

21

现代策划学丛书

21世纪高等院校策划专业核心教材系列

影视创作与营销策划

Yingshi Chuangzuo Yu Yingxiao Cehua

田长广 编著

余明阳 总顾问

新编现代策划学
策划案例精选
常用策划书创作
广告公司运作策划
现代策划实战技法
影视创作与营销策划
历代策划案例选
新编融资策划
创造与策划新编

ideas



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

J904/4

2008

21 世纪高等院校策划专业核心教材系列

影视创作与营销策划

田长广 编 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

这是一本专门研究当代影视创作与营销策划基础理论的书籍,本书从多个角度和层面对影视策划理论和方法做了一次深入的、探索性的研究,首次将策划思想和理论导入影视创作与营销领域。本书涉及了当今影视策划人所急需了解的影视策划领域中最主要、最实用的知识,涉及面广,选题较新。

本书主要内容有:影视策划概述,影视语言与画面,电视节目的选题、策划,剧本创作,电视节目制作、管理、运作,综艺节目策划,电影、电视的营销策划及宣传炒作,电视宣传策划及剧本创作等内容。

本书具有由浅入深、循序渐进、浅显易懂的特点,可作为高等院校策划类专业、广告学专业、影视专业的教材,也可供影视行业、广告行业的从业人员作为参考书,同时也可供影视爱好者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

影视创作与营销策划/田长广编著. —北京:北京大学出版社, 2008.6

(21世纪高等院校策划专业核心教材系列)

ISBN 978-7-301-12985-2

I. 影… II. 田… III. ①电影市场学—高等学校—教材②电视剧—市场营销学—高等学校—教材
IV. J943

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 192104 号

书 名: 影视创作与营销策划

著作责任者: 田长广 编著

策 划 编 辑: 胡伟晔

责 任 编 辑: 郑 谧

标 准 书 号: ISBN 978-7-301-12985-2/G · 2223

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765126 出版部 62754962

电子邮箱: xxjs@pup.pku.edu.cn, hwy@pup.pku.edu.cn

印 刷 者: 河北涿县鑫华书刊印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×1092 毫米 16 开本 19.75 印张 430 千字

2008 年 6 月第 1 版 2008 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪高等院校策划专业核心教材系列

编 者 田长广

总顾问 余明阳

顾 问 (排名不分先后, 以姓氏笔画为序)

王 克 陈 放 陈国庆 郑建平 罗 立

梁中国 顾永芝 黄庆生 章 琦 舒咏平

委 员 马立军 王海军 王玉娟 田 敏 刘建勋

汤 蓉 朱桂元 朱秀玲 陈金海 何 萍

吴 波 杨 飏 林 森 郭井立 郭玉良

唐恒青 袁少华 钱正峰 韩进军 韩 平

窦维平

序

由中国资深策划人、三江学院策划系副主任田长广高级策划师主编的“21 世纪高等院校策划专业核心教材系列”在北京大学出版社正式出版。作为丛书的总顾问和策划界的同仁，我表示由衷的祝贺！这无论对于中国的策划界还是对于中国的高校教育都是一件大好事。

策划是人类的一种智慧劳动，是人有别于其他生物物种的核心标志。从这个意义上讲，策划活动伴随着人类发展的全过程，正是各种富有创造性的策划使人类逐步摆脱蛮荒走向文明。然而，作为一门学科，策划学的发展却非常年轻。由于策划活动充满着创造性，使得其内在规律的寻找显得非常困难，以至于有人认为策划无规律可循，策划无学。这种观点严重影响了中国策划事业的发展，没有科学指导的实践是盲目的、随意的、难以复制的。因此，中国的策划界非常需要理论的探讨和学科的建构。

此外，中国的高等院校也在面临着全面的改革与转型，如何使学科设置更加符合现代社会的需求，使我们的教育能更好地为社会的发展服务，在就业严峻的形势下真正培育出对社会建设有用的人才才是高校工作者必须面对的问题，也是迫在眉睫的问题。

