



浙江省“十一五”重点教材建设项目

## Broadcasting & Television and Art Performance Editing and Directing

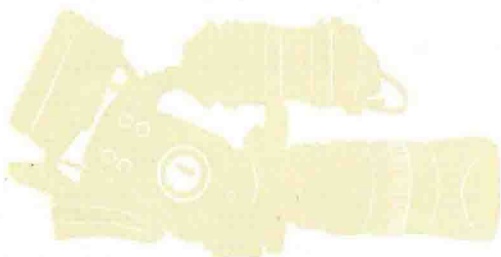
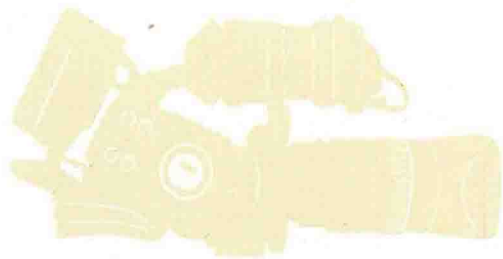


# 广播电视文艺

# 编 导

项仲平 张忠仁 著

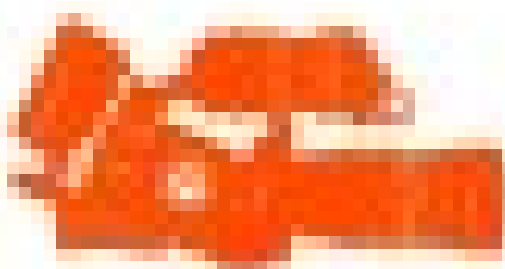
广播电视传媒经历了从节目时代到栏目时代再到频道时代的转变。频道的专业化、节目的精品化其核心之一便是节目内容的创新，而实施这一重任的主要承担人就是广播电视节目编导，编导既是栏目和节目的策划者，又是栏目和节目的执行者，他们是否具有全面、过硬的专业素养将直接影响节目竞争与节目的发展。





中国文联文艺评论部

## 文艺评论与电视文艺的 传播效果提升策略研究



## 广播电视文艺



2014 年度

文艺评论是文艺创作的“导航仪”和“助推器”，对于提升文艺创作水平、繁荣文艺创作生态、推动文艺事业繁荣发展具有重要作用。随着电视文艺的快速发展，文艺评论在电视文艺传播中的作用日益凸显。本报告旨在探讨文艺评论与电视文艺传播效果提升的策略，为电视文艺创作和传播提供理论支持和实践指导。



现代传播·广播电视传播 MODERN COMMUNICATION

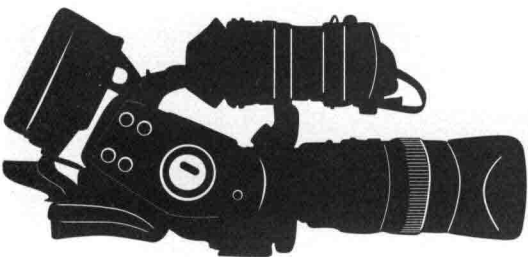
浙江省“十一五”重点教材建设项目

Broadcasting & Television and Art  
Performance Editing and Directing

广播电视文艺

编 导

项仲平 张忠仁 著



## 图书在版编目 (CIP) 数据

广播电视文艺编导 / 项仲平, 张忠仁著. —杭州:  
浙江大学出版社, 2014. 6

(现代传播. 广播电视传播)

ISBN 978-7-308-13375-3

I. ①广… II. ①项… ②张… III. ①广播节目—节  
目制作 ②电视节目制作 IV. ①G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 129551 号

## 广播电视文艺编导

项仲平 张忠仁 著

---

责任编辑 李海燕

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 浙江云广印业有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 20.75

