

2007中国广播影视 理论研究

主 编：黄凤鸣

2007zhongguoguangboyingshililunyanjiu

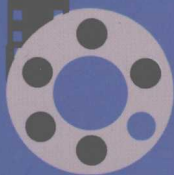
中国



广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

DV中国



2007 中国广播影视理论研究

黄凤鸣 主编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

2007 中国广播影视理论研究/黄凤鸣主编.-北京:中国广播电视出版社,2007.6

ISBN 978-7-5043-5388-7

I.2... II.黄... III.①广播工作-理论研究-中国
②电视工作-理论研究-中国③电影理论-理论研究-中国 IV.G220 J90

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 135290 号

2007 中国广播影视理论研究

主 编	黄凤鸣
责任编辑	阎维峰
封面设计	阎先宏
监 印	赵 宁
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号(邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	山东和平商务有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数	430(千)字
印 张	18.75
版 次	2007 年 6 月第 1 版 2007 年 6 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-5388-7
定 价	30.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

顾 问

李 强 张永伟 孙乐春 李树兴

林钰涛 郭延彬 张青文

主 编

黄凤鸣

副主编

张永伟 闫先宏 魏照河

张青文 常 提 李 蕾

董有民 常 明

目 录

新 闻

新闻策划与现场采访	孙海丽(3)
浅论广播新闻的短与细	谭 伟(4)
广播节目主持人的形象	王春梅(5)
广播网——电台发展的新领域	周 晓(6)
编稿“四部曲”	张乃睿(7)
对广播频道专业化的一点思考	刘 宏(8)
新闻采访如何提高提问技巧	任晓梅(10)
城市广播电台发展的动力	吴 戈(11)
创新是广播发展的根本出路	王春梅(12)
论写好新闻报道的标准和尺度	谭 伟(13)
论广播音乐节目与听众的沟通和交流	薛冰芝(14)
党员电教片的选题	宰祥恩(15)
电视人物纪实节目创作中的误区	邵 卫(16)
电视色彩的运用	赵 慧(18)
浅论采访前的准备工作	王春梅(19)
电视现场纪实手法形式新探	曾 永(20)
对广播交流节目制作的一点看法	王 宁(21)
发现规律 讲究方法	孔令霞(22)
法制记者怎样做好案件报道	李琳娜(23)
略论新闻单位做好公共关系工作的必要性	王 峰(24)
广播现场直播的社会效应	张大为 周 晓(26)
浅谈广播媒体中公益广告的传播和优势	袁 昕(27)
关于户外直播节目应当注意问题的思考	邢 军(28)
关于县级电视台经济节目的思考	范 峰(29)
广播媒体形象的塑造与广告经营	李晓村(30)
广播新闻评论节目面面观	童文霞(31)
广播音乐节目面临的危机与对策	张大为 殷 欣(32)
精推典型宣传 打造栏目品牌	秦冬梅(33)

