



天津人民廣播電台

主 编 李英华 张今路 吴 双

获奖作品选

2006 年度 (下)

获奖优秀论文选

天津科学技术出版社

天津人民广播电台

获奖作品选

2006 年度（下）

获奖优秀论文选

主 编 李英华
张今路
吴 双



天津科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

天津人民广播电台获奖作品选2006年度. 下 / 李英华, 张今路,

吴双主编. —天津: 天津科学技术出版社, 2007

ISBN 978-7-5308-4304-8

I. 天… II. (1)李…(2)张…(3)吴… III. 广播节目—作品集

—天津市 IV. G229.272.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第078768号

责任编辑: 吉 静 曹 阳

责任印制: 白彦生

天津科学技术出版社出版

出版人: 胡振泰

天津市西康路35号 邮编: 300051

电话: (022) 23332393 (发行部) 23332392 (市场部) 27217980 (邮购部)

网址: www.tjkjcs.com.cn

新华书店经销

天津市宝坻区第十印刷厂 印刷

开本 850 × 1168 1/32 印张28.125 字数 715 000

2007年6月第1版第1次印刷

定价: (上下册) 50.00元

目 录

一等奖

打造核心竞争力 寻求广播发展新空间

——关于提高主流媒体舆论引导能力的几点思考

..... 李英华(1)

“三贴近”

——队伍建设永恒的主题 李英华(11)

新闻是一种选择 谢百勤(18)

好节目从创意开始

——《观点》节目的创新实践 ... 徐毅立 刘 凯 兰 新(24)

从天津广播频率专业化改革看广播分众意识的重构

..... 安 迅 何 娟(31)

整合·联合·融合

——天津区县联盟广播思考 熊其新(42)

保持传媒的严肃性

谈节目主持人追求个性的误区 高明祯 张笑武(50)

滨海广播对滚动新闻资讯节目的探索 陈凌云(56)

新媒体与传统广播结合之中澳比较

..... 王敬轩 于宏剑 高 晶(63)

二等奖

媒体的角色定位与新闻编辑制作

——赴澳培训启示 韩卫青(68)

策划

- 新闻资源的有效配置 邢小军(72)
- 研究音乐艺术特点 探索文艺广播规律
- 外国古典音乐节目编辑工作中若干问题的思考
..... 张笑武(76)
- 用足频率资源 发挥广播优势
- 天津电台跨越发展之路初探 梁文逸 刘 冰(83)
- 库存节目资料档案转储后的思考 李桐林(90)
- 从“超女”的网络背景解析网络时代的广播前景 张 南(96)
- 从天津滨海广播“新闻抢先报”活动看民生新闻“热”
..... 任彦超(101)
- 广电行业与金融企业合作融资探析 陈慧群(108)
- 媒体慈善 率众而为 吴震巧(112)
- 试论情感在播音艺术创作中的运用 孙 阳(121)
- 深度报道深在哪里? 宋 震 韩 杉(126)
- 审时度势 重磅出击
- 天津小说广播(AM666)创意分析
..... 安 迅 吴震巧(130)
- 谁的 21 世纪
- 广播如何面对社会老龄化问题 温光怡(137)
- “情商”
- 谈话类主持人成功的关键 黎 明(142)
- 从“细节”说开来
- 与同行探求播音员、主持人自身修养问题 ... 路 芳(147)
- 网络——广播发展的新平台 朱 桐 孙立君(154)
- 广播深度报道的探索和实践 陈景欣(161)

Mapinfo 7.0 + oracle 9i 在交通台路况查询播报中的应用

..... 周一峰(168)

三等奖

“酷越法则”

——媒体个性化生存密码..... 李芙蓉(179)

人文时代,打造精彩

——论广播文化类节目的发展..... 苏雪芳(185)

浅议社会性别意识与主持人的思维品质..... 吕 洋(191)

关于广播语言节奏问题的几点思考..... 段继禹(198)

2006年4月听众调查分析报告

..... 杜玉藻 高 娟 谢 霞 奚向黎(202)

策划

——活动的核心..... 骆 宾 万 虹(237)

浅谈广播主持的两种技巧

——制造悬念与无中生有..... 浩 然(241)

