

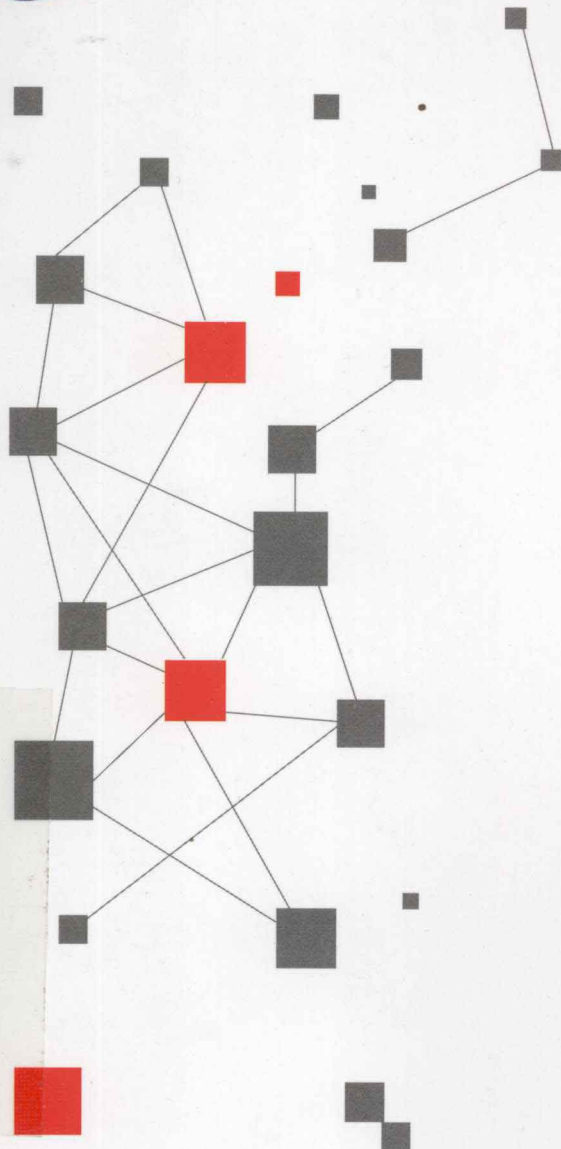
NEWS

普通高等教育新闻传播学

“十二五”规划教材



浙江省重点教材建设项目



GUANGBO DIANSHI GAILUN

广播电视概论

王哲平 赵瑜 主编



化学工业出版社

普通高等教育新闻传播学“十二五”规划教材

浙江省重点教材建设项目

广播电视概论

王哲平 赵 瑜 主编



化学工业出版社

· 北 京 ·

本书密切追踪广播电视发展的最新实践和媒介融合的最新理念,充分吸纳媒介实务的最新案例,全面系统地介绍广播电视的基础知识和主要业务,着力阐述广播电视观念的演变、广播电视的传播规律、广播电视节目的类型与特征、广播电视的经营管理、新媒体技术的运用等核心内容。

本书是一本广播电视基础性的最新教材,可供高等学校新闻传播、广播电视院系的相关专业教学使用,也可供高职高专院校新闻传播类专业教学使用,还可作为广播电视从业人员培训和职业资格考试教材。

图书在版编目(CIP)数据

广播电视概论/王哲平,赵瑜主编. —北京:化学工业出版社, 2011.1

普通高等教育新闻传播学“十二五”规划教材

浙江省重点教材建设项目

ISBN 978-7-122-08439-2

I. 广… II. ①王…②赵… 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(2010)第 258420 号

责任编辑:唐旭华

文字编辑:刘阿娜

责任校对:宋 玮

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社

(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:北京云浩印刷有限责任公司

710mm×1000mm 1/16 印张 20½ 字数 426 千字 2011 年 1 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 35.00 元

版权所有 违者必究

随着信息全球化与社会媒介化,中国的新闻与传播学教育事业大发展,至2009年底全国已有800多所大专院校设有“新闻学与传播学”一级学科下属的新闻学专业、或传播学专业、或广播电视新闻学专业、或广告学专业、或编辑出版学专业。相比新闻与传播学教育事业大发展,有关学科的教材建设相对滞后,目前高校新闻传播学教材大多为世纪之交时编写的,教学案例大多为20世纪的,更没有把新闻改革30年的成果总结在内。因此,为了大力普及现代新闻传播学知识,为全国普通高等院校新闻传播专业的学生提供符合新时期要求的最新、实用的教材,化学工业出版社与华东部分高校共同组织编写了一套新闻传播学系列教材。

