

 2006

中 国 广 播 影 视 文 存

中国广播影视文存

ZHONGGUO GUANGBOYINGSHI WENCUN

刘习良 主 编



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

中国广播影视文存

ZHONGGUO GUANGBO YINGSHI WENCUN

2006

刘习良 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

中国广播影视文存. 2006 / 刘习良主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2007. 3

ISBN 978-7-5043-5262-0

I. 中… II. 刘… III. ①广播工作—中国—文集②电视工作—中国—文集 IV. G229.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 035940 号

中国广播影视文存 (2006)

主 编	刘习良
责任编辑	陈丹桦
装帧设计	鲁劲松
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	唐山市玉龙彩色印刷有限公司
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16
字 数	677 千字
印 张	25.25
版 次	2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-5262-0
定 价	80.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前言

《中国广播影视文存》2006年卷即将出版,本卷共收录论文一百余篇。从内容方面看,涉及广播影视理论研究、经营管理、节目探讨、播音主持以及技术等;既有宏观研究,如广播电视在构建和谐社会中的重要作用、广播电视如何服务“三农”、产业化问题思考等等,又有微观分析,如电视新闻节目研究、民生新闻节目研究、节目栏目分析、影视作品评论等等。从作者队伍看,既有各级广播影视机构的领导和管理人员,又有广播影视一线的编辑记者和创作人员,还有高等院校广播影视及相关专业的教师和学生。虽然收录的论文水平参差不齐,但可以从中大体了解目前中国广播影视研究的总体状况。

当今信息社会,广播影视以其传播快捷、效果逼真、传播面广等特点发挥着其他媒介无法替代的作用,而随着中国文化产业的改革发展、高新技术在广播影视领域的应用,数字化、信息化、网络化的进程加快,广播影视成为极具竞争力的朝阳产业。在广播影视业的飞速发展中,出现了很多新的经验、新的现象、新的问题,原有的理论、原有的观念已经不能适应广播影视业的发展。广播影视业的发展需要总结新经验、研究新问题,需要更新观念、创新理论,由此大大推动了中国广播影视的研究。从中央到地方,从业内到业外,广播影视研究机构难以计数;数百家高等院校开设了广播影视或相关专业。可以毫不夸张地说,在今天,广播影视研究已经蔚为显学。

《中国广播影视文存》自2004年卷出版以来,至今已出版三卷。我们希望她的出版能为广大广播影视研究工作者提供一个发表研究成果的平台,促进广播影视科研的进步,对于中国广播影视业的发展做出一份微薄的贡献。在组稿和编辑出版的过程中,得到相关广播影视机构、高等院校以及出版机构的支持,责任编辑付出了辛勤的劳动,在此一并表示感谢。

编者

2007年3月

本书编委会

(以姓氏笔画为序)

主 编:刘习良

副主编:王敬松 高福安 李鸿苇
周然毅

编 委:毛冬梅 水源松 冯晓玉
刘一星 刘 戈 刘 娜
何 杰 张 辉 张兵娟
张 红 苏莉莉 李 欣
李 鹤 陈志萍 周 慧
杨景阁 陈丹桦 胡桂林
屈洪献 郭淑清 盛纪平
隋景华 蔡一旻