再谈如何强化典型宣传	崔俊彬(35)
论服务节目娱乐化	袁 昕(36)
浅谈传统广播的网络化发展	童文霞(37)
关于第五代和第六代电影革命的思考	陈 默(38)
论新闻报道的立体化	于保军(40)
论新闻性电视节目的现场纪实手法	曾 永(41)
论影响文化消费结构变化的几个因素	丁曼玲(42)
媒介的整合与受众的细分	张延蕾(43)
拍好纪实风格党员电教片应注意的几个问题	宰祥恩(44)
浅论新闻采访中的细节表达	曾 永(45)
浅论新闻敏感	郭剑波(46)
浅谈电视新闻导语及其写作	张 萌(48)
浅谈电视新闻的文化属性	董凌云(48)
浅谈日照广播电视台虚拟演播室的搭建	焦 旸(50)
浅谈如何增强电视新闻的真实性	董凌云(51)
浅谈如何提高电视新闻收视率	何媛媛(52)
浅谈网络广播电台	吴 戈(53)
浅谈新闻记者的新闻敏感	丁向东(54)
浅谈行风热线类节目在构建和谐社会中的作用	邢 军(55)
浅谈有线电视的营运	靳 娅(56)
浅谈如何做好县级电视新闻宣传工作	丁向东(57)
浅析纪录片的纪实性手法	李德芝(58)
浅议广播节目整体与局部的关系	侯 波(59)
浅议如何吸引听众注意力	谭 伟(60)
创新消息报道角度的方法和注意的问题	秦冬梅(62)
让广播搭上网络的翅膀	李国梁(63)
如何办好联办专题性栏目	邵 卫(64)
如何经营地方广播品牌	侯 波(65)
如何做好“民生新闻”的报道	任晓梅(66)
社会新闻如何适应社会变革	秦冬梅(67)
市场化,广播发展的必由之路	武 伟(68)
用创新思维带动广播创优	张乃睿(70)
“有偿新闻”当禁绝	郑艳秋(71)
再谈媒体编辑素质的培养	刘要停(72)
怎样做好电视深度报道	王万付(73)
找准广播位置,赢得竞争先机	武 伟(74)

如何拓宽互动型娱乐节目的空间	隋肖月(75)
创新实践实现广播跨领域融合	杜晓红(76)
利用网络媒体做好新闻的深度报道	杜晓红 满 晴(77)
应加强和改进对经济工作的宣传报道	褚洪良(78)
新闻敏感重要性刍议	班昌林(79)
谈电视专题节目中音响的运用	张 伟(80)
浅论电视节目主持人的现场意识	曾凡红(81)
浅谈电视娱乐节目中的音响运用	王云霞(82)
小议娱乐新闻和新闻娱乐化	赵 慧(83)
对电视媒体提升核心竞争力的思考	孙启娜(85)
电视人——电视艺术的创造者	杜向黎(86)
电视记者要有名牌意识	孙启娜(87)
论《百姓健康》节目中的造型艺术	李雅梅(88)
纪录片的价值在哪里?	王 展(89)
浅论新闻评论的根本特性	李冬雷 渠玉峰(90)
坚持正确的舆论导向是新闻工作者的天职	常 提(91)
从新闻策划到与时俱进	孙 茜(93)
“行风热线”:民主与监督的有益探索	王 伟(94)
从《琅琊风云榜》谈访谈类节目的得与失	刘金鹏(95)
收视率在电视节目评估与广告运作中的误区	范 静(96)
论方言节目要处理好的八大关系	郑 鹏(97)
采编新闻稿件应注意的几个问题	段希全(99)
关于创办广播名牌栏目的探析	张安婧(100)
案头准备工作新闻采访成功的关键	宋艳丽(101)
传媒话语生产与控制	唐云东(102)
电视新闻深度报道的促进作用	张海燕(103)
论新闻节目的电视化	戚静文 杨 静(104)
浅析电视节目主持人的镜头感	张宝兰(106)
浅述电视专题节目的艺术性	韩萌萌(107)
论地方电视台节目的本土化运作	沙 森(108)
理性思考收视率	郝光华(109)
广告创意中的感性诉求	周 翔(110)
电视栏目“约会意识”之我见	张 颜(111)
地方特色:地市级电视台的活力之源	张建国(112)
《绝对挑战——巅峰营销》之我见	刘 义(114)