本套教材编撰宗旨:本着与时俱进、不断革新的精神,大力普及现代新闻传播学理论、知识与技能,并为全国普通高等院校的新闻学专业、传播学专业、广播电视新闻学专业、广告学专业、编辑出版学专业等提供符合新时期要求的、最新的、实用的教材。

本套教材编撰原则:

- ① 与时俱进,不断革新,具有时代特色、中国特色;
- ② 深入浅出,删繁就简,基础理论与实务训练并重;
- ③ 继承学术传统,吸收新闻改革近30年的学术成果,增加21世纪以来新发展的学术动向与典型案例。

本套教材编撰特色:

- ① 吸收当前新闻学与传播学的最新研究成果;
- ② 以新媒体为新闻传播主要平台作为视角;
- ③ 以实务为基点阐述新闻传播的主要理论;
- ④ 采用大量案例,聚焦新闻传播的知识要点;
- ⑤ 注重实际训练,以便培养学生的基本技能。

尽量做到理论通俗易懂但不肤浅,教学案例众多但有特色,紧扣高新技术但尊重传统。

本套教材编撰的大多为现代新闻学与传播学的主干课程教材,内容侧重于新闻学与传播学的主要理论阐释与实务训练。初拟本套教材总共14册。

(1) 新闻学:《新闻学概论》、《中国新闻事业史纲要》、《新闻伦理与法规》、《新闻采访学》、《新闻写作学》、《新闻评论思维与写作》、《传媒经营与管理》。

(2) 传播学:《传播学概论》、《网络传播概论》、《新媒体概论》。

(3) 广播电视学:《广播电视概论》、《广播电视新闻学》、《广播电视节目形态解析》。

(4) 广告学:《广告学概论》。

本套教材的编审委员会成员来自复旦大学、华东师范大学、上海交通大学、浙江工业大学、华东政法大学、上海外国语大学、上海体育学院、南京政治学院、上海政法学院、商丘师范学院、上海建桥学院等十多所高校的新闻传播学院、系，因此这套教材是兄弟院校教师大协作的产物。

参加编著本套教材的老师都长期工作在新闻传播学专业及其相关专业的第一线，从事专业课程的教学、科研，具有丰富的教学经验和研究成果，其中有的是教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会委员，有的长期参加中国新闻奖与省部级新闻奖的评委工作；大多数老师参加过国家级、省部级规划教材的编写；同时他们都参与了大量的新闻工作实践，为本套教材内容上的新颖、实用提供了有力的保证。

本套教材着重强调基本理论与实证分析相结合，在内容上既有科学性、系统性，又有很强的可读性、实用性和示范性，同时注重吸收了近30年新闻改革的最新成果。每册主编都有多年教学和实践的经验，能够对目前同类教材及参考用书编写的传统结构有所突破，以方便读者更好地掌握课程精髓为目的，以创新为核心，重新构架全书的结构。

在数字化技术大发展的媒介化社会，新闻传播成为现代社会生活的一个重要方面，媒介素养也成为提高干部素质，乃至提高公民素质的重要方面。本套教材不仅可以作为高等院校本科生、高职高专学生的教材，同专业研究生教育的参考教材，也可以作为新闻工作与宣传部门从业人员进修的参考用书、广大新闻爱好者的继续教育与自学用书。

我们处在一个革故鼎新、新生事物层出不穷、科技日新月异的“信息爆炸时代”、“知识经济时代”、“数字化时代”，客观实践经常跑在思想认识与理论研究的前面。因此，在高校教材建设上，强调面向新世纪实际、面向现代化、面向未来，强调以马克思主义为指导，注重科学性、知识性、前瞻性与实用性。这是我们编写这套教材的共同要求。而其中每一册，在框架设计、理论知识阐述、材料运用、行文风格等方面，又各具特色。我们每位执笔人，都把编写教材的过程作为总结经验、研究学问的过程，也是十多个兄弟院校之间取长补短、协作交流的过程。