应对经济报道专业化挑战的二三法..... 刘长虹(245)

谈话节目主持人的沟通艺术..... 孙艳君(250)

新闻现场报道中记者的话语艺术..... 赵晗菁(255)

方言美食节目高收听率引发的思考..... 寇焕芬(262)

搞好广播名牌节目的开发..... 崔双环(268)

广播剧是声音表达的综合艺术

——浅谈立体声广播剧录音与制作..... 彭爱华 赵 涓(273)

专题节目《走进艾滋村》的录音创作..... 赵振华 赵 涓(279)

广播音频资料的存储与容灾设计..... 杜宝森(283)

整体融合感、空间感在音乐节目录音中的意义

..... 王建强 陈 锋(291)

抢占市场 抢抓机遇

——广播节目市场营销分析

..... 温光怡 马海鹰 刘 冰(296)

浅谈广播中音乐元素的合理运用..... 邓亚菲(301)

落实“三贴近” 搞好亲历式报道..... 孙 颖(306)

浅谈校园音乐节目的独特魅力..... 张 君(313)

从《老外》看广播双语节目及外语频道的设置..... 周 滨(321)

从中国新闻奖一等奖作品《索玛花儿为什么这样红》

看如何写好人物通讯..... 范 屹(329)

语言录音要素谈..... 郝宝卿 刘 忠(347)

年轻广播从业人员应提升对母语文化的认知水平

..... 叶 杉 刘明泉(352)

唤醒与创新

——主持传播个性的能动策略..... 胡 月(358)

论音乐节目主持人的声音“表情”随乐而动..... 荣 郁(365)

思考娱乐与文化的传承

——探寻一种隐约的互动..... 万 伶(371)

走出宣泄峡谷 进入和谐空间

——对谈话类节目文化品位的探讨..... 刘 强(375)

打开受众的视觉通道

——对广播新闻视觉化的思考与探索..... 国 铃(382)

打造核心竞争力

寻求广播发展新空间

——关于提高主流媒体舆论引导能力的几点思考

李英华

中国进入 21 世纪以来,在激烈的信息大战、网络大战、媒体大战中,广播作为党的喉舌、主流媒体,如何承担起舆论引导的政治责任,起到引导舆论的重要作用,就成为摆在我们广播人面前的一个重要课题。我们必须从提高党的执政能力、巩固党的执政地位的高度,从贯彻落实科学发展观,构建和谐社会,不断满足人民群众日益增长的文化需求的高度来认识广播媒体的责任,担负起引导舆论的历史使命。

“导向正确金不换,安全播出重如山”,这是天津广播人坚守阵地的一句誓言,也是我们阵地意识的具体体现。而要做到导向正确金不换,就要打造核心竞争力,寻求广播生存与发展的新空间,只有把自己做大做强,才能更好地发挥主流媒体的作用,提高舆论引导能力。

一、打造核心竞争力,提高舆论引导能力,必须整合广播资源,实现广播节目的全覆盖

广播在激烈的媒体竞争中一直被认为是弱势媒体,但是广播人从来没有放弃过奋斗与追求。纵观中国广播20年改革发展的历程,经历了以珠江模式为代表的系列台改革、以东方电台为代表的都市化广播改革和以北京电台为代表的专业化电台改革三个阶段,进入了创新发展的新阶段。

就天津广播来讲,也逐渐认识到了打造核心竞争力的重要性,专业频率的意识越来越强,分工愈加明晰,只有不断调整频率资源,实现节目的全面覆盖,才能不断满足群众日益增长的文化需求,提高舆论引导能力。我们在调整中追求四个方面的全覆盖。

1. 节目的内容的全覆盖

新闻广播是天津广播的龙头,主要以及时报道国际、国内重大新闻、天津的重要新闻为特点,同时融会国际、体育、法制等专题新闻节目和电台的相关精品节目为特色,成为新闻综合频道。