田长广老师把策划理论作为一门综合性边缘学科进行研究，在纷繁复杂的策划案例中提取理论体系，并将这种理论体系沉淀为可以复制的规律和方法，从而指导策划实践、提升策划水平。丛书的出版无疑是田长广老师多年来潜心研究和探索成果的集中体现。尤为难能可贵的是，田长广老师在三江学院院方的支持下，与一群志同道合者于 2001 年 3 月率先创立了三江学院策划系，将策划理论外化为高等教育的专业培养，为高校改革尤其像三江学院这样历史较短、机制较新的新型高校拓展办学思路闯出了一条路子。

我和田长广老师的交往已有很多年，记得我在南京大学商学院作报告时田长广老师便是这一活动的重要组织者和热心参与者。后来，在马鞍山市我借讲学的机会和田老师做过很深的交流，在上海中国策划师年会上又就中国策划理论的建构问题和中国策划人的素质问题进行了广泛的讨论。在我的印象中，田老师是一个极为执著的人，他对策划的痴迷的确令人感动。为了这份挚爱，多年来他笔耕不辍，查阅了大量的资料和文献，同时将掌握的理论和社会现实需求紧密结合。有志者事竟成，终于取得了今天这份沉甸甸的硕果。这一套丛书的出版在很多方面为中国的策划界提供了许多原创性的成果，这必将对于中国策划事业的发展产生重大的推动作用。因此，当田老师邀请我为丛书作序的时候我欣然答应下来。我愿意为田老师的执著叫好，为这套丛书作推荐。是为序。

余明阳

2007 年 3 月 26 日

（余明阳：国际信息科学院院士，中国公共关系协会常务副会长，中国策划研究院终身院长，上海交通大学品牌研究中心主任、教授、博士、博士生导师）

前 言

策划作为人类的高级思维活动，是人类智慧的发挥和升华。在人类社会发展的历史长河中，策划铸造了无数非凡的业绩，成就了人类社会的无数卓越和辉煌。

泱泱大国，巍巍中华，在中华民族数千年的文明发展史中出现了许多灿若繁星的策划人和策划家，诸如姜尚、曹刿、伍子胥、孙武、范蠡、孙臬、蒙恬、项羽、张良、韩信、司马懿、曹操、诸葛亮……

“策划”一词最早出现在我国古代南朝宋范晔的《后汉书·隗嚣传》中的“是以功名终申，策画复得”的要句。其中的“策画”与今天的“策划”相通，“画”亦作今天的“划”（《辞海》1980年缩印版1885页）。公元前317年，我国的策划名著《鬼谷子》一书中，开篇第一章里鬼谷子就开宗明义地发布了创建策划大业的宣言，申明鬼谷子的神圣使命是“筹策万类之始终”，“筹策”即筹谋、策划。

今天的策划在政治、军事、经济、外交、教育等诸多领域发挥着极其重要的作用，已为全世界所公认。当今世界离不开策划，国家离不开策划，各行各业各个领域都离不开策划。策划已融入了我们的生活，这是不争的事实。策划改变着我们的命运，策划使我们不断走向更加辉煌的明天。

策划的巨大力量和价值正逐渐为全世界所重视，为世人所瞩目。人们正从新的角度和新的层次来认识和实践策划，使这一古老而又充满着无限生机的行业得到了惊人的发展。策划业迅速在全世界崛起。

据不完全统计，目前美国从事策划咨询业的各类公司和机构已超过了5,000家，从业人员已超过20万人，年营业额在50亿美元左右。日本紧随其后，策划机构已超过6,500家，遍及日本各地。在我国，目前的策划机构也已达到15,000家，从业人员已超过300万人，并且随着市场经济的发展，呈现出了强劲的增长势头。