字 数 373 千

版 次 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-13375-3

定 价 37.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>



# 前 言

## FOREWORD

目前,广播电视媒体面临着新的挑战,广播电视媒体与其他媒体之间,以及各级广播电视媒体之间的竞争也日趋激烈,从广播电视节目、广播电视栏目到广播电视频道都急需寻求新的生存与发展空间。尤其是近几年来,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变化,广播电视媒体面临着前所未有的竞争压力,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技术平台之上的媒介融合已经成为当今媒介发展的主流趋势,多媒体、超媒体,甚至全媒体的融合时代已经到来。媒体融合既带给广播电视媒体严峻的挑战,同时也带来了巨大的发展机遇,广播电视人如何拥抱新媒体,如何更好地提高广播电视内容的策划编导能力,如何更好地为客户提供服务,并更好地满足观众的多元需求,成为当下广播电视人亟待思考和破解的问题。

在当下,越来越多的电视媒体发挥自身的优势,在向产业链上下游扩张,在更广泛的市场上重塑价值、再造优势。但新技术和新媒体的介入,不断打破和重构电视市场的产业链。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,广播电视媒体作为国内实力最强的内容提供商,将获得不容忽视的发展机遇。一方面,节目内容资源对产业主导力的提升,将大大增强广播电视媒体参与市场竞争的实力;另一方面,传播渠道的不断丰富,也将为广播电视媒体提供更为广阔的发展平台和机遇。因此,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的编导能力,实现从传统的单一媒体向全媒体现代传媒的转变。广播电视传媒经历了从节目时代到栏目时代再到频道时代的转变,频道的专业化、节目的精品化其核心之一便是节目内容的创新,而实施这一重任的主要承担人就是广播电视节目编导,编导既是栏目



和节目的策划者,又是栏目和节目的执行者,他们是否具有全面、过硬的专业素养将直接影响节目竞争与节目的发展。因此,培养优秀的广播电视编导,提升其编导水平和节目创新能力是提高节目质量的核心抓手。我们通过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内容不能满足观众和用户对广播电视媒体多元化需求的缺陷,从而进一步开拓广播电视内容更为广阔的发展空间。

不论是当下的广播电视媒体还是微信、网络视频等新媒体,不论是今天还是明天,节目内容永远都是不可争辩的王道,也就是说对广播电视节目内容的创新和广播电视节目资源的整合运作能力的提升,永远是我们广播电视编导者学习和追求的目的和使命。

面对这本教材,如果你是一位广播电视理论的研究者,本书将给你呈递一个个节目实践和学理研究的果子,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,定会给你的广播电视文艺节目编导的研究提供独得而有价值的参考。

面对这本教材,如果你是一位电视节目创作者,本书将带给你一把卡尺和一串钥匙,衡量一下你以往的“产品”,开启一番你积累丰满的“库存”,因为在本教材中有你多年忙于工作而忘却的创作心得,在本教材中我们已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”串联在了一起,对你今后的节目创作会带来更大、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,使你成为具有丰富实践广播电视节目创作经验的编导人,使你能更快把握广播电视节目文艺编导教学的“门道”,成为既有广播电视学理又有多个节目创作编导实践的双师型的教学行家。

面对这本教材,如果你是一位学习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文艺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作者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得相对较好的一本教材,当然也是你在学会节目编导之前,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,本教材一定会使你更加体会到其中的实用性和启迪价值。

面对这本教材,如果你是爱好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,自媒体的快速发展,人人都是影



像的创作和编导,无论你是玩影像的创作还是为呈现自我传播的价值,这本教材也是帮助你很快进入专业创作的一根好“拐棍”,有了这根“拐棍”一定会使你成为一位名副其实的专业编导者。

在当下的新环境下,过去由电视人单独提供的视频节目,如今也可以由电脑或者手机来制作和提供,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和电视节目的创作者和提供者,竞争的关键和核心就在策划,谁提供的节目编导创作得好,谁有创意,谁的节目就有客户和市场。因此,无论是站在广播电视媒体立场上,还是站在新媒体的立场上,或者是两者共赢与拥抱的立场上,节目编导能力的培养当下都是关键和核心。提高编导能力,积极创新,才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