交通广播以交通信息、交通资讯为特色,利用现代化交通监控、信息传播手段,及时播报路况信息,形成整体交通节目的特征,以流动听众为主要服务对象。

文艺广播以戏曲、曲艺、广播剧、文学、综艺娱乐、生活时尚、影视作品录音剪辑及适量音乐节目为主干,附以相关资讯和文艺访谈节目及文艺批评、文学批评等内容。今年又从文艺广播中细分出娱乐广播和小说广播,更加符合听众市场的需求。

音乐广播以流行音乐、古典音乐和经典歌曲为主体,并适当穿插部分与之相适应的专题类节目,参与全国音乐台卫星广播协作网的联播,注重都市特色和娱乐性、欣赏性。

经济广播力求成为生产者的助手、经营者的参谋、消费者的知音。以及时传播国内外各类重要经济信息为特点,以经济述评、市场

分析、科技、金融、消费、旅游等专题节目为特色，追求权威、快捷。

生活广播主要以介绍国内外健康的生活方式和推广先进的社区文化为特点，以休闲、养生、娱乐、益智的生活类专题节目为特色，突出服务功能。

滨海广播以为天津对外开放和滨海新区开发开放服务作为办台宗旨，借鉴外宣要求把握办台基调，以滚动资讯、背景音乐、外语类节目和相关谈话节目为架构，着力开发中青年受众群体。

有了明确的分工和定位，频道发展就有了遵循，由过去的求全求大，向着求专求新的方向发展，实现了节目内容的全面覆盖。

2. 节目形式的全覆盖

天津台作为一个有着 57 年历史的老台，在节目形态上应该具有全面覆盖的能力，新闻类、专题类、文艺类、谈话类、现场直播，应该形成同心圆式的覆盖。

3. 收听群体的全面覆盖

在我们的节目中，有老年听众爱听的《枫叶正红》，中年朋友爱听的《夜阑情深》《夜访百家》，青年人爱听的《娱乐磁场》；有领导干部关注的《新闻 909》，有白领关心的《新闻资讯》；司机爱听交通广播，老百姓爱听经济广播、生活广播，喜欢文艺音乐的听众可以选择音乐广播、文艺广播、娱乐广播、小说广播。近几年来，我们天津台始终把受众的信号作为第一信号，把受众的需求作为第一需求，听众喜欢什么节目，我们就办什么节目。

4. 技术质量的全面覆盖

随着高新科学技术的发展，手机短信、互联网、卫星定位系统、数字调频广播、数字移动电视等不断展现在我们面前，给传统意义上的广播带来了挑战，同时也带来了发展的机遇。它使广播人看到了在信息大战、网络大战、数字大战的时代，谁抢占了科技的制高点，谁就赢得了“受众”市场。今后还会有许多新技术介入广播，如手机彩铃业务，手机短信业务，手机传输业务，数字直播卫星平台等，广播也会是融各种高新技术于一体的综合媒体，同时，技术的革命必然会带来

一场新的新闻革命。如：在新闻采访编辑中数字化的运用，远程网络传送信号，手机短信，互联网，电视有声版等，这些新技术与传统的广播音响、文字形式相融合，一定会使广播的传播速度更快，传播信号更好，接收更清晰，也必将使古老的广播焕发出勃勃生机。

“要想让听众天天听，节目必须天天有”“办听众非听不可的节目”，“办唯一性的节目”，立体的、交叉的、不留任何空白点的覆盖，让每一个听众只要打开收音机就能听到自己喜欢的节目。

二、打造核心竞争力，提高舆论引导能力，必须把做大做强新闻放在首位

新闻是立台之本，是引导舆论的龙头节目，也是提高舆论引导能力的核心节目。几年来，我们除了在机制上采取净化新闻调频广播（把热线节目挤到中波播出），给新闻以节目经费、人才引进的支持以外，还从以下几个方面做大做强新闻，提高新闻舆论引导能力。

1. 积极策划重大报道

近几年来，我们紧紧围绕市委中心工作，唱响主旋律，打好主动仗，策划了一系列重大报道。2005年，我们组织全国二十多家新闻媒体的近百名记者来天津进行《百名记者感受天津》大型系列采访活动，在全国产生了广泛的影响，充分体现了新闻的舆论引导能力。随后，我们又组织了“外国友人感受天津”“知荣辱、树新风”“落实科学发展观、构建和谐社会”“世纪危改、天津巨变——纪念抗震救灾三十周年”“滨海新区开发开放系列报道”等重大报道，都取得了轰动效应，得到市领导的肯定和社会各界的好评。