我们奉献给读者的这一套教材，也是我们十多个高校教师的共同学术成果，必将受到新闻传播学院师生、新闻宣传工作者及新闻爱好者的欢迎，必将在开展新闻教育与指导新闻实践中发挥更大的教学效果与社会效益。同时，我们也预计到，我们的思考和编写难免有不周之处，敬请读者不吝指正。而且随着新闻传播学教学、科研、实践的发展，教材内容肯定要不断充实与更新。我们殷切地期待读者提出批评与建议，使这套教材臻于完善。

张骏德 严三九
2010年5月

“广播电视概论”是新闻学、传播学、广播电视新闻学、广告学等专业一门重要的基础理论课程。其内容主要由广播电视的功能、广播电视节目、广播电视技术、广播电视管理四基元构成。这门课程具有鲜明的理论阐释性和实践指向性特征。它既要综合运用新闻学、传播学、社会学、政治学、经济学、管理学、心理学、美学、哲学、伦理学等诸多学科的理论,透视广播电视理论与社会经济生活及传媒实践活动之间的内在联系,阐释广播电视传播的基本规律,培养学生的逻辑思辨和理论抽绎能力,又要面向日新月异的传媒业界,关注和追踪广播电视技术介质、节目形态、实务操作的与时俱进,了解和把握广播电视演变发展的整体风貌,培养学生利用各种媒体表达自己的媒介素养。

进入 21 世纪以来,世界范围内传媒技术的更新、传媒功能的扩展、传媒业态的变化、传媒规制的调整,为广播电视理论研究提供了大量的新经验、新视角、新课题。一时间,有关广播电视研究的论文、专著、教材,颇有点“山阴道上,应接不暇”。这些自主多样的研究探讨,在丰富我国广播电视学学术成果的同时,也不断地凸显广播电视学理论创新的紧迫性与重要性。

从我国广播电视业发展趋势来看,未来广电人才市场需求结构呈现的主要特点:一是以注重传统的专业技术队伍向掌握广电科技发展新技术的高层次人才转变;二是以注重专业技术型队伍向创新型、专业交叉型、学科综合型人才队伍转变;三是以注重传统宣传队伍向既懂宣传业务又懂传媒经营、管理的复合知识型人才队伍转变;四是以注重本土化队伍培养向懂传播、会管理、精通外语的外向型、国际化人才队伍的转变。

基于上述时代背景和现实需要,本教材力求达到国际视野与本土经验、学术传统与前沿成果、基础理论与实务训练有机结合的效果,着力培养学生的理性思辨能力和专业实践能力,即通过对广播电视知识与理论的系统传授,提高他们的理论素养,夯实他们的专业基础;通过对广电业界经典案例的深入解析,强化他们的感性认知,丰富他们的实战经验。

呈现在大家面前的这部教材,是长年从事广播电视新闻学专业教学的教师们集体合作的成果。具体分工是:王哲平撰写第一章,赵瑜撰写第二章,李斌撰写第三章,谢觅之撰写第四章,王赤撰写第五章,胡跃明撰写第六章,严怡宁撰写第七章,汪亦红撰写第八章,顾芳芳撰写第九章,洪皓轶撰写第十章,韩燕撰写第十一章,姚利权撰写第十二章,吴国良、万华明撰写第十三章,周琼撰写第十四章,马建国撰写第十五章。全书的统稿、定稿工作由王哲平、赵瑜负责完成。