## CONTENTS

第一章 广播电视文艺节目·····	001
第一节 广播电视的媒介渊源·····	002
第二节 广播电视文艺节目的起源与发展·····	014
第三节 广播电视文艺节目的类型嬗变·····	029
第二章 广播电视文艺编导的职能·····	043
第一节 广播电视文艺编导的职业特征·····	044
第二节 广播电视文艺编导的编创能力要求·····	061
第三章 广播文艺节目的类型及特征·····	070
第一节 广播文艺节目的概念及分类·····	070
第二节 广播文艺节目的特征及编创原则·····	077
第三节 传统广播文艺类型——广播剧·····	083
第四章 广播文艺节目编导·····	101
第一节 广播文学节目编导·····	101
第二节 广播音乐节目编导·····	108
第三节 广播戏曲、曲艺节目编导·····	114
第四节 综合文艺板块广播节目编导·····	122
第五章 电视文艺节目的类型特征与编创原则·····	127
第一节 电视文艺节目的概念及分类·····	127
第二节 电视文艺节目的特征·····	134
第三节 电视文艺节目的基本编创规律和编创原则·····	143






第六章 电视综艺节目编导	152
第一节 电视综艺晚会编导	153
第二节 电视综艺节目的衍生模式类型	172
第七章 电视真人秀节目编导	182
第一节 电视真人秀节目的概念及分类	183
第二节 电视真人秀的编创原则	195
第八章 音乐电视节目编导	203
第一节 音乐电视的产生及发展	204
第二节 音乐电视的创意与构思	212
第三节 音乐电视的特征及编创原则	218
第九章 电视文学节目编导	231
第一节 电视文学节目及其类型	231
第二节 电视文学节目的类型与编创原则	236
第十章 电视文艺专题节目编导	255
第一节 电视文艺专题的概念涵义	255
第二节 电视文艺专题的类型及结构	264
第十一章 电视音乐与舞蹈节目编导	276
第一节 电视音乐节目编导	276
第二节 电视舞蹈节目编导	284
第十二章 电视戏曲节目编导	297
第一节 戏曲基本常识与电视戏曲节目	298
第二节 电视戏曲节目的类型解析及其编创特点	305
主要参考资料	319
后 记	322
作者简介	325



## 第一章 广播电视文艺节目



在当下,越来越多的电视媒体发挥自身的优势,在向产业链上下游扩张,在更广泛的市场上重塑价值、再造优势。但新技术和新媒体的介入,不断打破和重构电视市场的产业链。当前,媒介融合已经成为广播电视媒体发展的重要趋势,深刻地改变着行业发展的方式与未来。广播电视媒体变化有很多,但就观众收视这个视角,我们就看到了明显的“五大变化”:其一是递减化趋势,主要指家庭电视最高开机率递减,收视曲线峰值走低;其二是老龄化趋势,主要指年轻观众电视到达率下降及收视时间减少,而老年观众收视时间增加,致使电视观众收视年龄增长;其三是广播电视节目同质化趋势,尤其表现在电视节目上,它主要是指优势的电视节目越来越形成时段化编播规律,节目时段同质化竞争加剧,例如这边频道播着《中国星力量》、《中国星事记》,那边频道同时播出《和声对决》、《最美和声》;其四是两极化趋势,主要指广播电视竞争中强势频道一极,不断挤压弱势一极,加剧收视市场两极分化的趋势;其五是碎片化趋势,主要指新渠道新终端不断分化传统电视收视,观众视频消费消解电视收视,并使收视行为趋向时空碎片化分布的趋势。

随着融合的不断深入,整个广播电视传媒产业将回归媒体的本质规律,形成“内容”+“渠道”+“业务”+“终端”的产业结构。这种专业分工的产业结构,将彻底打破我国媒体行业从生产到编排再到播出的封闭链条,冲击着广播电视媒体行业现有的经营理念、运营模式乃至生产关系,这种改变无疑是一次巨大的挑战。