关于民生类新闻栏目的思考与建议	何平哲(115)
电视新闻编辑应有的素养	王 娟(116)
试论电视音乐的结构特征	陆怡驰(117)
论 21 世纪电视传媒的责任与品格	石杨雪(118)
电视转播车车体设计的相关要求	王民强(119)
电视叙事声画一体论	石杨雪(121)
从影像到文字:视觉文化时代的反思	王 展(122)
试论电视演播室的空间特征	陆怡驰(123)
电视大众文化研究的几种视角	王 娟(125)
新闻与新闻报道	李冬雷 渠玉峰(126)
浅谈新闻规律	孟凌云(127)
对电视新闻创优的几点思考	李 蕾(128)
电视新闻长镜头的视觉效果	曾 永(129)
主流媒体启示录	齐丽丽(131)
频道专业化的再思考	贾晓丽(132)
广告诉求方式与受众心理	杨志伟(133)
浅谈地方台春节晚会的创作理念	陈 默(134)
电视新闻编辑的原则与技能	王 娟(136)
浅谈电视节目编排中的思考	宋晓彤(137)
谈电视音乐结构的特殊性	杜向黎 于文军(138)
论电视栏目管理	王 芳(139)
运用多重视角展示专题内容	李雅梅(141)
试论广播的发展优势和机遇	王英姿(142)
浅谈新闻写作的创新	黄 洁(143)
试述新闻采写中的思维运动和方法	渠玉峰 李冬雷(144)
浅谈舆论监督应遵循的原则	马国君(146)
浅谈新闻报道的重要性	王英姿(147)
试述如何做好新闻标题	渠玉峰 李冬雷(148)
新闻的基本定义	孟凌云(150)
浅谈新闻工作者基本素质的提高	陈 刚(151)
做强做好节目是广播发展的立台之本	许如华(152)
以“热线”为载体 促进行风建设	王 伟 朱晓东(153)
试论宣传质量与社会效益的关系	刘永刚(154)
如何做好会议记录	郑念玲(155)
从“看”新闻浅谈电视新闻镜头语言	陈 刚(156)

如何提高民生新闻节目的质量	于 涛(158)
浅谈对新闻策划的几点认识	尤红芹(159)
边缘受众如何对媒介文本解码	戚静文(160)
论电视“科学、教育”频道的生存之术	杨 静 石杨雪(161)
谈经济节目中音响的运用	于 涛(162)
初探特殊题材的采访技巧	张宝兰(163)
试析电视频道的品牌化策略	王金枝(165)
新闻报道策划的作用及应遵循的几个原则	魏照河 杨 春(166)
浅议电视新闻记者的平民意识	张 艳(167)
浅谈电视综艺节目的起落	杜 凤(168)
论电视编辑的创造思维	王金枝(170)
怎样认识纪录片的虚构	路 军(171)
舆论监督:为和谐社会助力	张 艳(172)
试论电视节目如何做到“三贴近”	邓风伟(173)
浅谈现场采访的技巧	刘建国(174)
运用多种技巧,成功进行采访	崔著礼(176)
浅谈电视谈话节目运作中需注意的几个问题	苑晓光(177)
运动镜头应符合审美规律	于 涛(178)
谈谈记者的平民意识	杜 凤(179)
试论电视新闻的平民化	曾 永(181)
怎样让广播事业再创辉煌	王安军(182)
塑造精品文化 打造品牌电视	任 哲(183)
市级电视娱乐节目的本土化潜力	杜 凤(184)
从新闻策划到与时俱进	孙 茜(185)

播 音

感悟从播音到主持的转变	李 静(189)
电视主持人队伍的建设与管理	常 提(190)
广播节目主持人的语言魅力	郑艳秋(191)
浅谈主持人队伍建设与管理	朱晓东 王 伟(193)
说说基层电视新闻播音员的形象塑造	石礼艳(194)
谈谈如何播好新闻	满 晴 杜晓红(195)
浅谈广播音乐节目的运作方法	班昌林(196)
谈节目主持人的内在功夫和外在魅力	安林娜(198)
浅谈电视主持人的素质积累	高斯雅 李春梅(200)
论主持人在节目中的情感体现	李 静(202)