目 录

前言	(1)
----------	-----

理论研究篇

用和谐理念引导社会新闻	陈晓海 (3)
广播电视在构建和谐社会中谋求创新	程同德 (6)
谈对农广播如何服务“三农”	陈剑晨 (8)
县级电台宣传新农村建设要有先导性	林桂丽 (11)
WTO 与我国媒体法律法规建设	郭娅莉 (13)
麦克卢汉的传播思想及其学术贡献	梅琼林 (19)
从伊尼斯对媒介的划分来看电视和互联网的归属	李 谦 谢晋洋 (22)
广泛受众群下的电视传播特点	张 萌 (26)
试论电视节目的解释方式	
——由伽达默尔“哲学的解释学”引发的思考	孙冬明 (29)
优化广播新闻传播效果的途径	朱彤彤 (32)
浅析如何提高新闻舆论监督的质量	邓虢娜 邓 超 (36)
重塑电视新闻舆论监督的公信力	魏艳文 (39)
公众新闻发展的初步探析	王 聪 刘 薇 (43)
“好新闻”与“新闻敏感”	乔喜瑞 (46)
电视新闻的选材	郑国臣 (49)
电视新闻要注重细节和故事性	刘 飞 (52)
谈谈电视新闻评论的艺术	张 静 (54)
时事新闻使用中的著作权问题	王静一 蔡博阳 (58)
浅论娱乐新闻的自律	李姣姣 许立勇 (60)
构建电视传媒核心竞争力的探讨	丁 钊 (63)
电视媒体的品牌化生存	成 芳 (68)
终极媒体特征初探	付彬彬 (71)
从“符号话语”论说抵制电视文化的庸俗化倾向	王少波 (74)
迟来的现场	
——关于电视现场直播人为延时的讨论	李 宁 (76)
世纪之交的悲怆之歌	
——中国电影第五代群体化形成及中国第五代电影导演群体的走向	高宏飞 李永川 韩佳政 (78)
中国美声将何去何从?	
——央视青歌赛后的思考	林 童 (83)

音乐与心灵的对话

- 论音乐对心理的影响作用 范 真 (86)
- 音乐本体的边缘化
- 当前电视节目中音乐存在方式的新趋势 葛延枰 (92)

经营管理篇

- 对广播产业化若干问题的思考 温广为 (97)
- 论日本广播电视管理机制 陈开和 (102)
- 论完善企业内部控制的对策 金 梅 (107)
- 企业的思想政治工作要与时代同步 高欣月 (113)
- 动画产业投资方式及投资机会分析 许 熠 (116)
- 美国有线电视新闻频道编排规律及特色探析 蔡珊珊 (128)
- 文化创意产业品牌创新的思考 张 红 刘 戈 (132)
- 视听率稽核机构研究 刘 瑛 (135)
- 蓝海战略与省级卫视定位 王颖聪 (137)
- 凤凰卫视:乘着整合的翅膀飞翔 董文芳 (140)
- 影视剧营销策略 夏 楠 (144)
- 浅析我国电视娱乐节目品牌经营的动因 许海潮 (147)
- 论地方电视台频道品牌经营的几个问题 韩树农 (151)
- 城市电视台的发展瓶颈与对策初探 王丽花 (153)
- 电视栏目情景剧如何控制拍摄成本初探 姜国聪 (157)
- IPTV, 几家欢喜几家愁 齐书阳 (160)
- 北京高校大学生影院观影情况调查 左 灿 易丽华 吴 欣 (163)
- 关于国内韩流 BBS 运营情况的调查报告 于菁晶 (173)
- 市场化:中国电视纪录片的必由之路 菅 薇 (177)
- 唱片市场的营销分析与展望 刘 戈 张 红 (181)
- 收入分配与公平效率 姚林青 (184)

节目探讨篇

- 动画片《汉字天下》可行性分析报告 高福安 鸿 苇 (191)
- 中国社会文化价值观念变迁下电视纪录片的栏目化生存 杨旦修 (198)
- 还原历史情境
- 原始音像资料在文献纪录片中的运用 宋 戈 (203)
- 浅析电视非纪实语言在纪录片中的作用 李晓明 (206)
- 相同“能指”下的不同“所指”
- 试比较中外两部同题材纪录片 刘依依 (210)
- 浅论新形势下电视新闻评论栏目生存与发展 张 为 (213)
- 论名牌电视栏目成长的软环境 胡桂林 (215)
- 走栏目活动化、活动栏目化的发展道路 冯迎晖 刘 莹 高 媛 (218)
- 农业栏目:农民的知心朋友 田秀珍 (221)
- 以精品带动新闻宣传及农业电视节目整体水平提高 穆曼莉 (223)
- 以创新意识搞好电视现场报道 刘争艳 (225)

从“配角”到“主角”