然而,我们认为媒体融合带给广播电视媒体的,不仅是挑战,更多的是机遇。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,广播电视行业正在经历着从“渠道为王”向“内容为王”的转变和回归。在这样的背景下,一方面,广播电视传统媒体作为国内实力最强的内容提供商,将获得不容忽视的发展机遇;另一方面,渠道的不断



丰富,将大大增强广播电视传统媒体参与市场竞争的核心竞争力,也将为广播电视传统媒体不断追求内容资源的优质化和内容资源的多元化提供更为广阔的发展平台和发展空间。因此,不论是今天还是明天,节目内容对于广播电视还是新媒体永远是不可争辩的王道,也就是说,对广播电视节目的创新能力的培养和提升,是广播电视文艺节目的编导者至关重要和迫切关注的问题,也是我们广播电视编导从业者永远要学习和追求的目标和使命。

进入21世纪以来,随着中国市场经济的持续发展,源自于20世纪80年代逐步开始的“城市化”进程的推进,中国广播电视属性逐步发生了一系列的调整和变化。首先,其在传播观念上保持了一直以来的政体文宣功能,依然作为党和政府的上传下达机构和宣传平台;其次,在作为媒介运营过程中,因应社会文化发展,遵循政府意识形态指导方向的调整,尤其是结合自身的发展规律,其运营观念也不断发生着一些新变化;第三,在节目呈现上,基于广播电视娱乐化观念和商品化观念从20世纪90年代以来的影响,中国广播电视作为媒介本身也受此影响进行了调整,尤其广播电视文艺节目在这个调整进程中,发展和变化表现得最为明显。

广播电视文艺节目是与广播电视这一现代电子技术媒介形态相伴生的。正像有论者说的,任何一种艺术形式的优势特色多少都是因为其要突破表现技术手段的限制而成就的。广播电视文艺节目的制作方式手段以及许多特征,都随着这一媒介的技术发展变化而不断调整和嬗变。因此,我们要研究广播电视文艺节目编导的技术、技巧,研究其创意呈现的方法手段,首先要了解广播电视作为媒介的特征和特点,其次要了解广播和电视一个侧重声音,一个声画共存,看似差异较大的两大媒介何以被习惯性并称,更要厘清二者在技术特性、创作理念、传播特征等方面的相似和渊源关系。

## 第一节 广播电视的媒介渊源

广播与电视可以说是20世纪最具影响力和支配力的大众传媒。广播和电视均为近代科学技术发展的产物,它们的问世,凝聚了19世纪末和20世纪初许多科学技术工作者的智慧与努力,给大众制造了前所未有的信息接收方式和视听新体验。更由于在媒介从业者和广播电视节目编创者多姿多彩的思维、创意推动下,使其在技术手段上不断改进,愈发呈现出强大的传播感染力效果,也因而成为大众狂迷的并影响大众生活和观念的强势媒介。依照马斯



洛的“需求层次理论”<sup>①</sup>，从商业发达的“当下”回溯人类的技术进步，似乎可以一言以蔽之：因为需求才会发展。这也符合广播与电视媒介的基本发展规律。

综观 20 世纪，我们会发现一个有趣的现象：这个一百年时间，既是一切现代技术突飞猛进大发展的一百年，几乎所有新技术、新发明又是集中围绕和满足人们“个体”体验和需求，如计算机迅速向家庭电脑的转化，到如今的便携式平板电脑(iPad)，智能 3G 手机，乃至洗衣机、电冰箱、微波炉、电熨斗等，都以节省人们生活中的时间并提供便捷的愉悦体验为核心观念。但是，很多人可能并没有想到，这被节省的生活时间在人们便捷的愉悦体验过程中已被商业和市场这“看不见的手”<sup>②</sup>悄悄偷走了，比如洗衣机代替了你洗衣服的时间，也许这时间被用在了电视上或其它什么别的上面，形成了一种时间上的替换式消费。尤其是互联网数字化传播技术的发展，更是把这种时间上的替换式消费强化成互动性消费。正如美国媒介理论家保罗·莱文森(Paul Levinson)在其《数字麦克卢汉》<sup>③</sup>一书中提出了“补救性媒介”理论和“人性化”趋势的演化理论。他认为，一切媒介都是“补救性媒介”，补救过去媒介之不足，就像电视媒介填补了广播媒体影像化和直观化的不足，新媒体又填补了电视媒体及时性和互动性的不足，从广播媒介到电视媒介再到新媒体，使媒介变得越来越具人性化，因而也更使个人有能动性、能够也越来越主动去进行选择媒介和影响改进媒介。