2. 牢固树立评论品牌

评论是一个媒体的旗帜，媒体的眼睛，是媒体舆论引导能力的具体体现。因此，打造一档具有广播特色的、能够为老百姓接受的广播评论是我们这几年着力用功之作。2004年，在天津台重点龙头节目《新闻909》中，推出了系列评论“假如没有三五八十”，这组评论用老

百姓的语言,理直气壮地讲大道理,阐述了天津市委实施三五八十年奋斗目标所取得的丰硕成果,树立起了广播评论的品牌,从此天津广播评论一发而不可收,“再说三五八十”“从三五八十走来”“走进大无缝”“凤凰涅槃——浴火重生”……一篇篇观点鲜明、生动有说服力的评论在引导舆论中发挥了很大的作用,电台的评论播出之后,有的还被市领导肯定并点名在报纸上刊载、在电视中播出。

3. 主动开辟沟通渠道

广播同其他媒体相比,最大的优势就是互动与沟通,一条电话线通过直播间把党、政府和群众紧紧地连在一起。新闻广播从1994年2月开始在《新闻909》中开办了“周三办公热线”,市政府组成人员每周到直播间接听群众的电话,解答群众提出的问题,十几年从未间断,上至市长,下至各委办局、局长主任,先后有几百人次走进直播间,每到周三,直播间电话铃声不断,有的局领导还组织基层单位收听节目,以此来推动工作,“周三办公热线”被评为全国新闻名专栏。像这样的栏目在各个频道几乎都有,如:新闻广播的“人大代表政协委员监督热线”、交通广播的“红绿灯交管局办公热线”、经济广播的“行风热线”、生活广播的“8890(拨拨就灵)”等,这些节目不仅较好地发挥了舆论监督功能,而且成为党和政府联系群众的桥梁,成为了解舆情民意的窗口,成为理顺群众情绪的渠道,提高了广播的舆论引导能力。

4. 努力抓住典型报道

提高广播的舆论引导能力,关键是要抓住典型报道做深做透。典型报道最忌空洞无味,见物不见人,我们要求记者深入一线采写出生动鲜活的群众语言,让老百姓用自己的话说服自己。支教模范白芳礼老人去世的消息传来,我们立即组织记者从不同的角度展开报道,赞扬了老人一生俭朴却慷慨援助困难学生的高尚品德;同时也针对有些被援助的学生不愿意露面的现象,采写了评论《纪念碑前的遗憾》,批评了这一社会现象。天津港劳动模范孔祥瑞的事迹在“五一”期间成为天津广播的热点,听众从他的身上看到了一个新时期的高

级蓝领,看到了一代有文化的产业工人。我们还紧紧抓住国企改革中的重大典型,为改革开放鼓劲加油,大无缝、天铁、纺织工业园、锂离子蓄电池等,这些典型的深度报道,充分发挥了广播的舆论监督功能。

5. 走向社会现场直播

人们评价广播“只闻其声,不见其人”,而现在的广播却走出了那间神秘的小屋,投身社会,可以这样说:哪里有新闻,哪里就有直播间;哪里有新闻,哪里就有现场直播。从温家宝总理参加的“滨海新区开发开放高层论坛”,到各国专家云集的“港口论坛”;从天津赴澳大利亚的“情系悉尼”大型演唱会,到天交会、房交会、车展、书市、啤酒节,现场直播使听众认识了广播,提高了广播的知名度,增强了广播的感召力、凝聚力、亲和力。

三、打造核心竞争力,提高舆论引导能力,必须创新思维,建立一套完整的业务管理机制

一个媒体舆论引导能力的强弱,舆论引导水平的高低,取决于核心竞争力,而要打造核心竞争力,就必须创新思维,进行综合配套改革。几年来,天津台不断调整思维定式,扎扎实实地进行综合配套改革。2004年,进行了干部人事制度改革,处级、科级干部竞争上岗,职工实行了全员聘任制;2005年下半年开始论证广告整合,筹备成立广告经营中心,并对2006年的广告进行了市场拍卖,使天津台的经济实力有了很大的提高。