- 浅谈电视新闻节目编辑的角色定位 乔喜瑞 刘新艳 (227)

让沟通从心开始

- 浅谈广播节目中的沟通技巧 宋 丽 杨美楷 (230)

拿移情比照煽情

- 对电视节目中的煽情的几点思考 戈海涛 陆英明 高宏飞 (233)

- 浅谈评书在广播节目中的定位与发展空间 蔡博阳 王静一 (236)

- 电视民生新闻价值及发展方向探析 黄永前 (238)

- 民生新闻栏目的媒介权威性获取 顾 环 (243)

- 对广播电视民生新闻发展现状的几点思考 冯慧杰 王 莺 李建楼 (246)

镜头中的心理“博弈”

- 电视心理访谈类节目生存现状探究 石慧敏 (249)

顺势而为

- 对办好财经节目的思考 重 阳 (253)

让人物“鲜活”起来

- 制作人物专题片的点滴体会 郭 鹰 (256)

- 谈法制节目的文化品格 周 芃 (258)

- 娱乐节目的意义 马惊雷 杜岩卿 (261)

- 电视剧创作走向何处 马光复 (264)

- 何庆魁电视剧语言论 许立勇 (266)

- 从电视剧受众心理需要的满足看“长今热”现象 黄燕萍 (271)

- 试析电视剧《乔家大院》中民族化风格的体现 吕海洋 (274)

从《我爱我家》到《武林外传》

- 简析当代中国“情境喜剧”美学特征与接受语境的嬗变 盖 琪 (277)

旧瓶装新酒

- 谈《新闻调查》如何应对挑战 姜 峰 (281)

- 《百家讲坛》的本土化策略 韩 函 (285)

理念决定成败

- 《第一时间》的时尚感、服务性理念分析 安 雯 (287)

收视率和满意度搭建的资讯平台

- 央视《第一时间》浅析 奚宁宇 (290)

体味美好生活 享受点滴快乐

- 对《快乐生活一点通》节目的传播学分析 郑 方 (295)

长征故事的新演绎

- 广播剧《走出草地的小红军》评析 王建平 (299)

故事讲述的最优化表达

- 电影《怪物》叙事话语研究 张明波 贺韬慈 (302)

《时时刻刻》：用镜头直摄人物灵魂

- 《时时刻刻》剧作分析 鲁 岩 (305)

- 《无极》中的情爱世界 张荣珍 (309)

- 电影《霍元甲》的民族审美透析 曹继东 (313)

揭开《满城尽带黄金甲》身世之谜

- 从《哈姆雷特》到《雷雨》 江 力 (317)

- 尤金·奥尼尔戏剧审美意象解析 段耀国 张 宁 (320)

- 从《梨园春》看栏目的品牌建设 姚 丹 (323)

- 豫剧《卖苗郎》演员表演技巧的运用 周 迪 (326)

来到新农村 听到新名词

——建设社会主义新农村采访手记 冯迎晖 刘莹 高媛 (328)

播音主持篇

论广播语言的创作性和严肃性	刘聪玲 (333)
论播音主持的艺术创作	戴妍艺 (336)
对时政新闻直播播音的思考	寇石芳 (339)
试论新闻播音员亲民形象的塑造	张文杰 (341)
浅论主持人节目播音的个性	穆星光 (344)
浅议主持风格个性化	李建楼 (346)
透视电视节目的主持人效应	王惟甲 (349)
主持人名片效应探微	李姣姣 (351)
复合型电视新闻节目主持人的机制构建与氛围营造	李英 张文杰 (354)
浅谈声音气质塑造	窦维茁 (357)