进入 21 世纪，广播和电视两种传播媒介的发展历程及其技术形态又不断产生了一系列的新趋势和新进展。虽然两者各自的走向和传播方式略显差异，但是在技术、创作和传播等方面依然有很多相似性。

## 一、广播与电视在技术特性上的亲缘关系

广播电视作为一个习语词，不仅仅是个泛称，而是源于两者技术特性上的亲缘关系。在中国的辞书《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’。广播分为无线和有线两大类。通常‘声音广播’被称为广播，播送音像的广播为电视。”<sup>④</sup>从上述概念定义来看，广

① [美]亚伯拉罕·马斯洛 1943 年在《人类激励理论》文中提出。该理论将需求分五种，像阶梯样从低到高，按层次逐级递升，包括：生理需求、安全需求、情感和归属的需求、尊重的需求、自我实现的需求。

② [美]亚当·斯密(Adam Smith). 国富论[M]. 唐日松等译, 北京: 华夏出版社, 2005.

③ [美]保罗·莱文森(Paul Levinson). 数字麦克卢汉[M]. 何道宽译, 北京: 社会科学文献出版社, 2001.

④ 辞海(1989 年版缩印本), 上海: 辞书出版社, 1990: 952.



播是一个包含广播电台和电视两个媒介的名词。此外,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。

### 1. 广播的产生与发展

广播的诞生要比电视早很多年,但两者技术上的发现与推进均在19世纪初叶。无线电广播成为传播家族的一个新成员最早的端倪始于1865年,英国科学家克拉克·麦克斯威在电磁波理论的研究中提出了电波存在的设想。1888年,德国物理学家海因里奇·鲁道夫赫兹用实验论证了电磁波的存在。人们为了纪念他对科学上的贡献,就把无线电波称为“赫兹波”,并以“赫兹”作为频率单位。真正使无线电通讯进入实际运用阶段的科学家是“无线电之父”——意大利的发明家卡格列谟·马可尼和俄国的物理学家亚历山大·斯捷潘诺维奇·波波夫。

世界上第一个真正的无线广播电台,也是第一个获美国联邦政府所发的实验执照的广播电台是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,在当时曾轰动一时。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年改为英国广播有限公司,即BBC。20世纪20年代是欧美国家的广播电台先后建立并迅速发展的阶段。1922年,美国私办商业广播电台已达到200多家,也是在这一年,法国邮电部也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;1923年,德国建立了无线电广播电台;到1924年,法国出现了私营的广播电台;1924年,意大利建立了无线电广播电台;1926年BBC已建立了29座发射台,覆盖80%的人口居住区;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,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;1926年,中国出现中国人自办的第一家广播电台——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电台——“中国之声”(Voice of China)。

### 2. 电视的产生与发展

电视的诞生与广播路径类似。1817年,瑞典的布尔兹斯(Jons Berzelias)发现了具有质光体的物质“硒”(Selenium)。1873年,英国人约瑟夫·梅(Joseph May)发现“硒”具有光电转换能力,在理论上说明可以利用电讯号传