策划业在全世界的迅速崛起证明了策划的巨大功效和无限光明的前景，随着我国加入世界贸易组织，策划业迅速与国际接轨，可以预见在未来的社会发展中，策划业必将成为一种智慧产业，而且是社会急需且又具有低投入、高效益的产业。随着市场经济的蓬勃发展，它将会更加迅速地在我国得到飞速发展。

创立中国的策划学理论体系，是一项前无古人的纷繁复杂的浩大工程，它需要各学科的通力合作，并通过长期不懈的深入研究和探讨，不断地丰富充实和提高。随着时代的发展，日新月异的科学技术给策划学的发展带来了前所未有的机遇。

今天我们将策划学作为一门新兴的边缘学科来研究，必须从基础理论研究入手，通

过对策划渊源的发掘,对策划史的纵向分析和对社会各阶层的横向分析,站在宏观的角度,对策划的起源、原理、结构、方法、原则、规律、特征等基本问题进行深入的探讨,并首次将策划学与心理学、社会学、战略学、思维学、预测学、哲学、管理科学、创造学、运筹学、智谋学等学科进行整合,加以综合性分析、整理、提炼、挖掘,并形成一门跨学科的、涉及面广的、大纵深的综合性学科——策划学系统的学科体系和理论体系。

作为一门科学、一种知识,策划离我们并不那么神秘而遥远。策划其实是一种程序,一种设想,一种思维过程,一种围绕某个目标进行创新、创造并谋求获得巨大成功的全过程。有人说,策划就是根据预先的设想进行谋划,针对未来的事情做当前的决策,对未来进行憧憬、描绘蓝图并制订实施方案的过程,也是将各种相关因素进行整合,为谋划达到目标的全过程。

当今时代在变化、社会在变化、世界在变化、中国也在变化,变化的过程就是创造、创新、求新的过程。新从何来?我们说新从策划来。市场经济时代正是策划人才大显身手的时代,也是策划人创造前无古人的伟大业绩的时代。

本套丛书的作者,从中国企业的实际和创建中国特色的策划科学的实际需要出发,根据我国策划理论工作者和高等院校开设策划类专业课程的教学需求,结合高校教学的特点,从不同的方面为切入点进行选题立项,收集并查阅了大量的文献资料,历经数十年的研究、整理、创作、归纳、提炼,形成了较为系统的策划学系统理论。

近年来,策划学的快速发展导致了各类丰富多彩的策划类书籍的繁盛。目前各类策划学书籍内容见仁见智,各有特色,有的重理论,有的重实践,有的重案例,有的将智谋学与新兴的策划学等同,至今还没有一套适用于策划学专业的教科书。为此,我们根据多年的策划实践、教学实践和策划理论研究过程的积累,同时集各家之长,并按教科书的要求编写了这套《21世纪高等院校策划专业核心教材系列》,以应策划学专业教学之急需。

本套教材较之于当今琳琅满目的策划咨询类著作和教材,最为鲜明的特征和价值是它的理论性、实践性、可操作性。它层次清晰、言简意赅、提纲挈领、系统完整,因而它既可以作为企业高层管理者和策划家们开阔眼界、增长知识、提高自身素质和策划能力的案头必备书籍,也可作为全国高等院校策划类、管理类、经济类、广告类首选的专业教材,同时它还是企业高层管理者、策划者的实践范本。我们相信这套教材将使企业管理者、策划者、广告工作者,以及将这套丛书作为教材的高等院校及教育工作者进入一个全新的境界。目标远大、志向高远的经理人、策划人将通过阅读本套丛书,在知识增长的过程中实现全新的飞跃,并带领企业员工创造新的辉煌。

现代策划学的发展是在不断继承前人兵法、智谋学遗产,结合了西方发达国家在这方面的研究成果的基础上发展起来的。在今天经济全球化的大环境、大背景下,策划科

学的发展更是日新月异，我们热忱地欢迎广大读者，尤其是从事策划理论研究和在市场竞争第一线从事策划工作的专家、学者、同行以及将此套丛书作为教材的广大师生提出批评和建议，让我们携起手来共同努力，一起来建设与发展具有中国特色的策划科学。另外，因笔者能力所限，书中难免会出现错误、疏漏的地方，敬请指正。