试谈农业电视节目主持人的个性魅力	苗 帅(203)
浅谈和谐社会下电视主持人的定位培养	王 深(204)
试论电视节目主持人的记者角色	张宝兰(205)
浅谈播音员在口播新闻中的整体形象	李 蕾(207)
主持人的角色把握	杜 凤(208)
论主持人的文化修养	张青文(209)
浅谈主持人应如何面对冲击	王安军(210)
播音主持创作状态的进入与获得	王 娜(212)
略谈电视节目主持人的个性风格	王 深 于文军(213)
关于提高电视节目主持人素质的思考	王 深(214)
试谈电视节目主持人的个性特色	杜 凤(215)

管 理

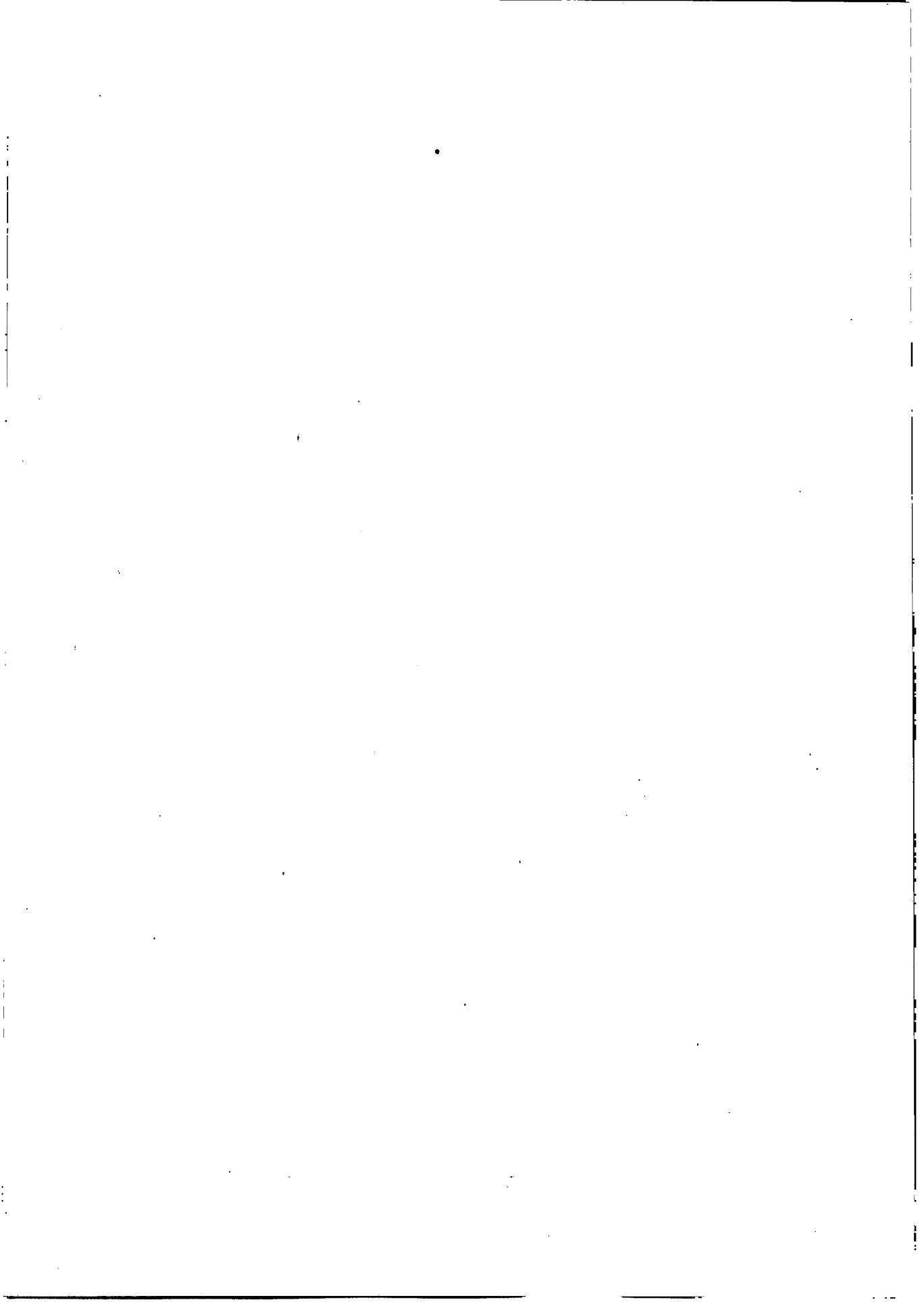
博客——新型广告载体	焦修建 董文秀(219)
城市广播广告营销模式分析	孙 灿(220)
档案交接工作出现的问题及对策	李芳歌(221)
电视广告的目标营销	李 坤(222)
网络图书馆信息资源和信息开发	王丽娟(223)
论县级以上图书馆人力资源管理的方法	张 萍(225)
浅谈分类信息在广播经营中的地位	魏 琪(226)
浅谈广告赞助	孙 灿(227)
农村图书室发展之路的探讨	马 惠(228)
浅谈如何做好广播电视档案工作	刘 栋(229)
浅谈如何做好广播电视声像档案的归档工作	王洪芹(231)
浅谈图书馆的现代化建设	江 洁(232)
浅议广告策略的“八从”	李德芝(233)
“送礼”广告中的诉求创新	王晓萍(234)
论图书馆人力资源管理对策	张 萍(235)
中国广告发展国际化与本土化	石杨雪 戚静文(237)
浅谈如何实现档案馆的社会功能	刘 栋(238)
浅谈农村图书馆事业发展	马 惠(239)
资源共享与档案信息控制权	郑念玲(241)