本书的编写过程中，作者吸收和借鉴了许多专家、同仁的研究成果，在此表示衷心的感谢！

由于体例统一的缘故，注释仅以参考文献的形式予以粗略的标列，敬请宽谅！

感谢复旦大学新闻学院张骏德教授、华东师范大学传播学院院长严三九教授的约请与辛劳。感谢浙江省教育厅将此部教材列为 2010 年度浙江省重点教材建设项目。

由于自身学识与经验的囿限，也由于完稿时间的仓促，此书的疏漏谬误在所难免，我们真诚地期待方家和读者批评指正，以便来日修订完善。

编者

2010 年 11 月

上篇 广播电视基础知识

第一章 广播电视的发展与现状	1
第一节 广播电视技术的发明与发展	1
一、广播的诞生	1
二、电视的诞生	3
三、当代广播电视技术的新进展	5
第二节 广播电视事业在中国的发展	8
一、广播电视事业释义	8
二、我国广播电视事业发展的历史阶段	8
三、港澳台地区的广播电视事业发展	13
第三节 广播电视业务发展趋势	16
一、制播分离	16
二、“跨区域”发展	18
三、“三网融合”	20
四、媒介融合	22
思考题	24
第二章 广播电视的传播规律	25
第一节 广播电视的传播符号	25
一、传播符号及其类型	25
二、广播的传播符号	28
三、电视的传播符号	32
第二节 广播电视的传播特性	41
一、广播电视的传播优势	42
二、广播电视的传播劣势	43
思考题	44
第三章 广播电视新闻采访	45
第一节 广播电视新闻采访基础知识	45
一、广播电视新闻采访的概念	45
二、广播电视新闻采访的共性与个性	46
三、广播电视新闻采访的基本方式	47
第二节 广播电视采访的特殊要求	48
一、广播电视新闻采访类别	48
二、广播电视新闻采访权	53

三、广播电视新闻记者的职业要求	54
第三节 广播电视新闻采访要素	57
一、采访前要素	57
二、采访中要素	60
思考题	63
第四章 广播电视节目主持人	64
第一节 节目主持人的类型与职业角色	64
一、节目主持人的概念	64
二、节目主持人的类型	67
三、节目主持人的职业角色	69
第二节 广播节目主持人	70
一、广播节目主持人的发展	70
二、与受众互动的广播节目主持人	72
第三节 电视节目主持人	74
一、我国电视节目主持人的发展历史	74
二、中西电视节目主持人比较	77
三、电视节目主持人的综合素质构成	80
第四节 广播电视节目主持人发展趋势	85
一、从受众诉求看广电节目主持人的发展趋势	85
二、基于新时代特征的广播电视节目主持人远景展望	86
思考题	89
第五章 广播电视事业管理	90
第一节 我国广播电视的管理体制和法规体系	90
一、我国广播电视的管理体制	90
二、我国广播电视的法规体系	92
第二节 《广播电视管理条例》的基本内容	94
一、《广播电视管理条例》的产生背景	95
二、《广播电视管理条例》的框架及内容	95
三、《条例》的特点及作用	98
第三节 我国广播电视管理的法制化建设	99
一、我国广播电视的法制化进程	99
二、我国广播电视管理法制化的策略	102
思考题	106
第六章 广播电视新媒体	107
第一节 技术发展对广播电视的影响	108
一、互联网技术的发展及其对广播电视的影响	108
二、移动通信技术的发展及其对广播电视的影响	111

三、多媒体技术的发展及其对广播电视的影响	113
第二节 数字电视	115
一、数字电视的界定	115
二、国内外数字电视的发展	119
三、我国数字电视的发展环境和前景展望	122
第三节 互动电视	125
一、互动电视概况	125
二、网络电视	127
第四节 移动视频	129
一、手机多媒体	129
二、车载移动电视	133
思考题	135

下篇 广播电视业务

第七章 广播电视新闻	136
第一节 广播电视新闻文本的特点及其发展	136
一、广播新闻文本的特点	136
二、电视新闻文本的基本特点	138
三、广播电视新闻节目编排	140
第二节 广播电视新闻深度报道	142
一、广播电视新闻深度报道的发展历程	142
二、广播电视新闻深度报道的兴起原因	143
三、广播电视新闻深度报道的特点	145
四、对于我国广播电视新闻深度报道的思考	147
第三节 广播电视民生新闻	148
一、广播电视民生新闻的兴起	148
二、民生新闻的概念	148
三、广播电视民生新闻兴起的原因	149
四、广播电视民生新闻的节目特色	150
五、广播电视民生新闻存在的问题与发展方向	153
六、广播电视民生新闻的定位与发展策略	153
第四节 广播电视新闻发展趋势	155
一、直播化	155
二、互动化	156
三、立体化	156
四、多样化	156
五、专业化	157
六、融合化	158

