

广播新闻 报道与节目

创新研究

王 宇 金梦玉 主编

中国传媒大学 出版社

广西新闻 报道与作品

理论研究

田 林 李海江 田 林

1994年第1期

中国传媒大学“211 工程”Ⅱ期项目

广播新闻报道与节目创新研究

王 宇 金梦玉 主编

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播新闻报道与节目创新研究 / 王宇、金梦玉主编. —北京:
中国传媒大学出版社, 2006. 10

ISBN 7-81085-838-6

I. 广… II. ①王…②金… III. ①广播新闻—新闻报道
—研究②广播节目—研究 IV. ①G212②G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 117157 号

广播新闻报道与节目创新研究

策 划 欣 雯

主 编 王 宇 金梦玉

责任编辑 王月林

封面设计 北京灵麒时代

责任印制 曹 辉

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电话: 86-10-65450528 65450532 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市梦宇印务有限公司

开 本 787×1092mm 1/16

印 张 10.25

版 次 2006 年 11 月第 1 版 2006 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-81085-838-6/K·838 定 价: 36.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

前 言

《广播新闻传播与创新研究》是“十五”“211工程”项目，是中国传媒大学在广播新闻研究领域的系统性、全面性、前瞻性的集群式研究成果。该课题集中了中国传媒大学和广播新闻界的专家、教授以及部分博士生、硕士生。课题组结合广播界的改革实践对中央电台、北京电台、河北电台、江苏电台、南京电台、天津电台等多家广播电台进行了重点的调研和研讨。该项目力争结合国内外广播新闻理论与实务的创新实践，努力从全球化视角、国情化视角架构广播新闻的理念框架，努力将广播新闻改革新鲜经验提升至理论高度，开发其中的创新内涵。由于时间和水平的局限，该课题尚有不少不足之处，课题组衷心希望听取各方意见和建议，进一步修改和充实。