播图像,这是最早提出的电视传播原理。1884年,德国科学家保罗·尼普科夫(Paul Nipkow)通过小孔成像的原理,把影像分成若干单个的像点,设计发明了扫描版(Scanning Disc),将影像以线条状扫描到一块涂着硒元素的感光平板上,然后借此把人或景物的影像传播到远方的想法。其后,保罗·尼普科夫发明设计了“电视望远镜”的仪器,并向柏林皇家专利局申请了专利被批准。专利书中对其发明仪器的技术特性陈述为:“这里所述的仪器能使处于A地的物体在任意一个B地上被看到。”<sup>①</sup>这一发明专利的申请,也形成了现代电视的雏形。到20世纪末,收音机已成为人们生活中最重要的传播工具,当时在美国有一位收音机王国的“国王”萨尔诺夫,他管理着世界上最大的通讯公司——“美国无线电公司”,萨尔诺夫当时是一位有权有势的精明企业家。他认为,通讯领域像一座冰山,无线电广播只是冰山的一角,在萨尔诺夫心中有一个更加雄心勃勃的计划:既然声音能传送,为什么图像不能传送呢?当他听说有人在进行用无线电传输图像的新试验后,便决定投入资金和精力搞一项新发明,他要把庞大的收音机听众变成更庞大的电视观众。他进行了一生中最大的一场赌博。

与此同时,欧洲也在加速进行电视发明。这是一个以旋转轮子为基础的发射瞬时无线电图像的机械系统,是由苏格兰人约翰·洛吉·贝尔德发明的,1926年他在伦敦成功地演示了他的电视接收机,虽然这种系统并没有被整个欧洲所采用,因为其系统设备笨重,传输的图像质量差,接收不稳定。尽管如此,电视在欧洲也已成为一种现实存在,并引起全世界的关注。

在纽约市,发明家查尔斯·詹金斯每周三次从第五街播放电视节目,观众是名流崇拜者俱乐部成员,人数虽很少,但很热诚。全国广播公司试用了新的机械方法,但是萨尔诺夫知道,只有有了更好的系统后他才能大规模地生产和销售电视机,而只有产生清晰的图像后,广告大户才舍得在电视上花钱。1923年,美籍俄国人瓦德米尔·兹沃尔金在美国发明光电摄像管和光电析像管(显像管 Iconoscope Tube),现代意义上的电视出现。

1929年1月,一个素不相识的,看上去有点呆头呆脑的戴眼镜的科学家前来拜访萨尔诺夫。他挑战似的把东西放到萨尔诺夫的桌子上,陌生人满怀信心地向萨尔诺夫解释了他的理论,说他可以在两年内拿出一种可以投放市场的电子电视系统。这位科学家就是弗拉基米尔·兹沃尔金,与萨尔诺夫一样,也是俄罗斯国移民。他说他只需要10万美元。萨尔诺夫递给兹沃尔金一根雪茄,当即同意向兹沃尔多提供他所需要的支持,两人同时建立了牢固的商

<sup>①</sup> 王渝生. 电视机发明史话[J]. 科学世界, 2011(01).