思考题	158
第八章 广播电视谈话节目	159
第一节 谈话节目概述	159
一、谈话节目的兴起与发展	159
二、谈话节目的基本类型	160
三、谈话节目的要素	162
四、谈话节目的特点	163
第二节 广播谈话节目	164
一、广播谈话节目的特点	164
二、广播谈话节目中的话题	165
三、广播谈话节目中的嘉宾	167
四、广播谈话节目中的导播	167
五、广播谈话节目中的主持	169
第三节 电视谈话节目	169
一、电视谈话节目的特点	169
二、电视谈话节目中的话题	170
三、电视谈话节目中的主持	172
四、电视谈话节目的未来展望	174
思考题	175
第九章 广播文艺节目	176
第一节 广播文艺节目的概念及其发展	176
一、广播文艺节目的基本含义和分类	176
二、广播文艺节目的发展状况	178
第二节 广播文艺节目的特点及制作	181
一、广播文艺节目的特点	181
二、广播文艺节目的中国特色	183
三、广播文艺节目的编辑制作	185
第三节 广播剧	186
一、我国广播剧的发展概况	186
二、广播剧的特性	188
三、广播剧的构成要素	190
思考题	193
第十章 电视文艺节目	194
第一节 电视声画元素在文艺节目的运用	194
一、电视声画元素	194
二、电视声画元素在文艺节目的运用	195

第二节 电视文艺节目的基本分类及其发展	197
一、电视文艺节目的基本分类	197
二、电视文艺节目的发展历程	198
第三节 电视文艺晚会	203
一、电视文艺晚会的概念	203
二、电视文艺晚会的特点	204
第四节 电视娱乐节目	206
一、娱乐节目的发展概况	206
二、电视娱乐节目的特征	210
第五节 音乐电视节目	213
一、音乐电视的产生和发展	214
二、音乐电视的艺术特征	215
第六节 电视剧	217
一、电视剧的概念	217
二、电视剧的发展历程	217
三、电视剧的艺术特性	222
思考题	226
第十一章 电视纪录片	227
第一节 电视纪录片的概念及其发展	227
一、电视纪录片的概念	227
二、电视纪录片的基本特征	228
三、中国电视纪录片的发展	229
第二节 电视纪录片的分类	233
一、按题材内容分	233
二、按风格样式分	236
第三节 电视纪录片的创作	238
一、前期准备	238
二、中期拍摄	239
三、后期制作	240
思考题	243
第十二章 电视节目收视率	244
第一节 收视率概念及其测量调查	244
一、收视率概念	244
二、收视率指标	245
三、收视率调查方法	247
四、收视率测量方法	249
五、收视率测量内容	250

第二节 收视率在电视节目中的运用	251
一、收视率与电视节目定位	251
二、收视率与电视节目编排	252
三、收视率与电视节目评价	253
四、收视率与广告投放计划	253
第三节 对电视收视率的再思考	254
一、我国收视率调查的缺陷	254
二、收视率数据须合理使用	255
三、收视率应与“受众本位”相兼容	256
四、“绿色收视率”需要推行	257
五、新媒体环境下的收视率	257
本章附录 相关知识	258
一、央视-索福瑞媒介研究公司 (CSM) 简介	258
二、AC 尼尔森简介	258
三、收视率分析常用指标及算法	259
思考题	262
第十三章 有线电视	263
第一节 有线电视概述	263
一、有线电视传输系统的由来	263
二、有线电视传输系统的特点	264
三、有线电视传输系统的推广	264
第二节 有线电视系统的构成和分类	265
一、有线电视系统的构成	265
二、有线电视系统的分类	267
第三节 有线电视的新发展	268
第四节 数字电视前端系统案例介绍	272
思考题	277
第十四章 卫星电视	278
第一节 卫星电视技术的发展	278
一、卫星电视技术的初步发展	278
二、卫星电视技术迅猛发展	282
第二节 卫星电视在我国的运用	285
一、我国卫星电视技术的发展历程	285
二、我国卫星电视的经营管理	287
第三节 卫星电视在全球的发展趋势	291
一、电视无国界	291
二、电视网络全球化	292