技 术

Gysel 同相合成网络的原理及应用	黄 光(245)
电视拉镜头的具体应用	张宗天(246)

多进制正交幅度调制(MQAM)简介	李兴忠(247)
浅谈非线性编辑网络的管理及维护	杨建强(249)
广播节目录音与制作	吕晓燕 姜 波(250)
广播电视网络管理系统	王 磊(252)
浅谈数字电视技术监测的必要性	李增忠(253)
利用有线电视网建立用户宽带网	吴萌萌(254)
电视发射技术的概述	刘贤平(256)
论电视技术的数字化	王民强(257)
非线性编辑系统的管理与维护	杨京屯(258)
浅谈城域双向有线数字电视网络结构	张彦钦(259)
浅谈高功放的非线性失真及其补偿技术	李兴忠(261)
数字电视技术及其在有线电视网中的传输	梁 辉(262)
卫星接收系统常见故障及处理方法	李丽华(263)
全固态化发射机的性能、使用和维护	王源福(264)
如何正确理解和调节使用摄像机的白平衡	王纪明(266)
时间码原理及应用	程 艳(267)
视频服务器网络在播出系统中的应用	杨建强(269)
视频信号处理电路简介	李正杰(270)
数字广播浅析	林 涛(271)
数字化时代电视媒体经营模式	刘 亮 胡明霞(273)
数字录音设备同步技术	王志远(274)
卫星广播与有线电视网络技术	霍邴成(275)
无带化直播数字演播室系统	耿录祥(276)
县级电视台制播一体网的使用概况	王晓杰 李春梅(278)
薛城电视台实践硬盘自动播出系统之体会	石礼艳(279)
简论有线电视的监测	李孝凤(281)
有线电视前端故障的分析与分析排除	卢翠山(282)
有线电视网络技术现状及展望	张 静(283)
有线电视网络与智能化小区	霍邴成(284)
有线电视系统的安装维护	褚福利(286)
有线电视系统的防雷接地措施	卢翠山(287)
中小型有线电视系统的检修方法	褚福利(288)
等臂 3dB 桥滤波式双工器在我台电视发送设备上的应用	黄 光(290)
坑道内通风系统的改造	宿明洪(292)
视频端子基本功能完全解析	卢翠山(294)

