。

意大利广播公司负责合拍节目的西格奥·西尔瓦说：“我们生产两种不同类型的节目。一种针对欧洲市场，另一种针对讲英语的国家，主要是美国”。“对进入欧洲市场的节目，我们在拍摄时让演员讲他或她自己国家的语言，然后用意大利语复制一条声带。最后完成版交给我们的合伙人，由合伙人再做本国语言的拷贝或加字幕。这种制作方法对欧洲国家不存在任何困难，因为欧洲人素有翻版影片的习惯。”

但是，西尔瓦认为美国市场的情形就不同了。以美国市场为目标的节目由熟悉美国观众的演员用英语制作。属于这种范围的节目现在有两部：一部是阿尔贝托·尼格林导演、迈克尔·约克、本·金斯莱、戴维·苏奥尔、特莱·赛瓦拉斯等主演的《撒哈拉的秘密》。另一部科学幻想片叫《宝岛》。该片改编自罗伯特·路易斯·斯蒂芬森的古典小说《公元2300年》，意大利广播公司和法国电视一台、西德巴伐利亚电视台合拍，安塞尼·道森执导，安塞尔·金主演。

据意大利广播公司的对外销售公司经理塞斯托·西弗拉说，合拍正在取得成功。《哥伦布》、《我和墨索里尼》、

《马可·波罗》已经销往美国市场。其他节目也大有希望，如意大利广播公司电视二台、法国电视二台、西班牙电视台和特雷蒙明星公司合拍的《加里波底之帅》，意大利广播公司电视一台、特雷辛普公司、西德贝他电影公司和西班牙电视台合拍的《侦探》。

美国作家欧内斯特·海明威的作品仍然受到关注。意大利广播公司电视三台与西尔维亚·贝鲁斯柯尼制作公司等计划合拍传记系列片，与贝他电影公司、英国、法国、西班牙及美国合拍一部六小时微型系列片。

雷蒂塔里亚公司将与南斯拉夫、西班牙、法国合拍《Hem》。这部电视片将耗资1000万美元。它还与欧洲制作伙伴合拍另一部微型系列片《维也纳最后的华尔兹》。

英国——既谨慎又积极

通过合资和国外预售等渠道，每年有5300万美元的资金流入英国电视制片商的金库。用一位合伙人的话说，尽管生产成本继续上涨，这些交易却极为常见。

英国最大的广播公司——英国广播公司，1987年预计从180个左右的国际合拍和合资合同节目的销售中获得2200万美元的纯利。该公司的业务活动越来越多地进入美国公共电视和有线电视的“艺术和娱乐节目”。

1982年属于商业电视的第四套节目开播以来，积极同独立制片商合资制作节目。这些独立制片商生产的节目占该台节目的1/3。该台联播节目的资金为1.5亿美元，其中1500万

美元来自合伙人。当然这些合伙人并非全是外国制片商。

独立电视公司是一家集团公司，每年从预售和经营合拍能挣得差不多1500万美元。但是，它对海外节目销售和国内电视经营所取得的利润采取不同的税则，许多合伙人被搞糊涂了。

到目前为止，第四套节目在欧洲合资领域，特别在西德，跨出了有积极意义的一步，使欧洲合资市场的资金每年增加300到450万美元。第四套节目也是欧洲国际合拍俱乐部成员。该俱乐部由意大利广播公司、奥地利广播公司、西德电视二台等掌舵。“第四个频道”节目供应部主任科林斯·雷芬斯承认，“对这个俱乐部下结论为时尚早，它们到达顺利发展的时间，可能比我们预料的要长一些。”

制片商们承认，有时他们会被合拍的创造性的妥协弄得迷惑不解。英国广播公司电视部剧主任乔纳森·鲍威尔说：“合拍可能会导致一些非常现实的摩擦。我们生产的电视剧中只有少数算得上真正的合拍。签订实质性资金协议的人们肯定希望有最后的限制性条款。”

尽管矛盾重重，但所有的合伙人都期望合拍能对英国广播公司和独立电视公司产生影响，能在政府监督下成为独立制片人。英国广播公司和独立电视公司也将会效仿第四频道，担当独立制片商与外国合伙人之间的桥梁。英国广播公司的合拍主管约翰·雷诺茨已提出这样的政策，它准备给商业节目出资人提供播出信贷。假如这是给独立制片人增加资金的唯一办法，那么2年前这是不可思议的。电视节目商业化又前进了一步。

欧洲的卫星电视广播和语言转换

前 言

目前欧洲使用的语言种数，人口在2万以上的大约有60种。其中人口在200万以上的约30种，包括欧洲的主要国家在内。

西欧各国的语言大约有12种。在使用人口和语言文化方面占主导地位的有英语、法语、德语、意大利语、西班牙语、荷兰语六种语言（参看表1）。这6种语言，在欧洲各国的广播领域有很大的影响力。

现时在西欧各国，大约有20个广播机构拥有全国性电视广播网，各有二至三套电视节目。它们使用的语言大部分都属于上述6种语言中的一种。

从国家数量来说，欧洲大陆的西部就有21个国家互相毗邻，可是在广播方面，迄今为止还局限于以地面传送为主的方式，所用语言仍保持在各国国境范围。

但是，这种状况将发生巨大的变化。“超越国境的电视时代”已经莅临西欧，今后也将日益发展，其动力就是新传播媒体。其中传送型通信卫星和由它联接成网的都市型电缆电视和即将发射的欧洲广播卫星将发挥巨大的效能。