《广播新闻传播与创新研究》总项目负责人为中国传媒大学广播研究方向博士生导师曹璐。

课题项目内含六个子项目，最终研究成果为六本专著，其成果是：

《广播新闻理论与创新》——课题组长为曹璐；

《中国广播产业报告》——课题组长为丁俊杰；

《广播新闻报道与节目创新研究》——课题组长为王宇、金梦玉；

《广播频率专业化研究》——课题组长为邓忻忻；

《世界广播发展研究》——课题组长为张彩；

《现代传播新技术与广播发展研究》——课题组长为潘力。

目 录

前言 / 1

第一章 广播新闻报道创新研究

一、广播新闻报道的内容操作范式 / 1

(一) 常规新闻报道 / 1

1. 常规新闻报道的领域及其操作特点 / 1
2. 常规报道创新 / 2

(二) 主题性报道 / 3

1. 广播主题性报道相关问题 / 3
2. 广播主题性报道操作范式创新规律 / 5

(三) 重大突发性事件报道 / 6

1. 广播重视重大突发性事件报道的原因解读 / 7
2. 广播重大突发性事件报道的操作程式 / 8

二、广播新闻报道制作程式 / 11

(一) 广播新闻报道体裁发展 / 11

1. 移植报刊新闻报道体裁阶段 / 11
2. 报章新闻体加入音响元素阶段 / 12
3. 创造广播新闻报道独特体裁阶段 / 12

(二) 广播新闻报道体裁分析 / 12

1. 广播新闻报道体裁分类 / 12
2. 广播新闻报道体裁发展趋势 / 13

三、广播新闻的播出方式 / 15

1. 广播新闻报道播出的一般形式 / 15
2. 广播新闻报道传播方式的演进 / 15
3. 广播新闻报道播出方式趋势 / 17

第二章 广播节目创新研究

一、广播节目的发展历程 / 19

(一) 广播节目的基本概念 / 19

(二) 广播节目创新的基本历程 / 20

1. 美国广播节目创新的历程 / 20

2. 我国新时期广播节目创新的历程 / 21

二、广播节目创新的层次 / 25

(一) 节目自身的创新 / 25

1. 节目形式创新 / 26

2. 报道方式创新 / 26

3. 节目内容创新 / 27

(二) 节目整合方式创新 / 27

1. 节目编排、组合方式创新 / 27

2. 节目播出时间的创新 / 28

(三) 节目定位创新 / 28

三、广播节目创新的走向 / 29

(一) 针对特定受众扩展节目创新 / 29

1. 更注重移动人群的收听需求 / 29

2. 发挥广播优势及时提供新闻信息 / 30

3. 为本地听众服务加强本地化 / 30

4. 服务特定群体进一步专业化 / 31

(二) 利用新技术优化节目创新 / 31

1. 结合新媒体, 发挥两种媒体优势 / 31

2. 迅速利用新技术 / 32

(三) 增强互动转变传播方式 / 32

四、广播节目创新的途径 / 33

(一) 自主创新 / 33

(二) 学习其他媒体 / 33

(三) 学习境外同行 / 34

五、广播节目创新的障碍 / 35

(一) 传播者因循守旧 / 35

(二) 创新成本高、风险大 / 35

(三) 创新的滞后性同受众需求之间的矛盾 / 36

六、广播节目创新的体系保障 / 37

- (一) 广播节目创新的物质保障: 必要资源的投入 / 37
- (二) 广播节目创新的法律保障: 相关法律法规的健全 / 38
- (三) 广播节目创新的途径保障: 学习借鉴的习惯 / 38
- (四) 广播节目创新的机制保障: 运行机制的完善 / 39
- (五) 广播节目创新的反馈保障: 评价机制的建立 / 39
- (六) 广播节目创新的根本保障: 质量机制的实施 / 41

第三章 广播新闻评论创新

一、我国广播新闻评论的发展历程 / 43

- (一) 广播新闻评论的探索阶段(20世纪80年代初—90年代初) / 44
- (二) 广播新闻评论的发展阶段(20世纪90年代初至现在) / 44

二、我国广播新闻评论的现状 & 问题 / 45

- (一) 我国广播新闻评论发展现状 / 45
 - 1. 广播评论的机构逐步健全 / 45
 - 2. 广播评论质量不断提高 / 45
 - 3. 广播评论形式日益繁盛 / 47
 - 4. 舆论监督类评论节目涌现 / 47
- (二) 我国广播新闻评论发展现状 & 问题 / 48
 - 1. 各台广播评论发展不平衡 / 48
 - 2. 近几年广播评论的总体质量不高 / 48
 - 3. 广播评论的形式比较混乱 / 49
 - 4. 高素质广播评论人才缺乏 / 50
 - 5. 广播评论理论研究落后于业务发展 / 51

三、我国广播新闻评论的发展趋势 / 51

- (一) 源于报刊评论的评论和录音评论成为主体 / 52
- (二) 主持人评论和评论员谈话出现 / 52
- (三) 形成良好的广播评论运行机制 / 53
 - 1. 建立和完善评论选题申报制度 / 54
 - 2. 建立和完善评论播出内容审查制度 / 54
 - 3. 加强同主管部门和各相关部门的联系沟通 / 54
- (四) 报道与评论相互结合发展 / 55
- (五) 搞活评论人员的管理机制 / 56

第四章 广播精品战略研究

一、精品稿件的采制 / 58

(一) 广播新闻精品构成要素 / 58

1. 新闻价值的高低和真情实感的记述 / 58
2. 精练的表现手法和音响原生态再现 / 60
3. 细节描写和场景铺垫形成视觉新闻 / 61

(二) 广播新闻精品对记者的要求 / 62

1. 学会“即景会心”式的报道, 加强记者“感受力”的培养 / 63
2. 具有创造性的思维品质和新闻美学的审美情趣 / 63
3. 采用“小中见大, 平中见奇”的新闻角度, 确定最佳采写视点 / 64
4. 掌握“特写”式报道方法, 熟练用“背景音响”多层次地烘托主题环境 / 65

二、广播精品的品牌战略研究 / 66

(一) 品牌在媒体中的价值体现 / 66

(二) 我国广电业的品牌运营策略 / 66

1. 创办名牌栏目需要领导和相关部门的支持 / 67
2. 在整合原有品牌资产基础上, 塑造广电业整体品牌 / 67
3. 以品牌频率(频道)为突破口, 进行立体化运作 / 67

三、资源整合实现宏观精品战略 / 67

(一) 实现广播精品生产的战略需要 / 68

(二) 探索跨区域跨媒体合作之路 / 68

第五章 广播创新思维研究

一、创新思维的重要性 / 72

- (一) 思维对于人类实践的重要性 / 72
- (二) 创新思维对于新闻工作者的重要性 / 73
- (三) 新闻思维 / 73

二、创新思维在广播新闻中的具体运用 / 74

- (一) 逆向性思维 / 74
- (二) 求异性思维 / 75
- (三) 问题性思维 / 76

- (四) 开放性思维 / 77
- (五) 形象思维与抽象思维 / 78
- (六) 发散思维与聚合思维 / 78
- (七) 直达思维与旁通思维 / 79
- (八) 广播节目创新思维应注意的问题 / 80