技 术 篇

关于均衡处理在录音工艺以及信号处理链中应用的探讨	蔡一旻 (363)
对数字虚拟影像在影视创作中的一些思考	李晋林 (367)
浅析影视节目片头动画的创意与制作	谢彤亮 (370)
现实世界的影像延伸 ——特写镜头类别初探	张明波 殷昭玖 (374)
特写镜头在电视科技新闻传播中的作用	丁海 (378)
利用互联网提高新闻节目的互动性	印晖 (380)
浅谈基于 CNGI 的广播影视资料 P2P 内容分发与版权保护技术	潘炳坤 耿永玲 马群英 曹轶臻 樊伟 (382)
影视作品中转场或画面转换时声音元素的分析	张维娜 (385)
浅谈自然光照明条件下图片摄影作品中正午直射光的使用	梁世庆 (388)
基于 OFDM 的数字音频广播技术	毛福寿 (391)
技术进步与未来广播的发展方向	吴锡宁 (394)

理论研究篇

用和谐理念引导社会新闻

陈晓海

党的十六届六中全会是我们党的历史上第一个以研究社会主义社会建设为主题的中央全会；这次全会作出的《中共中央关于构建社会主义和谐社会若干重大问题的决定》，是我们党执政以来第一个关于全面加强社会主义社会建设的纲领性文件。从十六届四中全会到十六届六中全会，我们党提出的构建社会主义和谐社会这一关系党和国家事业发展全局的重大战略任务，在亿万人民的伟大实践中，开始实现了由点题到破题、由舆论和价值导向到比较系统完备的政策和制度导向的重大转变。

在2005年2月举办的省部级主要领导干部提高构建社会主义和谐社会能力专题研讨班上，胡锦涛同志在阐述党的十六届四中全会提出构建社会主义和谐社会的重大任务时强调指出，中国特色社会主义事业的总体布局应由社会主义经济建设、政治建设、文化建设三位一体，发展为社会主义经济建设、政治建设、文化建设、社会建设四位一体。我们所要构建的社会主义和谐社会，应该是民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会。从而第一次明确提出了四位一体的中国特色社会主义事业的总体布局和构建社会主义和谐社会的总目标、总要求。

胡锦涛同志的论述，为舆论战线如何引导社会新闻服务于社会建设的大目标提出了新的课题。

我们党在夺取政权和长期执政的过程中，积累了丰富的政治建设、经济建设、文化建设的经验，形成了较完备的政治、经济和文化治国理论，而在社会建设上经验尚不充分，理论上也缺少共识。与此相适应，舆论战线长期以来着力构筑政治、经济和科教文化宣传的阵地，在社会领域的宣传上缺少自觉，社会报道领地甚至一度失守，任由小报小刊驰骋，主流媒体涉足其间似乎便成为非主流的标志。由此造成十六届四中全会以前，关注社会新闻的小报多而大报少；社会新闻负面多而正面少；宣传主管部门在社会报道领域封堵多而创意少。主流媒体在社会报道领域失措失语的现象，反映了全社会忽视社会建设、忽视社会建设宣传的不良态势。

从十六届四中全会到十六届六中全会，和谐社会建设理论经历了从目标确定到路由选择日渐清晰的过程。与此相适应，舆论战线对和谐社会建设的宣传乃至整个社会领域的报道也应变被动为主动，从自发走向自觉。社会新闻不应再被视为媒体争夺受众眼球和耳朵、适应受众口味的作料，它将登堂入室，成为受众享用信息大餐时的一道主菜。这是媒体的责任所在。而要正确履行这一庄严的使命，必须用和谐理念引导我们的社会新闻。

“民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处”，这是构建社会主义和谐社会的总目标、总要求，也是和谐理念的核心。一个缺少民主法制、公平正义的社会，谈不上和谐；用和谐理念引导社会新闻，必须聚焦民主法制、公平正义的思想与实践。媒体不是社会公平的裁判长，却是它的记录员和传递人；新闻的理想，应与这个社会的理想息息相关。因此，关注民主法制与公平正义的建设进程、弘扬推动社会进步的榜样、揭露不民主非正义的暗疮毒瘤，就成为社会新闻特别是和谐社会建设报道的主旋律。任何负责任的媒体，都会毫不倦怠地为高扬这一主旋律而孜孜以求。