业关系。与此同时,1921年,法国人舒尔兹(Schulze)发明一种电视装置,获法国政府核准的专利。这种装置可以将动态图像传出去,至此,电视的研制进入成功阶段。

到了20世纪30年代中期,在电视竞赛中欧洲领先于美国。但大体在20世纪20年代至30年代,美国人将希腊文中的Tele——“远”字和拉丁文的Vises——“视”字合成一个新的英文单词:television意为“看见远处的画面”。由此,“电视”作为特指物品专用名词正式出现。1936年11月2日,设在亚历山大宫的英国广播公司最终选择了电子式的EMI系统,放弃了贝尔德的机械系统,英国在伦敦市郊的亚历山大宫开办世界上第一座正规电视台;并于1936年正式开始播放电视节目,这是世界电视史的重要里程碑。但是在欧洲大陆,电视掌握在政府或邮电部门手中,而不是由商人来经营。当时,电视服务行业在全球还没有形成竞争。而在美国,1938年,萨尔诺夫在与兹沃尔金第一次会面后的第九年,研制出了可投入市场的电子式电视系统。萨尔诺夫非常高兴,他意识到,需要大规模地推出他的新创造,以吸引公众注意,促进宣传和销售。他选择了1939年4月在纽约弗拉兴草地举办的世界博览会,而罗斯福总统则是在电视上露面的第一位总统。到那时期,在美国已先后建起了17座实验电视台,而苏联的莫斯科和列宁格勒电台也开始了试验电视广播。1939年11月26日,德国转播德国和意大利足球比赛实况,这是世界电视史上第一次电视实况转播;1941年5月28日,美国的哥伦比亚广播公司(CBS)试播彩色电视节目;1942年8月,世界著名的埃菲尔铁塔(法国巴黎)被作为临时发射塔播发电视节目,埃菲尔铁塔是世界上最早一座高度超百米的电视发射塔。第二次世界大战使萨尔诺夫让每个家庭都拥有电视机的梦想变成了泡影,不到一年的时间,大多数人都忘记了世界博览会和博览会上展出的电视机,在接下来的六年里,为民主而进行的殊死战斗压倒了一切。

希特勒控制了法国和德国的广播电视机构,电视用于粉饰纳粹行径,也成为希特勒暴政的帮凶。第二次世界大战期间,许多国家的电视台遭空袭,被迫停播。这期间,美国有6家电视台照常播出。1945年5月,英国一位名叫克拉克(Clark)的年轻工程师提出利用卫星建立全球电视通讯网的大胆设想。1945年5月7日,苏联电视台恢复了战后的播出,这以后几年中有法国、英国等近10个国家恢复电视的广播业务。第二次世界大战的结束为电讯革命揭开了新篇章。萨尔诺夫的电视机制造技术有了很大进步,不仅接收性能好,而且价格便宜。他很快就投入到工业生产之中,现在对于实现他的每家都拥有一部电视机的梦想,可以说是最好的时机。他建立了工厂,大量生产电视机,并在美国各地进行销售。这一次,他时来运转了。



随着战后大萧条的结束,人们渴望过奢侈的生活,吃、穿、娱乐……美国人开始无休止地消费。

一开始人们只是好奇,但是很快这种能在家中接收瞬时图像的机器就受到全国公众的喜爱,顾客们被多种多样的电视机所吸引。

1946年,全美国只销售出一万台电视机,三年后就达到200万台。不到十年,73%的美国家庭有了电视机。

随着电视机销售的兴旺,电视节目制作迎头赶上,与之相关的技术不断发展,一门新的艺术诞生了。1953年,全世界有2亿2千多万人收看了英国女王伊丽莎白二世的加冕典礼,英国广播公司为此制作的节目录像带被飞机运往大西洋彼岸。电视节目的收视率超过了无线电广播的收听率,无线电广播的局限性开始变得显而易见了。政治家们很快掌握了在电视上推销自己的技术,艾森豪威尔率先于1952年利用电视促进他的总统竞选活动,他的对手阿德莱·史蒂文森对这种新媒体不适应而竞选败北。

推销员的微笑很快成为每个政治家都必须掌握的技巧。肯尼迪仅在电视上露了一面,就赢得了全国多数选民的支持,击败了面色灰白、局促不安的尼克松。在收音机里听两人辩论的人都认为尼克松赢了,但是,凡是在电视里看到肯尼迪风范的人都肯定他将是下一届美国总统。到肯尼迪政府结束时,电视已成为最重要的媒体。

1952年5月28日,在瑞典首都斯德哥尔摩举行第一次超短波电视会议,决定采纳西北德电视公司所用625线标准为欧洲共同的电视标准;1953年4月20日,英、法、德、荷、比五国第一次试办电视联播节目;1954年,美国正式开办彩色电视节目,成为世界上第一个开办彩色电视节目的国家;1956年,磁带录像机问世,从此电视节目制作的方式发生根本性变化;同年5月29日至6月2日,欧洲电视学会在意大利召开会议,讨论电视的审美学,这是电视问世后世界上第一次在学术范畴里研讨电视节目。