新闻



新闻策划与现场采访

孙海丽

策划在新闻报道中的作用越来越重要,但是策划并不能独立存在,只有与记者的现场采访相结合,才能达到预定的报道目的。缺少策划或策划不到位的采访报道没有连续性,不能形成鲜明的风格和特色;但是把握不好策划的“度”,处理不好事先策划与现场采访的关系,也往往会事倍功半,收不到预期的效果。在处理策划与采访的关系上,应注意以下几个方面:

第一,策划不能一锤定音,要全程跟进,即时调整。

策划是报道的开始和准备,策划的实现关键靠记者现场采访。因为受实践的约束和限制,所以不能闭门造车、任意杜撰。这就存在着策划与实践能否吻合的问题。现实是变动的,所以策划也应是动态的、变化的,才能适应多变的现实。现实是复杂、流动和变化的,正是因为这种复杂、流动和变化,才使生活丰富多彩,才使报道新意迭出。熟谙这一点,策划就不能一锤定音、一劳永逸,要在记者的采写过程中全程跟进,不断调整采访思路 and 采访要点。

第二,策划不宜过细,既要重点框定,也要激发记者开阔采访思路。

策划的作用在于确定主旨、规定范围、规划采访行动,属于宏观调控。无论一次性报道,还是持续时间较长的系列报道,都应该在策划上下大气力。但是策划不能过细,不能越位,不能把记者手脚捆得太死,使记者像学生考试填空一样去完成策划者圈定的题目,这样便扼杀了记者的主观能动性,只是机械地完成规定的计划,而忽视实践中的新情况新问题,不注意去发掘采访过程中新的触发点,而这些往往是报道成功的关键所在。有一些记者下大力气策划的重点报道,结果不如人意,达不到预想的效果,一个重要原因就是策划越位,越俎代庖,捆住了记者的手脚。策划的重点是要确定的,要使记者明确主要任务,但是在确定重点的同时要提出多种思路和方案,考虑到与主题有关的可能出现的其他方面,打开记者的思维之门,使其以积极的探索思维面对所接触的现实,这样有利于调动记者的能动性,写出精品佳作。

第三,强调现场应变,创造性地与策划初衷相结合。

实际情况与策划初衷有相当大的距离,如果仅按照计划采访,恐怕写成的稿子连发表的水平也达不到。只有思路开放,灵活处理策划与实际的差距,将策划与实际创造性地结合起来,才能避免失败。

第四,允许突破策划设想,写出与策划初衷不同的好稿件。

在策划中,往往不只是确定选题,而且要确定采访对象、采访路线、采访方式,以及各路采访之间的协调等,以保证整个采访计划的成功实施。这对被派出的记者压力很大,时间紧、任务重,有时竭尽全力也难以圆满完成。在这种情况下,虽然对采访对象而言,采写活动是主动的,但是对于事先确定的策划而言,则基本上是被动的。只要采访对象与预先

想象的不一样,就会发生新的情况,原先的计划就难以进行。记者在设法完成任务的同时,还要有自己的独立思考。否则形成思维定式之后,就很难觉察,就会长期影响自己的报道质量和业务素质的提高。

(作者单位:枣庄人民广播电台)

浅论广播新闻的短与细

谭 伟

新闻要短,广播新闻更要短。短的外在表现是字数减少,本质要求应是主题更鲜明突出,内容更生动扎实。这就是说,新闻由长变短不单单是字数的减少,还有质的凝练和提高,能够小中见大,平中见奇,耐人寻味。但是,有些记者对“广播新闻是浓缩体”这个观点存在某些偏见。主要有以下几点:

一、“广播新闻篇幅短,不用深入采访。”