《辞海》一书对“社会新闻”是这样解释的：“侧重于社会生活、世态人情、罕见自然景观和各种异常现象的新闻。其内容多有情趣，写法较轻松，区别于题材重大主题严肃的政治、经

济、科技新闻,以软著称。”从字面上看,社会新闻似乎属于非重大非严肃、饶有情趣、轻松愉快的软新闻,但实际上社会新闻着重反映的还是社会生活、世态人情,影印着一个社会的价值与理想,珍闻趣闻概莫能外。因此,让社会新闻在和谐社会建设进程中发挥有益的引导功能,其自身也离不开和谐理念的引导。

在和谐理念的引导下,社会新闻应处理好以下几个关系。

一、政情与民情双向传递

列宁同志早在1917年就曾指出,“在我们看来,一个国家的力量在于群众的觉悟,只有当群众知道一切,能够判断一切,并自觉地从事一切的时候,国家才有力量。”列宁所强调的“群众知道一切”,就是让群众获得享受公共信息的权利,包括政情在内,即所谓满足人民群众的知情权。毛泽东同志也要求报刊要向人民群众作真实的报道,“应当经常把发生的困难向他们真实地说明”。重大情况让群众知道,这是一个执政党、一个政府有力量的表现,不隐瞒真相是社会的进步。事实表明,当群众确实“知道一切”时,是能够“自觉地从事一切”的。非典肆虐时是这样,此次中非合作论坛期间北京呈现的和谐交通也是这样。

与此同时,在以信息为犁的时代,政府与社会都需要媒体作为一个平台来传达民情,传递民声,表述民怨。否则,旧法无以修订,新规无以出台。媒体只有作好政情与民情的双向传递,才能赢得民心,赢得社会的和谐。社会新闻也就是在忠实履行双向传递职能的时候,才充分实现了自己的市场价值。

二、提供学习榜样,开展舆论监督

媒体常常忽视在社会新闻中采掘那些能够引发示范效应的正面报道,认为逸闻趣事、突发事件、揭露批评才是社会新闻的正差。其实,与时政、经济、文教等领域的报道一样,在构建和谐社会的进程中,社会新闻同样要向人们提供代表时代前进方向的学习榜样,通过榜样的力量对社会起到“见贤思齐”的示范作用。这种榜样可能是一个人,可能是一个社区,可能是一种较完备的经验,也可能只在某一方面有所建树。我们在提供学习榜样时,务必摒弃“高大全”的报道模式,还原其草根本色,让受众感到媒体举荐的平民英雄,不是望梅止渴的偶像,而是可以赶超的先行者。和谐社会是一个相互学习的社会,今日之先进可能是明日之后进,而“高大全”模式总想塑造万世师表,其静止僵化的思维方式脱离了构建和谐社会的需要,无法营造相互学习的氛围。

毋庸讳言,在构建和谐社会的进程中,媒体在精神层面担当着清道夫的角色,对于那些违背了“民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处”原则的人和事,开展舆论监督是媒体的本分。当然,在实施监督的过程中,媒体既要勇于揭露暗疮毒瘤,反映人民疾苦,又要有利于理顺情绪,化解矛盾,维护稳定。通过舆论监督,对即将出现的社会危机起到预警作用,对正在生成的邪恶势力起到震慑作用,对已经出现的不满情绪起到缓释作用。在监督中,媒体自身不要充任“包公”,但要替群众去寻找理应担当的“包公”;媒体的责任在于守望和报警,但也不要放弃解释和评论的权利。媒体应以“和谐”为社会新闻的出发点和归依。

三、传递社会经验,摒弃低俗报道

社会新闻的一项重要使命是它承载着传递生活与社会经验的功能,包括及时学习他人避险求生、防病养生的生活经验和尽快掌握科学新知的本领。忽视媒体即时传播生活经验的责任是媒体也是宣传管理部门的渎职。媒体与教科书的不同在于媒体传播的生活经验应该是及时的但有时未必百分之百正确;教科书传播的知识经典但未必及时。因为媒体的主要职责