三、怎样培养创新思维 / 80

- (一) 充分认识广播自身特点和优势 / 80
- (二) 学习各项方针政策, 把握时代精神 / 81

第六章 都市新闻创新研究

一、都市广播的历史与现状 / 83

- (一) 都市广播界定 / 83
- (二) 都市广播发展 / 84

二、城市化对都市广播发展的影响 / 85

- (一) 中国的城市化进程 / 86
- (二) 城市化与都市广播 / 87
 - 1. 城市交通的跨越式发展为都市广播新闻提供了无处不在的流动听众和相当可观的广告资源 / 88
 - 2. 农村人口的大量涌入为都市广播提供了大量的移民受众, 为都市广播发挥社会整合功能提供了空间 / 89
 - 3. 社会阶层结构的日益现代化为都市广播的频率专业化和细分化提供了契机 / 90

三、都市广播发展创新的空间 / 91

- (一) 发挥伴随特性, 服务移动受众 / 93
- (二) 发挥快速优势, 彰显预警功能 / 94
- (三) 开发服务范围, 提供情感疏导 / 96
- (四) 增强互动性, 强化舆论引导 / 97
- (五) 突出价格优势, 提升经济效益 / 99

第七章 新闻类型台分析

一、类型电台分类 / 101

- 1. 商业电台类型 / 101

2. 非商业电台类型 / 102

二、新闻类型台 / 102

(一) 新闻类型台常见的编辑方式 / 103

(二) 环球资讯广播分析 / 104

1. 环球资讯广播的编排特色 / 104

2. 环球资讯广播的不足 / 106

(三) 与其他新闻类型台比较 / 108

1. 频率定位不同 / 108

2. 运作方式不同 / 109

第八章 广播谈话节目研究

一、广播谈话节目相关界定 / 111

二、我国广播谈话节目的类型 / 112

(一) 按照内容进行分类 / 112

1. 生活服务型 / 112

2. 综艺娱乐型 / 112

3. 新闻政治型 / 113

4. 心理疏导型 / 113

5. 专题对象型 / 113

(二) 按照形式进行分类 / 113

1. 交谈式广播谈话节目 / 113

2. 访谈式广播谈话节目 / 114

3. 论辩式谈话节目 / 114

4. 综合式谈话节目 / 114

三、广播谈话节目的产生背景及功能 / 114

(一) 广播谈话节目的产生背景 / 115

1. 人们需要交流, 需要沟通 / 115

2. 提高自我认同感, 了解更广阔的世界 / 115

(二) 广播谈话节目的社会功能 / 116

1. 沟通功能 / 116

2. 社会安全阀功能 / 116

四、广播谈话节目的特色 / 117

(一) 广播谈话节目的优势 / 117

1. 真实可信, 感染力强 / 117
2. 方便、平等的参与 / 117
3. 突出交流与互动 / 118
4. 低成本、制作方便 / 118
5. 时效性强 / 118

(二) 广播谈话节目的弱势 / 119

五、广播谈话节目发展前景 / 120

第九章 广播节目短信参与分析

一、目前广播节目利用短信的几种方式 / 122

- (一) 博取幸运式 / 122
- (二) 意见交流平台 / 123
- (三) 承上启下的环节 / 124
- (四) 定制特定的内容 / 125

二、目前短信参与广播节目存在的主要问题 / 125

- (一) 短信泛滥, 有节目必有短信 / 125
- (二) 节目形式千篇一律 / 126
- (三) 奖品诱惑疑问多 / 126
- (四) 短信收费高 / 127

三、广播节目中使用短信的相关建议 / 128

- (一) 规范短信的使用环节 / 128
- (二) 多种互动形式相结合 / 129
- (三) 拓宽互动内容, 提高互动质量 / 129
- (四) 提高节目主持人素质 / 130