随着广告经营机制的调整,我们对内部机制也进行了比较大的改革。过去,广告是由各频道经营,主任们一手抓宣传导向,一手抓经营创收。2006年广告由总台统一经营之后,分配格局发生了根本性的变化,财务实行预算管理,考核指标也从过去单一的考核广告吸纳量而增加了收听率,节目创优、创新等指标。频道总监没有了创收的压力,一心一意集中精力抓业务,许多主任都亲自参与选题策划,

亲自撰写重点稿件、重点评论,亲自挂帅组织大型现场直播,节目质量明显提升,舆论引导能力明显增强。2007年,我们将继续探索薪酬分配机制,实行全面成本核算,以节目为基本元素,测算节目的直接成本、间接成本、管理成本,追求效益最大化,多办低成本、低投入,群众喜闻乐听、收听率高、广告回报率高的节目,使广播成为一支航空母舰,在引导舆论的主流媒体中扬帆远航!

四、打造核心竞争力,提高舆论引导能力,必须建设一支政治强、业务精、纪律严、作风正的新闻队伍

21世纪现代媒体的竞争关键是人才的竞争,也可以说是人才素质的竞争,没有一支过硬的新闻队伍,就谈不上提升舆论引导水平,提高舆论引导能力,因此,打造核心竞争力,提高舆论引导能力,必须建设一支政治强、业务精、纪律严、作风正的新闻队伍。

近几年来,随着广播事业的发展,一大批有志于新闻事业的年轻人成为广播新兵,他们思维敏捷,勇于创新,接受新知识快,理解力强,有理想、有激情、有能力,是广播事业发展的生力军。但是,这些年轻的广播人刚刚走出校门,没有实践经验,在导向把握、选题策划、谋篇布局、音响运用等方面都还有很大差距,在深入采访、刻苦磨炼、团队合作、综合素质方面都还存在这样那样的问题,带好队伍、带出一支过硬的新闻队伍的历史责任就责无旁贷地落在了我们的肩上。几年来,我们不断探索培训工作的新途径,努力做到政治培训与业务培训相结合,新兵培训与长期培训相结合,个别辅导与集中授课相结合,业务培训与实际工作相结合,使培训更有针对性,注重实效性,收到了很好的效果。在实践中,我们摸索出了几种有效的培训方式。

1. 新兵集训

对于刚刚参加工作的广播新兵,我们采取集中封闭式培训的方法,对他们进行3~5天的集中培训,从政治意识、责任意识、大局意识,到台里的各项规章制度;从新闻采访的ABC,到各种新闻题材的

写作要求；从背包录音机的使用，到录音报道的合成；从稿件送审，到采编办公网的运作流程，最后还要进行团队合作意识的拓展训练，这样就使新同志对广播有一个全面综合的了解，为他们投身广播打下一个良好的基础。

2. 拜师带徒

从2004年开始，我们对每一位新职工都采取拜师的方式，给他们配备一个认真负责的老师来带思想、带作风、带业务。台里每年举行一次隆重的拜师大会，老师送给学生一本书，学生向老师献上一束鲜花，一年之后，学生要写出总结、论文，交出自己最满意的一篇文章，老师要对学生的表现写出鉴定，最后再开一个谢师会。新同志反映这样的拜师很有必要，就像小学生一样，有了问题知道找谁去请教。新闻广播《夜阑情深》节目编辑刘云是局级十佳编辑，敬业爱岗，对听众一片真诚，她带的学生进步很大，很快成为业务骨干。经济广播十佳播音员路芳注重从思想上教育学生，学播音先学做人，学生进步很快。

3. 集中授课

业务培训不是一次两次讲课就能解决的问题，而是一个长期的永恒的主题。我们针对员工不同的工作岗位采取集中授课的方法进行培训，编辑记者结合获奖作品请评委集中讲课，播音主持和技术部门针对各自的业务特点请专家讲课，就连财务、人事、党务、行政也组织了不同的业务讲座，从而使培训做到了全面覆盖。