由于通信卫星将各国的电视节目向电缆电视传送，所以

电视观众可以即时收看国外的电视节目。80年代初期,在卫星联接的电缆电视开始发展的同时,欧洲电视广播已经超越国界。现在,卫星电视广播业务,将进入第二阶段,即提供可以直接收看的卫星直播电视节目。这样,欧洲各国在电视方面的国界就更加低矮了。

表1 西欧的主要语言与使用人口(单位=1000人)

语 言	使用人口	主要使用国
德 语	9,200	德意志、奥地利、瑞士
英 语	5,900	英吉利、爱尔兰
法 语	5,500	法兰西、比利时、瑞士
意大利语	3,300	意大利
西班牙语	2,400	西班牙(以及中南美)
荷 兰 语	1,900	荷兰、比利时
葡萄牙语	1,000	葡萄牙(加巴西)
希 腊 语	950	希腊、塞浦路斯
瑞 典 语	850	瑞典
丹 麦 语	500	丹麦
芬 兰 语	460	芬兰
挪 威 语	409	挪威

从1987年到1988年期间,西德和法国将发射电视广播卫

星 (TV-SAT 和 TDF 1)，接着还有卢森堡的中功率广播卫星 (ASTRA)，以及北欧国家的实验广播卫星 (TELEX)，这样就形成了欧洲卫星电视时代。

西欧有10种以上的语言，大略划分一下，也还存在着6个语言区，这些语言都通行在一定的地区范围之内，给卫星电视的欧洲化带来很大的局限。因此适应欧洲各国各式各样的需求，成为迫切的问题。

其中，解决语言障碍是一大课题。也就是将日益增多的外国电视节目的声音以及文字信息，如何正确而高效率地转换为本国语言、文字的问题。正式的卫星电视广播业务开始时，卫星节目的语言转换，和以往的进口节目的翻译，在方式方法上自然有所不同。

以欧洲广播联盟为中心的西欧各国，准备采用MAC多路播出的卫星专用传送装置。经过改进，目前最好的是英国的C-MAC，和西德、法国采用的D2-MAC方式（据传也可能采用D-MAC方式）。MAC方式是声音信号多重播出，传送容量比以往的电视播出方式多，可以同时送出几个频道的声音信号。C-MAC和D-MAC两种方式可以用于6个频道，D2-MAC可用于4个频道，因此可以同时使用4至6种语言播出。从理论上说，它已经使为泛欧服务的多种语言电视广播成为可能。此外，声音频道也可以转作图文电视，将多种语言用字幕叠印方式显示在画面上。

目前的问题，主要是节目制作成本问题。随着节目市场的扩大，需求量增加，节目制作费用在逐年增高。以英语节目为例，大部分以本国观众为对象的单一语言节目，在目前的市场规模下已经到了难以收回成本的程度。例如欧洲共同体

各国,总人口约3.3亿,但所用语言为10种以上,有的语言市场很小。另外,进入80年代以后,西欧公营广播垄断体制走向下坡,改为同私营广播并存的局面。这意味着节目市场的竞争,在有限的广告市场内相互争夺。结果导致所有广播机构的财源都不稳定,难以增加节目制作预算。

在经济压力下,各国相应增加进口已有的外国电视节目,从而语言转换的需要也日益增大。进口节目是消极的降低成本的办法,积极的对策是多输出本国节目以提高收益,但同样需要语言转换。另一种办法就是两国或多国合制节目。因此语言转换问题将起更大的作用。

语言转换方式

西欧各国的电视节目,现在每年约达150万小时,其中50万小时是从国外进口的节目。卫星广播时代的到来,就一般家庭来说,收看外国电视节目将是平常的事,因而关于语言转换方面,当然和以往也有所不同,但其基础仍不外乎现在使用的转换方式。表2所示是现在各国应用的语言转换方式,大致可分为声音和文字两种。

口形配音是用声音进行语言转换的代表方式,即配合画面的口形动作,用外语配音的方法。最初的、最简单的方法是拿着脚本在后台随着画面进行同声传译,或翻译后播出声音,也有的由播音员或演员朗读解说词译文。

字幕叠印方式

字幕叠印就是用文字进行语言转换，对图文电视有重大价值。将文字叠印在通常的电视画面上的方法，各国已经在对失听者广播中应用。文字广播的最大优点就是迅速。在欧洲制作文字广播稿是很快的，像在西德等国晚间的主要新闻、体育节目的转播，都同时采用文字广播方式播出。在翻译方面，由于欧洲各国语言的接近和使用拉丁字母，同声传译更为方便而且流畅，精确程度很高。

字幕叠印，多语言国家所采用的有逐句译、详译和简译，以及译关键字句等不同作法。字幕叠印对节目本身的原来形象没有妨碍，但对观众来说，一面看画面，还要读字幕，不但增加疲劳，而且还有因注意字幕而漏看画面动作的情况，因此对字幕所使用的字句就要特别下功夫。此外，一幅画面上的字数行数受限制，既要适应画面的长度，又要能充分看清画面，文字一定要生动、简短，内容充实。

配音方式

配音的电视节目没有边读字幕边看画面的问题。但是为了和画面上的口形一致，语言文字必须充分加工。特别是出现不同国家的方言时，不仅翻译上费力，口形配合也是难事。配音方式的最大难题是表现原作的气氛。对字幕叠印来说，能够理解原文即可，即便翻译上出点偏差也可掩饰过去。可是配音方式，配音演员的语音韵调是表达节目内容的唯一手段。翻译的繁琐，或者是为了配合口形而大力加工，会显著影响或改变原作的内容，以至难以理解。几年前，西