这种偏见目前颇有市场,致使有的记者不愿深入基层,不肯接近群众,不做细致的大堆材料。从中寻章摘句,敷衍成篇,还美其名曰“抓一带见”。再看,抓来的东西怎么样呢?短是短了,内容却是平淡如水,毫无新意。显然这是单纯追求文字短带来的弊病。若把工夫用在浓缩提炼上,“简报”上的数字和过于简单的情况就不能满足要求了,非深入基层抓新鲜、生动的材料不可。从来稿情况看,那些有价值、能够在群众中引起反响的新闻,大都是作者深入基层、细致调查、精心琢磨出来的。

二、“广播新闻容量小,材料多了用不上”。

这种认识除了有轻视采访的意向外,主要是对广播新闻的表现手法不得要领。单从文字多少来看,短了自然容量就小,但若注重浓缩,戒绝空话,用较少的文字,仍然可以表现丰富的内容。至于材料多了也用不上,不单是广播新闻,报纸新闻也是如此。谁也不会把采访得来的材料一股脑儿写进去。人们常说的采访以十当一,写作以一当十,便是收集材料和运用材料的辩证关系。但是一条新闻的成败,不在于写进去多少事实,而要看写进去的材料是不是深刻地揭示了主题。

三、“广播新闻分量轻,反映不出作者的水平。”

这里所说的“分量”,也是用文字的多少来衡量的,这是片面的。一件新闻有没有分量,虽说作者主观上有个估价,但最终还要看播出后的效果。如果说文字长了就有分量,会议消息该算最有分量了,但是听众并不认这个账。听众点名表扬的好稿,没有一件是长篇的会议消息。相反,那些能够振奋精神、启迪思想、引起警觉的短消息却受到普遍好评。

广播新闻在强调短的同时,还要注意细节描写。生动的细节描写具有一种感人的力量。但是,有些记者认为,写广播新闻,只要把事件写得清楚、准确、简练就行了。其实,一篇枯燥、干巴巴的广播新闻是不会引起听众兴趣的。往往能打动听众的消息,很多是有精彩的细节描写的。如果只写概貌,没有细节描写,就像雾中观花,只见一个轮廓,模模糊糊

看不真切。

广播新闻更要注意细节描写,还因为它具有稍纵即逝、难以捉摸的弱点。用一些概念化、抽象式的叙述,使人勾不起兴趣、打不深烙印。因此,要发挥广播优势,就得在调动听众想象能力上下工夫,注意细节描写,尽可能地把消息写得具体、生动、形象,有立体感。因为,恰当地运用细节,可使新闻产生引人入胜的效果,有助于广播新闻的可听性。一篇成功的广播新闻,一开始就应紧紧抓住听众,给听众以“如见其人,如闻其声,如临其境”的感觉;恰当地运用细节描写,有助于提高广播新闻的可信性,使新闻具有真实感。俗话说:事实胜于雄辩,要善于用事实说话,恰如其分地进行细节描写就是一个重要的方法;恰当地运用细节,有助于深化报道主题,给听众留下较深刻的印象。

(作者单位:枣庄人民广播电台)

广播节目主持人的形象

王春梅

广播主持人,是以一个真实的自我出现在广播节目里,他的形象如何,直接关系到节目的实际效果。我个人认为,除了节目内容对主持人形象的影响之外,一般来说,主持人的形象塑造离不开三个要素,即:情感、语言和个性。

一、情感是节目主持人形象塑造的基础。

广播是依靠声音来传播信息的,没有感情色彩的声音是不会感染听众的,主持人自己必须有情,有体贴、关心、热爱听众的热烈感情,才能使声音亲切感人、甜美自如,才能使听众在对这种细腻传神的有声语言的感知和体验中,充分运用形象思维的能力来捕捉主持人的音容笑貌,逐渐在头脑中形成一个固定的、可依赖的美好形象,可以说,热烈的情感是主持人形象塑造的基础,那么,主持人真挚的感情是怎样产生的呢?