4. 专题大赛

培训不能空而论道、纸上谈兵，必须与业务紧密结合。我们采取组织专题大赛的办法，每年开展三次录音报道、录音专稿和评论大赛，比赛之前先讲业务课，然后以各频道为单位报选题，再由频道负责业务的副主任组织实施，一般大赛都限期一个月，作品播出之后参加评奖，许多优秀作品都是从大赛中发现的，如获得中国新闻奖一等奖的《大墙内的声音》《晓东母子状告黄色信息台》等。

5. 集体采访

今年春节刚过,正月十五之前,我们选派一名业务指导崔涛带领七名年轻的记者到远离天津七百多公里以外的天津涉县铁厂采访,恰好这七名年轻记者都是女同志,被称为“八女进山”。涉县是天津国企改革的试点单位,也是精神文明建设、构建和谐社会的典型,在老记者的带领下,年轻记者边学边干,从现场录音话筒的摆放,到采访如何提问;从主题确定,到写作流程,一组生动鲜活的系列录音报道《来自天铁的报道》在天津和涉县引起强烈反响。这种以集体采访带培训的方式,年轻人认为受益匪浅,是一次综合的全面的培训和提高。随后,我们又组织了由副总编印永清带队的“滨海新区开发开放”专题报道,以及“纪念抗震救灾三十周年”连续报道,让年轻人在采访实践中得到提高。

6. 基层调研

新同志走上工作岗位以后,最缺乏的就是深入一线采访,而整天工作的忙碌状态又使他们很难有时间沉下去。为了给他们提供深入实际、深入群众、深入生活的机会,我们把年轻记者抽出来,集中脱产调研一个月,这一个月可以不承担采访任务,不写稿子,不到电台上班,但是必须到基层去,要有调研提纲,写出调研报告。有了时间上的保证和选题上的要求,年轻人在调研中学会了采访,有的人说:“一次调研,终身受益。”新闻广播年轻记者范屹深入学校与老师一起听课、备课,与学生一起交流、座谈,不仅写出了高质量的调研报告,而且写出了一批高中示范校的报道,其中有的稿子还被中央台采用。“关于城市物业管理中存在的问题”“二级河道面临管理难题”等调研报告引起有关方面高度重视,为政府决策提供了参考。

7. 分层外派

以前我们在培训中遇到的最大的问题就是层次不分,一个大课,高中初级记者全有,高级记者听着不过瘾,初级记者听不明白。现在我们组织不同的记者听不同的课,并选派其中的骨干外出学习。如主任、副主任级的参加全国策划班培训,一般记者参加师大专题讲座

培训,播音骨干送到中国传媒大学小课辅导班个别指导,被派出的同志都很珍惜学习的机会,有的还做了录音,整理成文字材料,与其他同志共享培训成果。

8. 综合提高

一个优秀的编辑记者的成长不应该是单一的,而应该是全面综合的,我们在关注年轻人政治成长的同时,注意让年轻人在采编播,甚至是简单的录音制作方面锻炼提高,成为复合型人才。新闻广播年轻记者李贺原来是文艺广播的编辑,我们发现她很有潜力,就把她调到新闻广播培养,她刻苦自学,虚心求教,写出了录音报道“百年离家,钟回故里”,获今年中国新闻奖一等奖。滨海广播记者孙颖冒着被感染艾滋病的危险,深入艾滋病村采访,写出了很有分量的报道。年轻记者赵含菁乘坐第一列进藏列车赴西藏采访,克服高原反应,发回一组组有深度的报道。

近几年来,我们紧紧抓住培训不放松,使年轻人的业务水平有了很大的提高,一大批业务骨干挑起了大梁,品牌节目、名牌节目、精品节目层出不穷,中国新闻奖一等奖、中国彩虹奖一等奖、中国广播新闻大奖、文艺广播政府奖以及“金话筒”奖连连不断,有力地提升了天津台的节目质量,提高了天津台作为主流媒体的舆论引导能力。

我们深深体会到,广播在激烈的媒体竞争中有着不可替代的作用,作为主流媒体,更应该发挥舆论引导功能,提高舆论引导能力,当好党的喉舌,把党的声音传到千家万户,真正做到“导向正确金不换,安全播出重如山”。