田长广
2008年春于三江学院

目 录

第一章 影视发展历程及影视策划概述	1
第一节 外国电影的发展历程	1
第二节 外国电视的发展历程	3
第三节 中国电影的发展历程	5
第四节 中国电视的发展历程	7
第五节 影视策划的含义	8
思考题	10
第二章 影视语言与画面	11
第一节 影视语言	11
第二节 画面与场景	20
思考题	26
第三章 电视节目的选题与策划	27
第一节 电视节目策划的三大要素	27
第二节 电视节目的选题原则	28
第三节 电视节目的策划原则	32
第四节 电视节目的策划方法	41
第五节 影视节目策划的过程	50
思考题	65
第四章 影视剧本的创作与策划	66
第一节 剧本策划与创作	66
第二节 剧本的创作程序	73
第三节 剧本创作的常见规律研究	81
思考题	94
第五章 电视节目制作和管理	95
第一节 电视节目的分类	95

第二节 电视节目的制作程序	98
第二节 电视节目制作过程的管理	103
思考题	109
第六章 综合电视文艺节目策划	110
第一节 综艺晚会的主题	110
第二节 综艺晚会的内容	112
第三节 综艺晚会的形式	114
第四节 节庆晚会策划概述	116
第五节 专题晚会策划概述	121
思考题	126
第七章 综合电视文艺节目剧本策划	127
第一节 剧本构想	127
第二节 确定主线和设计节目	131
第三节 晚会剧本创作与设计	133
第四节 晚会结构设计	146
第五节 剧本的语言设计	156
第六节 撰写综艺晚会节目大纲	163
思考题	164
第八章 电视剧的分类及运作策划	165
第一节 电视剧的分类	165
第二节 电视剧的运作策划	174
第三节 运作策划中应注意的几点	179
思考题	184
第九章 电视节目营销策划	185
第一节 电视节目的营销策划原则	185
第二节 电视节目营销市场分析	187
第三节 电视节目市场竞争分析	191
第四节 电视节目的营销策划	196
思考题	204

第十章 电影市场营销策划	205
第一节 电影市场营销策划的定义	205
第二节 电影产品上市策划	209
第三节 影片促销策划	213
第四节 影片营销策划的技法	221
第五节 影片复映的营销策划	229
思考题	235
第十一章 电影分销与促销推广策划	236
第一节 电影分销渠道的分类	236
第二节 发行中间商与放映商	237
第三节 分销渠道的组建	240
第四节 电影促销原则	241
第五节 电影促销的方法	244
思考题	258
第十二章 电影市场营销策划书的创作	259
第一节 电影市场营销策划概述	259
第二节 电影市场营销策划书的内容与结构	261
第三节 拟订营销策划实战的步骤	271
第四节 电影营销策划书的创作（虚拟）	275
思考题	281
第十三章 影视宣传炒作策划	282
第一节 收集影视宣传资料	283
第二节 电影广告词的创作	285
第三节 宣传炒作策划	289
第四节 电影广告宣传策划	296
思考题	300
后记	301
参考文献	302

第一章 影视发展历程及影视策划概述

当今激烈的市场竞争使人们的生活节奏加快,为了更快更准地获取各种信息,人们已从过去传统的读文时代,开始向读文与读图并重的时代过渡,据此,图文并茂的信息传达方式已成为时代的主流。电影、电视的传输方式已被现代人完全接受,电影、电视凭借其图、文、声、像、音乐、3D 动感传输快,容量大的特点,已成为当代人获取各类信息、欣赏各种艺术、陶冶心情、丰富物质和精神文化生活的首选媒体,她已成为人们生活中必不可少的东西。影视策划正是针对影视媒体的功能和特点,结合策划的核心是创造、创新,智谋的特点,将影视与策划两者进行融合,使影视的功能与作用得到极大的发挥,更好地为社会主义市场经济服务,为社会主义的精神文明,物质文明和生态文明建设服务,为建设社会主义的和谐社会服务。