首先,主持人应该对自己有一个准确而真实的理解和认识,要根据节目的宗旨与内容,选准自己的位置与角度。

其次,情感的产生不但来源于对自己本身的了解,还来源于对自己服务对象的了解。主持人只有熟悉自己的服务对象,体会他们的酸甜苦辣,才能建立起真挚的情感。这就要求主持人要根据节目的服务对象,深入到现实生活中去,了解他们的思想、情感、气质、语言等,在和他们的接触中,丰富知识、建立感情、产生共鸣。这样,主持人在播音室里就容易产生亲切的对象感,好像自己面对的不是话筒,而是那些熟悉的听众。由此而发出的声音,便可以达到“音与意合”“态随意变”,使感情色彩变浓,以取得事半功倍的效果。

二、语言是节目主持人形象塑造的手段。

广播节目的主持人只能通过电波传送的有声语言,来塑造自己的形象。这种形象没有外形,听众看不到,只有通过“想象”来感知、领略,才能达到“闻其声如见其人”。毋庸置疑,有声语言就成了广播节目主持人形象塑造的最重要的手段。那么,什么样的有声语言

能够更有利于主持人形象的塑造呢?

(1)亲切感人。广播语言较之书面语言与视象语言更容易使听众去捕捉其内在的感情信息。主持人一般是以听众的朋友身份出现的。

(2)生动形象。如果主持人的语言干枯、呆板,空话连篇,就会使听众索然无味。这时,出现在听众头脑中的就是一个苍白的形象,就很容易引起听众的反感。如果使用生动形象的语言,就可以使主持人活灵活现地出现在听众面前。

(3)准确鲜明。主持人的语言不准确鲜明,不仅会影响传播效果,而且会使听众对主持人丧失信赖感。这就要求主持人的语言一定要用词贴切、准确,要掌握大量词汇,精通语法规则,注意用词造句的规范性。

(4)通俗易懂。要想使听众产生同一个人面对面谈心的心理状态,主持人就不能板着脸孔念稿子,而应该使自己的语言更接近于生活。

三、个性是节目主持人形象塑造的升华。

听觉形象一般来说是较为抽象的,需要听众能动地调动自己的生活积累来最终完成。因此,广播主持人形象的个性化比起其他形式来说,更为重要。主持人把自己的语言处理得越有特色,形象也就越鲜明,听众才会不断地加深印象。

在塑造主持人个性形象时,要做到自我与内容的统一。主持人不是演员,不需要离开自己去创造新的陌生的角色,只需要从自我出发充分发挥自己的特点。但是,这个特点的发挥,个性的体现,必须依赖于节目的内容。离开了节目的内容,一味追求个性的表现,就会破坏整个节目的格调。内容对于个性并不是桎梏,而是使个性得以充分发挥的基础。

(作者单位:枣庄人民广播电台)

广播网——电台发展的新领域

周 晓

进入 21 世纪,信息技术的发展和网络的迅速崛起,对现代传媒业的结构形态产生了重要影响。互联网信息的及时性、丰富性、全面性、互动性已经将传统媒体各自优势融为一体并形成一种全新的信息传播方式。从这几年的发展状况上看,广播网的确存在它巨大的发展空间和其特有的优势。

一、进一步丰富了传统广播的内容和形式

广播与网络的融合是一场深刻的变革,利用互联网的广播信息数字化技术和高速度、高容量的光纤通信技术及交互技术等高新技术,可以克服传统广播的弱点,跨越时空的限制,极大地扩大传播范围,改变传播的方式,为广播发展提供了一条全新的道路。广播与网络融合以后,部分节目内容可以在网页上用文字表达,也可以加上图片、图像,听众不仅可以听广播,也可以“读”广播。这种听觉与视觉的结合,进一步拉近了电台与受众的距离。听众在网上可以看到以文字和图像形式提供的节目材料以及主持人介绍,还能与其他网友即时互动交流,更容易给人留下深刻印象,利于广播达到更好的传播效果。