在此期间,中国的电视业也初步建立和曲折发展。1948年,国民党统治的旧中国向美国购置了6部50瓦超短波发射机,在南京开始作电视试验,因政权面临崩溃,试验夭折。直至1957年3月16日,台湾以一部小型发射机,公开试播电视。

中华人民共和国于1949年成立后,开始逐步发展自己的电视事业。1957年,中国政府派相关工作人员赴捷克斯洛伐克、苏联、民主德国等地考察电视传播事业。1958年4月30日,我国自行研制成功第一套3个频道的黑白电视中心设备及黑白摄像机,并于当天在生产厂进行开路试播成功。1958年5月1日,北京电视台(中央电视台前身)宣告诞生,开始试验广播。1958年9





月2日正式开始播出节目。1958年到1960年,先后有上海、黑龙江、辽宁、天津、广东、吉林、山西、四川、江苏、陕西、福建、甘肃、安徽、浙江、云南、湖北等16个省、市建立电视台并播出电视节目。1973年5月1日,我国彩色电视试验广播开始。10月1日,北京电视台彩色电视转入正式播出。至此,我国彩色电视广播开始形成。

在我国逐步推进电视建设与发展的时候,世界电视已经开始进入卫星传播、内容探索和“高清晰度电视(HDTV)”<sup>①</sup>的发展阶段。1960年8月,美国第一颗通信卫星“回声号”上天。1962年7月10日,美国太空总署发射卫星“电星一号”,进入环绕地球运行轨道运行。1973年,英国独立广播事业管理局的工程技术人员研制出“电视报纸”传送技术。1977年,英国独立电视台公开播映电视报纸,这是世界上第一家供免费收看的商业电视报纸。电视报纸的问世,改变了电视节目“画面”的构成因素,电视观众“看”的概念开始发生变化。

1981年,日本广播公司首次推出高清晰度电视。高清晰度电视由1125行扫描线组成,每秒钟60幅画面,其清晰度和逼真程度与电影相差无几,其缺陷是无法使用现行的电视机。1982年9月5日,美苏两国首次利用卫星传送“电视桥”节目,两国音乐工作者通过电视屏幕对话,开创了世界电视史上电视节目即时双向传播的历史。1988年3月8日,美国哥伦比亚广播公司正式开拍高清晰度电视剧,成为美国第一家制作高清晰度电视节目的公司。1988年3月,“欧广联”召开欧洲各成员国会议,研究欧洲跨国电视传播问题,协调电视节目的内容和时间配额,“以利于欧洲文化遗产的发扬光大”。

20世纪90年代,电视传播在全球进一步普及,从技术应用到节目制作,发展中国的水平已迫近发达国家,全球联手推动电视传播质量进一步提高的趋势已日见明显。新时代电视的发展趋势逐步以数字电视、卫星直播、光纤传送、网络电视、手机电视等传播技术的日臻完善,为电视节目的制作、传播注入了无穷活力。同时,新技术的介入也使得当代电视的传播范围逐步国际化、传播对象个体化、传播方式多样、传播内容更加丰富多彩。

---

<sup>①</sup> 高清晰度电视,英文 High Definition Television,简称 HDTV。HDTV 技术源于“数字电视”技术(Digital Television 简称 DTV),国际电联的定义:“高清晰度电视应是一个透明系统,一个正常视力的观众在距该系统显示屏高度的三倍距离上所看到的图像质量应具有观看原始景物或表演时所得到的印象”。由于屏幕宽高比也由原先的4:3变成了16:9,声音系统上,HDTV支持杜比5.1声道传送,HDTV从节目采集、制作、传输到用户终端接收全部实现数字化,因此HDTV具有极高的清晰度,水平和垂直清晰度是常规电视的两倍左右,分辨率最高可达1920×1080,帧率达60fps,HDTV具有高清晰画面、高保真立体声伴音、电视信号可以存储、可与计算机完成多媒体系统、频率资源利用充分等多种优点。