第一节 外国电影的发展历程

1888 年,马莱制造出了世界上第一台电影摄影机,他首先用软片拍成了效果良好的影片。其后,英国的勒普朗斯、格林,美国的爱迪生、荻克逊,法国的卢米埃尔兄弟等人又对电影摄影机做了许多改进和创新,电影摄影机便日趋完善了。

1895 年由卢米埃尔兄弟制作的影片在世界上第一次公开放映,他们拍摄了世界史上的第一部影片《工厂大门》。

在电影发展的最初 10 年中,特别值得一提的是鲍特和格里菲斯,他们为美国叙事电影的发展开辟了道路。在这一时期,美国的喜剧叙述形式也应运而生,出现了一批杰出的喜剧演员,查理·卓别林无疑是喜剧片艺术家们的杰出代表。

19 世纪 20 年代后期的无声电影,经过格里菲斯、爱森斯坦等人的卓有成效的努力,已经发展到了接近完美的程度,就在这时,声音进入电影,给电影艺术带来了新的变革,1927 年美国拍摄的《爵士歌手》是有声电影诞生的标志。在 20 世纪 30~40 年代,美国好莱坞电影业的发展进入了一个“黄金时代”,无论人们对它的评价如何,好莱坞电影在世界电影史上留下了辉煌的足迹。

意大利新现实主义电影在第二次世界大战之后的兴起,成为西方电影在这一时期最为重要的电影现象。这是一次从内容到形式的彻底的美学革命,是继先锋主义电影运动

之后的,在世界电影史上所出现的第二次电影美学运动,它对于世界电影的发展产生了极其深刻的影响。

意大利新现实主义最重要和最具有代表意义的作品与作者有罗西里尼拍摄的《罗马,不设防的城市》,维斯康蒂拍摄的《大地在波动》,德·西卡拍摄的《偷自行车的人》,以及德·桑蒂斯的《罗马十一时》。

1951年,黑泽明的《罗生门》问世,“一飞冲天”征服了西方,轰动了世界,使得日本电影在国际影坛上骤然提到了显著的地位。在以后的几年中,日本电影无论在任何一个地方的国际电影节上都能获奖。

1958年,当克罗德·夏布洛尔的影片《漂亮的塞尔其》和让·鲁什的影片《我这个黑人》等一批较新颖的影片纷纷出现在法国银幕上的时候,法国《快报》周刊的专栏女记者法朗索瓦兹·吉鲁,第一次使用了“新浪潮”这个名词来谈论当时的法国电影。就连阿仑·雷乃拍摄的《广岛之恋》也被算作了“新浪潮”的影片。

在法国“新浪潮”电影运动的美学观念的冲击下,世界各国电影或迟或早地都在产生着新的变化。而在这一变化中,最引人注目的是出现于上世纪六七十年代的新好莱坞电影与新德国电影的变化。它从更普遍的意义上证实了法国“新浪潮”时期电影美学革命的真正意义。

所谓“新好莱坞”指的是从1967年—1976年,这样一段时间。好莱坞电影在经历了意大利新现实主义电影和民族电影兴起的影响之后,在经历了法国新浪潮的冲击之后,在经历了自身从20世纪50年代到60年代的商业影片制作的衰退与电视对电影制作的冲击之后,于60年代后半期和70年代,开始对近亲繁殖类型的电影从形式到主题进行了“反思”。

德国新电影运动则是德国电影危机的产物,它标志着世界电影的成熟及其综合发展期的开始。

欧美以外,大洋洲、亚、非、拉各地电影近年来也在迅速发展,不少影片在我国深受欢迎。特别是印度片,如获1959年戛纳最佳故事片奖的《流浪者》,形象生动地说明了人的性格习惯不是由血统而是由环境教育决定的真理。