附录1 中国广播新闻名牌栏目 / 131

附录2 广播早间新闻节目存在的问题及改进建议 / 138

一、当前广播早间新闻节目中存在的问题 / 139

- (一) 受众意识不强 / 139
- (二) 专题报道和深度报道占早间新闻报道的比例太高 / 139

(三) 节目的总体风格生硬 / 139

二、广播早间新闻节目改进建议 / 140

(一) 坚持节目的“受众本位” / 140

(二) 新闻“软”“硬”结合,以“软新闻”为主 / 140

(三) 改变新闻播报方式 / 141

(四) 恰当把握节目节奏 / 142

(五) 强调节目互动性 / 142

(六) 地方电台的早间新闻节目要因地制宜 / 143

附录3 英国的热线电话节目 / 144

一、热线节目的话题 / 144

二、热线节目分析 / 146

后记 / 148

第一章

广播新闻报道创新研究

一、广播新闻报道的内容操作范式

广播新闻报道模式的第一个环节就是内容操作范式。内容操作范式就是针对事件性或非事件性的内容,按照内容自身的特点选择最恰当的报道方式。这个环节是整个广播新闻报道模式的起点。这种内容操作范式包括前期策划——采编——选择适当报道方式进行报道三个方面。

在“内容为王”的时代,重大的事件或突发事件、社会关注的热点和焦点问题以及关系到国家和个人利益的一些举措,无疑是我们内容选取的重要资源。我们在内容操作的实践中,不断积累经验,形成一定的内容操作范式,它对于新闻报道实践是有指导作用的。

但是,我们也要看到内容操作范式并不是僵化不变的,内容操作范式也随着经验的积累、理念的更新,在不断地变化发展,创新出新的操作范式。在内容操作范式这部分,我们主要针对广播新闻报道的常规内容、主题性报道内容和重大事件、突发事件三方面介绍具体的内容操作范式特点、注意问题和创新成就。

(一) 常规新闻报道

广播常规新闻报道指的是广播新闻报道的常态内容,题材领域包括时政新闻、经济新闻、社会新闻等方面。随着新闻改革的不断深入,我国广播常规新闻报道内容单一的旧貌逐渐改变为报道面广泛、深入反映实际、反映生活的新颜。而社会转型时期的新问题,让今天的广播常规新闻报道呈现出了更多的时代色彩,如“三农”问题、环保问题、弱势群体问题等。

1. 常规新闻报道的领域及其操作特点

(1) “三农”问题的报道。农村、农业、农民简称“三农”,这项工作事关党和国家工作的全局,是关系到国计民生的重大问题,它是整个经济报道中的重要组成部分。对于“三农”问题的报道要全面了解情况,吃透“三头”,即“上头”、“下头”、“外头”。要抓住农业结构调整这个重点;要突出农村的城镇化建设,税费改革,乡镇机构精简;要把握农民增加收入的难点,并表现农民思想观念的变革。

(2) 时政类新闻报道。要注重政治性、思想性、针对性。新闻工作者一定要增强思想的敏锐性和政治鉴别力,讲政治、讲大局、讲原则、讲纪律,高度重视,精心组织,切实

做好正面引导工作。要充分灵活地运用各种报道形式,联系实际,贴近群众,有的放矢,增强新闻报道的吸引力和感染力。具体到广播而言就是多些解释,少些宣告,语言切忌文件式,多说实话,白话,深入浅出,让听众入耳、入脑、入心。

(3) 经济新闻报道。经济新闻在广播新闻报道中占有较大的比重,但由于内容枯燥、角度单一、形式呆板、术语费解,听众不爱听。为此在实际工作中,在内容上要拓宽报道视野,角度要求新,多方面反映人民的经济生活,综合把握经济报道的指导性、可听性、知识性与服务性。

(4) 环境保护新闻。近几年来,我国环境保护新闻蓬勃发展,主要有以下几个方面的原因:一是随着我国经济的快速发展,环境污染、生态破坏日益严重,环境保护与经济发展的矛盾、环境恶化与人民群众对环境质量要求提高之间的矛盾日益尖锐,为此,环境保护的严峻现实客观上要求新闻媒体加强报道的力度;二是党和国家的重视。“经济的可持续发展”、“科学发展观”、构建“和谐社会”一系列口号的提出都与环境保护问题紧密关联;三是随着人民群众生活水平的提高,环境意识日益增强,公众要求改善环境的呼声日益强烈,环保问题成为全社会密切关注的焦点之一。环保问题新闻报道首先要从环境保护、可持续发展的角度去分析新闻事实,找出需要引起重视的问题。其次,用联系的眼光全面分析问题,不要就环保论环保。第三,从人民群众的关注点入手来报道环保问题。与人们日常生活、身心健康、经济利益相关的环保问题最容易引起群众的关注。因此在报道上要有有一个受众观念,选取大众关注和感兴趣的报道角度来表现。