在于报警。第二次世界大战末期,美国在广岛投下了人类历史上第一颗原子弹,造成日本国民的巨大伤亡。日本天皇和军国主义政府因为害怕国民的抵抗意志崩溃,刻意隐瞒真相,既不告知全国这是一次核爆炸,也不公布伤亡数字,更不传授避难方法。数日后美国在长崎扔下第二颗原子弹,长崎市民不知原子弹为何物,也不知核辐射与冲击波,爆炸时与爆炸后仍在街头活动,又一次承受了本可减少的巨大伤亡。

媒体在社会新闻中传递社会生活经验,是以人为本的体现,它所传递的知识应对社会有益无害。有些社会新闻之所以被斥为低俗,是因为这些新闻践踏了社会公认的伦理道德准则,伤害了民族宗教情感,追求生理感官刺激,企图以此来制造卖点,最终导致社会族群的不和谐。因此,我们的社会新闻要想跻身主流媒体不可或缺的主流新闻,必须在和谐理念引导下,高擎和谐文化的大旗,激浊扬清,脱胎换骨,在实现社会价值的同时让版面和频道增色,赢得受众的长期认可而不是感官上的瞬间欢愉。

(作者单位:北京人民广播电台)

广播电视在构建和谐社会中谋求创新

程同德

党的十六届六中全会提出了社会主义和谐社会的奋斗目标,李长春同志代表党中央在中华新闻工作者协会十届一次理事会上作了重要讲话,明确提出新闻传媒要在构建社会主义和谐社会中发挥积极作用。广播电视作为党和人民的“喉舌”,是“三个文明”建设的重要阵地,必须以构建和谐社会为己任,更加坚定、更加自觉地把服务和促进社会主义和谐社会建设贯穿于各项工作之中,在构建社会主义和谐社会中谋求创新、争做贡献。

一、社会主义和谐社会是经济发达的社会,广播电视要在围绕经济、促进发展上谋求创新

发展是我们党执政兴国的第一要务。没有科学发展、协调发展、可持续发展,就没有民心和顺、社会和谐。近年来,在新闻宣传中,我们按照新形势、新发展的要求,把“促进产业结构优化升级,实现工业经济可持续发展”、“发展壮大民营企业,促进民营经济腾飞”、“推进产业转移,拓展发展空间”、“发展循环经济,走新型工业化道路”等内容确定为广播电视新闻宣传的重点,浓墨重彩、大张旗鼓开展新闻采编和节目播报,从而鼓舞民心,激励斗志,引领舆论,服务发展,为加速实现“两个率先”、建设“和谐宜兴”发挥积极作用。2005年年初,江苏省委李源潮书记来宜兴视察,提出宜兴要打造成“太湖西线第一城”。为贯彻省委领导的指示精神,在随后不久的7月12日,我们派出了5名骨干记者,奔赴太湖西线的溧阳、金坛、广德、长兴、安吉等城市,组织策划采制了大型电视新闻系列报道《太湖西线行》,向全市人民展现这些城市在创新发展中的新风貌,捕捉这些城市在发展建设中的新亮点,记录这些城市在改革发展中的新思路。同时,通过与这些城市的比较,围绕建设殷实发达的富裕宜兴、充满生机的活力宜兴、宜居宜游的生态宜兴、文脉厚重的文化宜兴、包容共生的和谐宜兴等五个方面,寻找差距,争先进位,进行更深层次的探索思考。7月22日,我们又与中央人民广播电台联手合作,在卫星《直播中国》栏目中开播了长达90分钟的“直播宜兴”大型广播节目,围绕开创宜兴新局面、率先迈向现代化、建设更加富裕和谐秀美新宜兴这一主题,突出宣传宜兴的发展成就和战略构想,使广电外宣为全市的改革开放和经济社会发展做出新的贡献。实践证明,围绕经济、促进发展是构建社会主义和谐社会的必然要求,也是广电工作的重中之重。