上世纪90年代以来,电影正在大踏步地进入电子计算机时代。高科技以极其逼真的艺术手段和极富想象力的表现手法,极大地增强了电影艺术的魅力。如在美国影片《阿甘正传》中,主人公居然与肯尼迪总统促膝长谈;《真实的谎言》中,庞大的战斗机在一座座摩天大楼之间横冲直撞;《侏罗纪公园》里出现了恐龙和始祖鸟,这一切都归功于电子计算机。尤其是《玩具总动员》这部三维动画片更是没有动用一人一笔,完全是由1500多个电子计算机制作的镜头组成。可以说,高科技给影视艺术带来的巨大影响,现在仅仅只是初露端倪。

第二节 外国电视的发展历程

外国电视艺术的发展是建立在电影发展的基础上的,与电影发展的历史相似,至今已形成了不同的艺术流派。国外电视艺术的发展,经历了孕育、诞生、发展、繁荣四个阶段:

一、孕育准备时期

1929年以前为电视艺术的孕育准备时期。

人类对电视技术的设想与研究远远早于电影,只是后来因为受到电子技术的限制而停滞不前。于是电影后来者居上,一跃占据了视听艺术的首把交椅。从19世纪一直到20世纪20年代末,是电视技术的研究开发期,由此,电视作为一种有效的信息传播媒介在理论及实践上逐渐成为可能,最终为电视艺术的诞生与发展奠定了坚实的物质技术基础,为电视艺术作为一种独立的视听艺术新形式的最后确立做好了准备工作。

二、诞生与起步阶段

1929年—1954年为电视艺术的诞生与起步阶段。这时期的电视艺术处于早期的黑白电视传媒阶段,传播方式多以直播为重要特征。英国称得上电视艺术的发祥地,是世界上最早开始电视转播的国家。1930年,第一部电视艺术片在此播放,标志着电视艺术的诞生。本时期的电视艺术表现出的最显著的艺术特征便是它的戏剧性,尽管仍显得比较粗糙、简单。

美国、法国、前苏联的电视转播都稍晚于英国。法国于1938年正式开播电视节目,1939年,美国、前苏联也分别正式进行了电视开播。德国虽于1935年在柏林进行过电视试播,但效果极差,以失败告终,直到1939年才重新开始电视节目的试播。

三、初步发展时期

1954年—1964年为电视艺术的初步发展时期。这时期一个外在标志便是彩色电视的加入,这大大提高了物像信息保真度,并最终获得了自己的独立的艺术风格。

1958年录像磁带的出现,以及彩色电视的应用,更给予电视艺术的发展以新的活力,使电视艺术得以努力摆脱其他艺术的负面影响,多维度地探索自己的艺术表现手段。

美国的电视艺术在彩色电视时期已经开始显示出它的优势。1954年,美国采用本国

研制的 NTSC 制（点描法彩色电视技术标准）开始在全国范围内正式播送彩色电视节目。荧屏艳丽的色彩使电视艺术的魅力大增。1956 年，美国又成功研制出电视录像设备，使电视艺术摆脱了直播的枷锁，从而为电视艺术的发展开辟出更为广阔的天地。

在这 10 年内，由于电视艺术的突飞猛进，特别是彩色电视发射与接收系统和录像设备的研制成功并正式投入使用，给电视艺术的发展又提供了更新的生命活力。

此外，上世纪 60 年代初的新型轻便手提式摄像机的应用，使摄像机真正走上街头，在电视剧艺术中充分体现了新现实主义的美学理想，极大地促进了电视艺术的发展。

四、繁荣成熟期

1965 年以后为电视艺术的繁荣成熟时期。20 世纪 60 年代电视作为信息传媒已进入以卫星传播为主的多网络传播期，从而使人类跨入了电子图像与文字符号并驾齐驱的时代。家用录像机与盒式录像带的普及，更为电视艺术的发展提供了无限广阔的艺术天地。进入 90 年代以后，电脑在电视艺术中的广泛应用，更使电视艺术发生着一场翻天覆地的艺术革命。