(5) 弱势群体报道。社会弱势群体,是一个用来分析现代社会经济利益和社会权利分配不公平、社会结构不协调不合理的概念,指社会地位较为卑微、较少机会获得社会资源、需要借助外在力量支持的社会群体。在我国,社会弱势群体主要包括生理性弱势群体、贫困农牧民、城市边缘人群体、失业下岗人员、天灾人祸中的困难者等。近两年来对弱势群体的报道,涉及面最广,涉及人数最多是对民工工资问题的报道。

(6) 批评性问题报道。广播应以正面宣传为主、以表扬为主,但是适当地使用批评报道,同样能收到良好的效果。中央台关于揭露黑龙江省双城县双城堡火车站少数员工野蛮装卸、摔坏洗衣机 93 台的一组连续报道,持续一年多,发表各种体裁的报道四十多篇,引起全国各行业的普遍关注,不仅推动了铁路路风的转变,也促进了全国各行各业党风、民风的好转。在进行批评性报道时应注意:不要激化矛盾,影响安定团结;不能造成恐慌,影响社会稳定;不要故意炒作,刻意煽情,过度渲染,追求轰动效应,把批评报道庸俗化。由于一些原因,不宜做公开报道的,可以写成内参,不过要注意报道的分寸,报道的负面效应,达到动机与效果的统一。

上述几种报道领域只是目前我国广播常规新闻报道的一部分,此外,还有文化、教育、科技、社会、医疗等领域。

2. 常规报道创新

通过对广播常规新闻报道的大致描述,不难发现由于其题材的不同,特点各异。但是在内容的创新上,它们还是有共性可循的。表面上它们都是一般性的广播新闻报道,对于常态事物的创新,求解方式就是寻找其非常态因素。笔者主要从宏观层面来把握常态报道的内容创新——树立常规新闻报道的问题意识。

所谓问题意识,首先是指对一些潜在矛盾和问题的认知,即发现自觉;其次是指能够提出问题和解决问题的思路,这是一种责任自觉和认识自觉。马克思曾说,问题是公开的,无畏的,左右一切个人的时代声音。问题是时代的口号,是它表现自己精神状态的最实际的呼声。

在自然科学领域,有学者把问题分为三种类型,即呈现型、发现型和创造型。呈现型问题是指刚刚被人们发现和提出的显性问题;发现型问题是指刚刚被人们提出的潜性问题;创造型问题是指在人类实践面前尚未形成、尚不存在的问题。在新闻报道领域,问题的类型也大致如此。在新闻报道中一提到问题,第一反应想到的是负面、阴暗面;一提到报道问题,又容易想到揭露、曝光、批评等难度、敏感度很强的监督性、批评性报道。事实上问题的内涵是丰富的,“问题”是人类社会和自然界消极、负面的现象以及等待解决的矛盾和疑难。在常态新闻中挖掘问题,其中包含受众欲知的负面信息,同时,也包含着矛盾和疑难。而矛盾和疑难绝非仅仅是消极负面的东西,也包含着中性的甚至是积极的矛盾和疑难(弄不清的地方和问题以及尚待解决的问题)。

具体而言,抓问题要注意着眼于全局,就是要善于选择那些对全局有指导意义的问题进行报道,而不是局部的、个别的、一时性的问题;要着眼于稳定。稳定是全党工作的大局,也是新闻舆论工作的大局,媒体、记者在选择报道问题时,要有稳定大局的政治责任感;要着眼于建设性。选择挖掘热点问题要以社会效果积极向上、不给政府工作添乱为目的。

(二) 主题性报道

主题性报道是新闻报道中最具影响力的部分。它一般包括一级党委、政府重要的政治活动(如“两会”)、成就报道、改革报道、抗灾、战事报道、典型报道、科技报道、金融报道等影响巨大、意义深远、牵涉面广的战役性报道。^①其特点就是政策性强、宣传性强和意义重大,往往是我们常说的“硬新闻”。其中包含的工作、成就、经验性报道所依托的事实不是单一独立的事件,而是时空交错、繁杂无序、丰富多元的新闻事实素材的“富矿”。并且这类报道又要求阐释背景、揭示本质、预示趋势,在传达事实的同时还要传达理念,要求多层面多角度地挖掘深层信息,提升新闻价值。所以在新闻实践中,重大主题性的报道“难做”、“难做好”、“难做得好听”。^②因此,主题报道的操作范式创新,就成为了新时期广播新闻理论研究与实践操作的重大课题。广播新闻工作者应在实践中不断探索主题报道范式,提高自己的政治敏锐性和新闻洞察力,增强策划处理重大主题新闻的能力。