三、卫星企业私有化	293
思考题	294
第十五章 广播电视经营管理	296
第一节 广播电视经营管理概述	296
一、新闻事业的经营与管理	296
二、新闻事业的维生功能	297
三、新闻产品也是商品	297
第二节 广播电视管理	299
一、广播电视机构的领导体制和组织机构	299
二、广播电视的节目制作与播出管理	300
三、广播电视广告业务管理	301
四、广播电视人力资源管理	303
第三节 广播电视经营	305
一、广播电视的经营原则	305
二、广播电视的经营策略	306
三、广播电视的广告经营	307
思考题	309
参考文献	310

上篇 广播电视基础知识

第一章 广播电视的发展与现状

【本章要点】广播电视是20世纪最具影响力和支配力的大众传媒。本章分别梳理广播和电视两种传播媒介诞生的历程及其技术形态的新进展，回顾和总结我国广播电视事业发展的实践经验，在此基础上展望未来广播电视事业发展的新趋势。

20世纪以来，科学技术的发展在带来前所未有的社会变革的同时，也带来了一个又一个的传媒发展新景观。从电报到电话，从无声电影到有声电影，从调幅收音机、短波收音机、传真广播到调频收音机、区域性电视广播，从黑白电视、彩色电视到卫星电视、网络电视，人类媒介技术的每一次进步，都浸透着人类渴望突破自身交流困境的努力，而每一种新的媒介技术的使用与普及，都在其特殊的社会文化背景之中形成了一种全新的传播构型。

作为20世纪最具影响力和支配力的传播媒介，广播电视改变了我们的世界、我们的观念、我们的行为以及我们的日常习惯。“人类的文化和人类的价值观有史以来第一次为追求利润最大化的电子媒介所左右^[1]。”纵观人类传播发展史，广播电视所发挥的巨大作用、所产生的深刻影响，或许只有500多年前约翰内斯·谷登堡发明的印刷机可以与之媲美。

第一节 广播电视技术的发明与发展

依据《辞海》的表述：“通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响、图像的节目，统称广播。按传输方式，可以分为无线广播和有线广播两大类。只播送声音的，称为‘声音广播’，亦简称为‘广播’；播送图像和声音的，称为‘电视广播’。”

广播电视是近现代科学技术发展的产物，它们的问世，凝聚了19世纪末、20世纪初许多科技工作者的智慧与努力。

一、广播的诞生

1820年，丹麦物理学家汉斯·克里斯蒂·奥斯特博士在实验时发现，当金属导线中有电流通过时，放在它附近的磁针便会发生偏转。

1831年,英国科学家法拉第发现了电磁感应现象,即变化的磁场在闭合导体里会产生感应电流。据此,他创立了电磁感应定律。

1837年,英国人惠斯通和库克设计制造了第一个实用的有线电报系统。同年,美国人塞缪尔·默尔斯经过多次的试验,发明了著名的“默尔斯电码”。他用编码来传递信息的奇想直接导致电报发明的突破。

1864年,爱尔兰人詹姆斯·克拉克·麦克斯韦对照光波理论建立了电磁波的整体理论。

1887年,德国人海因里希·赫兹发现并成功地证明了电磁波的存在,后人为了纪念这一历史性的发现,遂把无线电波命名为赫兹波,并把“赫兹”用作频率单位。

1890年,法国人爱德华·布朗利调制出世界上第一台金属屑检波器,它把一个装满铁屑的管子连入由检流器和一节电池组成的电路中。

1895年,俄罗斯军人亚历山大·斯捷潘诺维奇·波波夫和意大利科学家卡格列莫·马可尼同时制成了世界上最早的无线电收发报机。是年5月7日,波波夫成功地试制和演示了无线电接收装置——雷电指示器。1945年,在庆祝波波夫的发明50周年的时候,前苏联政府把5月7日定为“苏联无线电节”,以此纪念他对人类科学进步的划时代贡献。

尽管波波夫在1895年拍发了世界上第一份无线电报,但马可尼的功绩更为卓越,他第一个使无线电信号穿越英法海峡,第一个使无线电投入商业用途。1897年7月,马可尼在伦敦设立世界上第一家无线电报通讯公司——英国马可尼公司,推动了无线电通讯技术的实际应用。