二、社会主义和谐社会是安康祥和的社会,广播电视要在关注民生、服务群众上谋求创新

社会主义和谐社会的一个重要特征,就是要充分表达不同地区、不同阶层、不同群体利益诉求,妥善处理各方面的关系和利益的沟通渠道和协调机制。面对当前多元利益群体和众多社会阶层,如何构建沟通渠道和协调机制,确保社会安定、祥和、有序,广电部门也进行了积极的探索与实践。在具体实践中着重抓好两点:一是创新节目,畅通渠道,广开言路。从2006年开始,《宜兴新闻》中增设“关注”、“故事”栏目,把镜头对准大众百姓,把话语权更多地留给基层群众,通过电视荧屏,积极采集和客观反映来自社会不同阶层、利益群体的利益诉求和意见建议,关注弱势群体,表达社情民意,促进政府部门和相关单位能够更好地“为国是谋利,为

民生操劳”，促进社会团结和谐。今年年初，我们又创新推出了全新方言性电视栏目《阳羨茶馆》，立足基层，扎根乡土，反映民意，服务民生。实现了广电新闻“亲民、助民、为民、利民”的角色转变，起到了化解矛盾、增进沟通、服务人民、促进和谐的作用。二是发挥优势，热点引导，舆论监督。我们针对人民群众普遍关心的环境保护、医疗卫生等热点问题，特别是一些典型的违法现象和违法行为，实事求是，有的放矢，通过正确有力的舆论引导和舆论监督，或进行剖析疏导，或进行批评揭露，有效引导社会舆论，为人民伸张正义，为群众排忧解难，促进社会和谐稳定，推动社会文明进步。

三、社会主义和谐社会是城乡协调的社会，广播电视要在服务新农村、建设新农村上谋求创新

新农村建设是构建社会主义和谐社会的一个重要内容。当前，我们紧紧围绕建设更加富裕和谐秀美新宜兴这一目标，瞄准新农村建设中的全局性、综合性、前瞻性课题，组织记者编辑多形式、多层次、多领域地开展调查研究和采编报道。通过把调查研究做深，把采编报道做透，把节目栏目做优，来广泛集中民智，努力探索新农村建设的特点和规律，创作出更多更好更富科学性、前瞻性和艺术性的节目内容，从而引领舆论，帮助市委市政府更好地把新农村建设这项惠及广大群众的好事办好、实事办实。同时，我们还注意把广播电视节目宣传作为服务和促进新农村建设的重要载体，努力拓展节目形式，提高节目承载能力，放大广电宣传引力，激发群众参与活力。从2006年开始，我们按照“三走进”、“三贴近”的要求，创新开办了《欢乐陶都》“走进”系列活动。仅去年一年，我们就深入12个乡镇，成功举办了“走进虎皇”、“走进紫砂”、“走进和桥”、“走进协联热电”等14台大型电视文艺晚会；今年1至2月，我们又组织举办了“感动宜兴”等3台电视文艺晚会。这一节目形式，广受举办方和基层群众的好评，实现了“送广电下乡、为人民服务”的办台宗旨和目标取向，为建设“生产发展、生活宽裕、乡风文明、村容整洁、管理民主”的社会主义新农村，丰富群众精神文明、文化娱乐生活做出了努力。此外，我们还通过结对帮扶、扶贫济困、送温暖等形式，与扶贫村结对共建，与困难户结对帮扶，与失学儿童结对助学，在近两年中共计捐款捐物达100万元，奉献爱心，回报社会。