1. 广播主题性报道相关问题

主题性报道由于题材较硬,政治性、宣传性较强,广播媒介在内容把握上应注意避免以下几种情况。首先,工作报道、成就性报道避免长篇累牍,避免数字堆砌式的写法和文件式的语体。这些都不符合广播线性传播的特点,不利于听众接受信息。其次,典型性报

^① 孟黎:《重大主题广播新闻传播思维变式》,《中国广播》,2004. 11。

^② 冀国锋:《非事件性新闻报道的策划》,《中国广播》,2005. 6。

道尤其是人物典型报道,避免人为的拔高。这种高大全的形象脱离实际,容易引起听众的反感,不利于树立典型形象。第三,政治活动性报道避免走会议报道的俗套,陈旧的会议报道方法容易将最重要的新闻信息淹没在众多杂乱信息当中,不利于听众掌握最重要的新闻信息。第四,政策宣传性报道,要避免理论架构很高却缺乏联系实际的报道方法。调子过高,不能引起听众的共鸣和接近性,传播效果自然不佳。

针对主题性报道,广播媒介应该从自身的媒介特点出发,从听觉规律出发,制作出社会普遍关注的、可听性强的主题性报道。目前,我们的广播主题性报道在这方面的探索已经取得了一定的成绩。在“两会”报道、“科学发展观”报道以及典型报道方面,部分电台已在实际工作中已经有一定的创新之举。

每年新春三月的全国“两会”报道,各广播电台都作为一个重要宣传战役来安排部署,不少电台把全国“两会”报道都视为全年新闻报道的第一号战役。在2006年“两会”报道中,中央人民广播电台时政部根据《中央领导同志参加团、组活动新闻报道及记者管理要求》,结合广播近几年在时政报道方面的探索,以及2005年“两会”报道的一些成功做法,提出了这样的报道方针:在严格遵循有关规定的前提下,密切结合会议内容和领导人讲话主旨,使之在报道中得以充分体现。在形式上要发挥广播“以声达意”的特点,通过精心录制、剪辑现场音响,努力把领导人的思想和风采表现出来。^①他们一般采用全部用录音新闻报道中央领导到团、组消息的形式,用现场的音响还原会议场景、展现领导人风采,拉近“两会”与老百姓的距离;在报道体裁方面多运用广播特写体裁,捕捉最生动感人的对话和场面,将会议报道生动化;还利用网络平台构建直播印象,进行同步全息式的报道。其他省级广播电台,在制作“两会”报道时,注意前期的策划,围绕“两会”热点焦点,通过接近性原则制作出独家报道值得称道。另外,他们也注意运用现场高质量的音响,突出广播主题报道的特色,如山东人民广播电台和广东人民广播电台。

“科学发展观”是我们党以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导,从新世纪新阶段党和国家事业发展全局出发提出的重大战略思想。从2006年3月21日起,中央主要新闻媒体纷纷推出了以“落实科学发展观”为主题的一系列宣传报道。中央人民广播电台中国之声,在报道手法、内容、形式上都较以往有了更多的创新和提升。主要在以下几个方面进行了突破。首先,要靠立意抓新闻。报道在于立意,强调的是它的针对性和新闻性,是在满足受众信息需求的过程中体现宣传的意图。中央台“落实科学发展观”的相关报道,从立意上看,基本上以一个省的发展动向作为构思主题,这样便于将问题做实做深,便于抓住矛盾化解矛盾,符合受众的切身需要。其次,要靠深度抓问题。通过增加报道的深度、厚度,贴近实际、贴近与人民利益密切相关的事物和现象。第三,要靠细节求生动。强调细节,增强报道的可听性,拉近报道与听众需求的距离。第四,要靠音响显真切。通过恰当地运用音响,增强广播主题性报道的现场感、立体感和真实感。第五,要靠语言显特色。为听而作,符合广播的听觉规律,便于牢牢吸引住听众。^②

典型(人和事)报道及宣传,是主流媒体的家常便饭,也是看家手艺,做好了可以提升和扩大媒体的权威性和社会影响力。但是以往我们的广播典型报道手法相对陈旧,没有

① 《又是一年春绿时——部分电台全国“两会”报道创新扫描》,《中国广播》,2005年5月。

② 蔡万麟、夏威:《让宣传报道符合传播规律——感悟落实科学发展观报道》,《中国广播》,2005年8月。