1964 年，美国发射了一颗同步静止卫星。1965 年 4 月 6 日，美国发射了第一颗国际商业通讯卫星。同年 4 月和 8 月，原苏联也先后将两颗通讯卫星送入太空。电视发展史从那时起掀开了崭新的一面。同时，由于有线电视的抗干扰性能强，图像清晰度高、频道多、选择范围广等优点，这一技术因而也得以飞速发展。

美国的电视艺术发展的重点是在电视剧。从 70 年代开始，美国各大广播公司每天都要在“黄金时间”安排 1~2 小时的电视剧。

英国 60 年代以后的电视剧创作出现两个明显特征：一是录用非职业演员，强调生活“本色”；二是朝连续剧和系列剧方向发展。但从根本上来看，以电视剧为主体的英国电视艺术，一直同舞台剧保持着较为密切的关系。

苏联的电视艺术大体上经历了三个发展阶段。早期的电视剧也极为强烈地受到舞台剧的影响。60 年代以后，人们开始在电视创作中有意地引进电影制作观念，重视镜头组接。80 年代以来，原苏联的一些电视艺术家开始探索新的表现方式，他们相当重视电视艺术的“电视性”这一根本特征，强调电视艺术创作要服从电视这种大众传媒的传播特征。

1953 年开播电视的日本是亚洲最早的电视传播国家，比较富有自己民族的特色。

回顾世界电视艺术的总体发展历程，我们不难看出，电视艺术的每一步发展都离不开与之同步前进的科学技术的发展，正是不断发展的科学技术，一步步使电视艺术成为一门独立的艺术样式，并不断为之开拓着新的艺术领域。同时，我们也可以发现，电视

艺术的产生、发展乃至繁荣,也与戏剧、电影等姊妹艺术有着扯不断的联系,在吸取其他艺术样式的经验基础上,电视艺术不断吐故纳新,开拓着属于自己的一片艺术园地。

第三节 中国电影的发展历程

1895 年电影诞生,次年即传入中国。1905 年,北京丰泰照相馆为了抵御外来文化,将中华国粹、谭鑫培主演的京剧《定军山》拍成了中国第一部电影。1913 年,上海“新民公司”承包美国“亚细亚影业公司”拍成中国第一部短故事片《难夫难妻》。1921 年 7 月 1 日公映的《阎瑞生》被认为是我国第一部现代故事片。

1930 年“联华公司”成立,以扭转电影界错误方向为己任,被称为“新派”。1931 年 3 月 15 日推出我国第一部有声电影《歌女红牡丹》。

国民党的“中国电影片厂”于 1938 年拍出了歌颂上海抗战真人真事的《八百壮士》和表现民族团结抗日题材的《塞上风云》,以及 1941 年“中央电影摄制场”反映中国空军不畏强敌勇于牺牲的《长空万里》等抗日影片。

抗战胜利后,上海电影界进步人士受周恩来委托于 1946 年成立“联华影艺社”,后扩大为“昆仑影业公司”,3 年拍出 10 部进步影片,最成功的是《八千里路云和月》与《一江春水向东流》。

建国之初,迅即拍成《赵一曼》、《白毛女》、《钢铁战士》、《新儿女英雄传》及在第五届开罗维发利国际电影节获奖之作《中华儿女》,以及《南征北战》、《智取华山》等一批影片;1954 年—1955 年间拍成《渡江侦察记》与《平原游击队》等片及第一部彩色戏曲片《梁山伯与祝英台》;1959 年,为向国庆 10 周年献礼,电影界创作出《青春之歌》、《万水千山》、《林则徐》、《五朵金花》等 37 部影片和当年在国际获奖的我国第一部彩色宽银幕影片《老兵新传》;1962 年—1964 年,《小兵张嘎》、《红日》、《甲午风云》、《早春二月》和第一部立体片《魔术师的奇遇》等标志着中国电影新水平的影片的诞生。