如果说无线电传播电码符号的发明实现了人们远距离传播信息的愿望,那么利用无线电技术传播声音,则是20世纪初“无线电热潮”中人类新的梦想。

1906年,被誉为“无线电广播之父”的美国人李·德·福雷斯特发明了一种能在入口管处复制人声的扩音器——三极管,并把它应用于电话中。三极管的发明标志着无线电技术和广播技术的重大突破,也使他“发现了一个看不见的空中帝国”。

同年12月圣诞前夕,美国匹兹堡大学教授雷金纳德·奥布利·费森登在其实验室进行了人类历史上第一次实验性语言广播,穿行于新英格兰海岸附近轮船上的无线电报员清晰地收听到了朗读《圣经》故事的声音、小提琴演奏曲以及诚挚的圣诞祝福。由此,1906年12月6日被定为无线电广播的誕生日。

1908年,李·德·福雷斯特在法国巴黎埃菲尔铁塔上成功地播放了一次无线电音乐。1909年,他在美国加州圣何塞市以KQW为呼号进行实验广播。1916年,他又在纽约高桥建立一个呼号为2ZK的广播电台,定期播送音乐节目和《纽约美国人报》提供的新闻简讯,其中包括总统竞选信息。这被认为是世界上最早的新闻广播,同时也标志着世界上实验广播的发端。

1919年,美国威斯康星大学建立WHA广播电台,播放市场行情和天气预报,这是最早在大学中设立的实验电台^[2]。



1920年11月2日,美国西屋电气公司(又称威斯汀豪斯电气公司)在宾州匹兹堡设置的8XK广播电台获颁美国商务部的营业执照,配给新的KDKA呼号,每天定时播音。这是美国第一家商业广播电台,也被公认为世界上第一个真正的无线广播电台。到1922年,美国广播电台的数量已接近500家,全球首屈一指。

虽然1919年英国、西班牙、荷兰等国相继开始无线广播实验,但美国依然是现代广播的先驱,它的实验广播仍是世界上最繁荣的。据统计,全美境内1922年有广播电台200座,1925年有578座,1938年增至650座。第二次世界大战前夕,70%的美国人定时收听无线电广播,广播俨然已渗透到日常生活中^[3]。

1921年,法国建立本国第一座广播电台,它通过巴黎埃菲尔铁塔进行定时广播。1922年,法国国家电台诞生。1924年,法国出现私营广播电台^[4]。

1922年,英国开始批准设立广播电台,年底邮政部长内维尔·张伯伦责令英国6家无线电广播公司和电器制造公司联合组成商业性的英国广播公司(BBC),其资金有60%多属于6家大公司,其余部分分属200个小生产商。1927年英国政府将其收归国有。至1927年,全英已有27座广播电台,覆盖80%的人口居住区。

1922年,前苏联建成莫斯科中央无线电台并开始播音。它是当时世界上功率较大的广播电台,不仅覆盖了国内大部分地区,同时也覆盖了西欧许多国家,因此被称为“共产国际广播电台”。

1924年,意大利创立第一家广播电台混合公司。1926年,米兰广播电台诞生。1928年,罗马广播电台诞生。

1925年,德国魏玛共和国组建了德国电波电台,负责全国的教育节目。至1939年,德国共有收音机850万台,这个数目使得德国跃居世界第二。

1925年,日本开办无线电广播。同年3月22日,第一家私营东京广播电台开始试验性广播。1926年,以该台为基础,合并大阪和名古屋两家电台,成立日本广播协会NHK^[5]。

调频广播的出现是广播发展的一个重要标志。1933年,美国人埃德温·阿姆斯特朗发明调频广播,一举获得解决静电干扰的4项专利。1939年,他建立自己的调频电台进行实验广播,以此促进调频电台系统的推广。20世纪40年代后,调频成为一种重要的广播形式。

二、电视的诞生

1817年,瑞典科学家布尔兹列斯发现了化学元素硒。

1842年,英国科学家贝恩研究出了将图像转换成电信号的传真技术。

1873年,英国科学家约瑟夫·梅发现了硒元素的“光电作用”原理。

1877年,法国人萨雷克受贝恩的启发,提出利用其传真技术进行电视广播的设想。

上述科学家的重大发现,为电视的发明奠定了坚实的基础。