四、社会主义和谐社会是充满活力的社会，广播电视要在与时俱进、提高自身上谋求创新

创新是广电事业体现时代性、把握规律性、富有创造性的不竭动力。为此，在做好广电工作过程中，我们始终致力于“三个创新”：一是创新理念。只要符合上级精神，有利于广电事业发展和和谐社会建设的，我们都要大胆探索，勇于创新，敢于实践。二是创新机制。我们顺应形势发展，结合广电实际，建立健全了一系列与事业发展相适应相配套的规章制度。一方面对已有制度进行重新审视和修订完善；另一方面，还把一些行之有效的做法和经验上升为制度和机制，使之更加科学规范，增强广电工作的生机与活力。如2006年初，我们开展了“全员竞聘上岗”人事制度改革，按照“全员聘任、竞争上岗、以岗定酬、末位待岗”的思路，分设管理通道和业务通道，由部门按照实际工作需要和满负荷工作的要求，设置五级、共230个职工岗位，取消奖金概念，落实岗位绩效系数，施行岗位绩效工资，拉开干部职工收入分配差距，提高员工工作积极性和创造性。今年，我们在此基础上，又进一步推进和深化人事制度改革，在全局范围内组织开展了新一轮“核编竞岗”活动，进一步优化人力资源配置，激发内在动能，促进宜兴广电事业科学健康和谐发展。三是创新环境。近年来，我们在全局内部努力营造集思广益、和衷共济的民主环境，理解包容、团结共事的工作环境，互相关爱、温馨和睦的人际环境，以内部环境的创新优化来推进和谐社会的建设发展。

（作者单位：江苏宜兴市广播电视局）

谈对农广播如何服务“三农”

陈剑晨

我国要构建社会主义和谐社会,推进现代化建设、全面实现小康社会和社会主义新农村的奋斗目标,解决好“三农”问题是关键。因此,党中央明确提出要把解决“三农”问题作为当前全党全国工作的重中之重的问题来加以贯彻落实。

一、认真贯彻落实中央“三农”精神,是农村广播当务之急的工作

2005年的中央1号文件明确指出,要不断提高广播电视村村通水平,占领农村宣传文化活动阵地。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》也明确指出,中央和省级党报、党刊、电台、电视台要加大农村和农业报道的分量,增加农村节目、栏目和播出时间。农业大省的党报、党刊、电台、电视台要创造条件开办农村版和农村频率、频道。市(地)党报和市(地)县电台、电视台要面向基层、服务“三农”。

为了落实党中央、国务院的文件精神,广播电视总局也要求,要把加强农村广播电视工作作为广播电视为“三农”服务的重中之重工作。明确提出要使广播电视成为我国农村最为普及、最为便捷的信息载体和娱乐工具。使看电视、听广播成为农民朋友了解党和国家方针政策、学习科技知识、提高自身素质的主要渠道和方式,也是娱乐的主要载体方式。

作为专门的对农广播媒体,我们要把关注“三农”意识变为服务“三农”的行动,才能真正为全面建设小康社会,促进农村经济发展和社会进步提供强有力的精神动力和智力支持。那么,如何关注“三农”、服务“三农”、搞好对农广播宣传呢?作为一个省级对农广播媒体,我们要根据自身的宣传优势和特点,紧紧围绕省委、省政府的中心工作,唱响主旋律。同时要结合全省各地农村的实际情况,认真做好对农村的“三农”广播节目,为普及农业科学知识、宣传好农业政策和法律法规、促进农村的经济发展,增加农民的收入花心思、作努力。在对农节目内容定位上,要更注重针对性、时效性和贴近性。要想办好对农节目,必须结合全省各地农业生产的特点,农民的收听习惯,做到所有节目具有指导性、针对性和可听性,这样才能真正为农民服务,为农民所接受。

二、办好对农广播节目,就要深入到农村中去, 了解农民需要什么样的广播节目

在当今社会,农民已不是传统意义上的“日出而作,日落而归”的农民。对他们来说,在解决了温饱之后,他们的求知欲望更强、科技意识更浓了。更需要精神上的满足和政治上的要求。需要通过各种媒体了解党和国家的大政方针、时事政治、科教文化、致富信息等。他们要学习、要读书、要看报、要听广播、看电视,也要上互联网。在这些不同的媒体当中,农民朋友最容易接受的就是覆盖面最广的广播传媒,其优越的传播形式、节目内容和收听方式有着其他传媒不可替代的作用。在这种形势下,对我们办好对农节目提出了更高的要求。

1. 农业节目要有针对性的服务功能

所谓的针对性服务功能,就是要求对农节目要为农村商品发展提供产前的生产信息服