党的十一届三中全会后,各项工作都迎来了灿烂的春天,电影也开拓了新的局面,故事片《小花》获得高度评价。1980 年,“百花奖”恢复,并开始了由中国电影家协会专家评选、一年一度的专业性评奖“金鸡奖”。《天云山传奇》获第一届最佳故事片奖。当年,生产故事片近 70 部,青年导演的作品占 52 部。接着,一部又一部青年导演的作品如《沙鸥》、《邻居》、《人到中年》、《女大学生宿舍》、《城南旧事》的投产、上映、获奖,直到 1985 年上映并先后在英、法、美、瑞士电影节获奖的反映黄土高原上一家农民悲惨命运的《黄土地》和《黑炮事件》形成了“探索片”的热潮并标志着“第五代导演”

新人崛起的成功。老一代执导的新片如《西安事变》、《牧马人》、《高山下的花环》也在 80 年代不断涌现。继大陆与香港合拍的《少林寺》后掀起了 80 年代的“武打片”热潮。

1995 年,《红樱桃》等片和“第六代导演”曾一度成为热门话题。1996 年 3 月,中央在长沙召开全国电影工作会议后,《孔繁森》、《较量》的上映深获好评。1997 年 3 月,总结“9550 工程”精品战略情况,描写 1947 年刘邓大军转战大别山的史诗巨片《大转折》的拍摄成就使世人震惊。

下面再简单介绍我国台湾和香港电影业情况。

1956 年台湾地区戏曲片《薛平贵与王宝钏》上演造成一时轰动。20 世纪 60 年代被称为台湾影坛的黄金时代,首先是 1963 年邵氏公司的“国语片”《梁山伯与祝英台》的空前轰动,打破了西片的市场垄断。加上《婉君表妹》、《烟雨濛濛》等“琼瑶热”的言情片的兴起,特别是 1968、1969、1970 三年台产国语片一再列为香港卖座片冠军。70 年代新出现的政治宣传片除少数“反共”片外,引人注目的是 1974 年出品的抗日将领张自忠将军传记片《英烈千秋》和以上海“8·13”真人真事为题材的《八百壮士》(曾在“亚洲影展”获奖),以及林氏家族题材片《香火》和表现残疾青年事迹的“励志”片《汪洋中的一条船》等三种类型。武打片曾一度占全部产品的 40%。继《小城故事》之后,反映台湾下层人民生活的“乡土电影”也曾盛行一时。80 年代兴起了“新电影”浪潮,代表作如以阿美姑娘的失足与觉醒来表现台湾都市生活的丑恶面貌和友情与爱情的纯朴真诚的《搭错车》。台片继在法国、荷兰影展获奖后,《悲情城市》又在 1989 年威尼斯国际电影节获金狮奖。

1993 年又出现了一批新锐导演,有人称为“第二浪潮”。取材不再局限于台岛,有世界性的倾向。

香港拥有 50 来家制片厂,最大的有长城、凤凰和新联(粤语)等几家。1957 年由邵逸夫创办,1961 年已有十余座摄影棚的邵氏兄弟影业公司在 70 年代前雄居榜首。70 年代后“嘉禾”崛起,与邵氏共领风骚。组合成立的“银都”规模更为扩大。80 年代群众性电影团体有大学生活电影会、火鸟电影会和香港电影文化中心等好几家,出版《电影》《中外影画》等刊。1983 年成立了具有相当水平的学术团体“中华电影学会”。

1990 年前后,香港功夫片和功夫明星享誉欧美。1994 年京港合拍的《霸王别姬》、1995 年“新浪潮”重要代表许鞍华的《女人·四十》和 1996 年《太阳有耳》等片先后在美、英、法、德、瑞士、日本获国际奖。1995 年开拍的《花帜》拉开了京港合拍电视剧的序幕。

香港电影与经济迅速发展关系密切。历年累计总产已达 8 000 部,仅次于印度、美国、日本而被称为“东方好莱坞”。