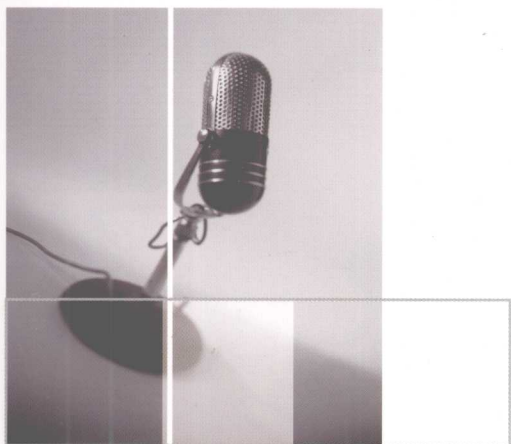


国际广播论文集

第八辑



主 编 陈敏毅
副 主 编 胡 木
关来顺

中国国际广播出版社

国际广播论文集

(第八辑)

主 编 陈敏毅

副主编 胡 木 关来顺

中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际广播论文集. 第八辑 / 陈敏毅主编. — 北京: 中国国际广播出版社, 2007.7

ISBN 978-7-5078-1207-7

I. 国… II. 陈… III. 国际广播—广播工作—中国—文集
IV. G229.25-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第 116858 号

国际广播论文集 (第八辑)

主 编	陈敏毅
责任编辑	檀秀侠
版式设计	国广设计室
责任校对	徐秀英
出版发行	中国国际广播出版社 (83139469 83139489 [传真])
社 址	北京复兴门外大街 2 号 (国家广电总局内)
	邮编: 100866
网 址	www.chirp.com.cn
经 销	新华书店
印 刷	北京广内印刷厂
开 本	787 × 1092 1/16
字 数	500 千字
印 张	37.75
印 数	1000 册
版 次	2007 年 7 月 北京第一版
印 次	2007 年 7 月 第一次印刷
书 号	ISBN 978-7-5078-1207-7/G · 1163
定 价	78.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现印装质量问题, 本社负责调换)

编辑组成员：组 长 马博辉

副组长 胡 木

成 员 万淑华 关来顺 范韩生
张霁苍 魏敏华 黎惠娟
梁建军 吴 丹

目 录

高端论坛

- 世界主要国家新媒体发展态势论 王庚年 2

业务研究

国际传播

- 广播电视对外宣传与国家形象建设 马庆平 10
 浅议国际传播与国家形象塑造 罗林平 21
 浅析“软实力”竞争格局下如何进一步提高我国国际传播能力 胡民伟 28
 积极推进媒体外交 拓展国际传播途径 徐朝清 33
 试论对外传播的报道策略 肖景贤 44
 试论多边国际舞台舆论战中的“中国声音” 段秀杰 50

新媒体

- 新媒体发展给国际广播带来机遇与挑战 邹浩宇 55
 手机电视视频内容的本体研究 宋丽丽 侯宇博 59
 目前中国数字付费电视推广情况分析 马重阳 67
 新技术推动广播事业发展 郝云英 71
 数字付费电视频道的生存困境 李 静 75
 对“国际在线”西班牙语网站现状及未来发展的一些思考 杨川颖 79
 关于提升国际在线塞语网站生存空间的几点思考 赵洪超 84

浅谈国际台波兰语在线广播的发展

韩新忠 89

非通用语言广播

非通用语言广播如何做好重大事件的报道

韩 梅 94

提高对欧美地区广播实效 为建设和谐社会营造有利的

国际舆论环境

张 弘 98

在分析比较中看国际台对保加利亚地区广播的优势与不足

顾 芳 104

国际台塞尔维亚语广播及塞媒体对“两会”报道的效果分析、

问题与对策

孙伶俐 田 宇 111

试析在南部非洲构建我国“现代国际广播体系”

李纳新 125

构筑国际台现代化综合性的土耳其语广播体系

曹轶群 130

构建和谐世界 做好对日宣传

谢宏宇 136

谈如何提高国际台老挝语对外广播专题节目的质量

倪宏伟 143

关于增强国际台尼泊尔语广播针对性的几点思考

江 明 147

关于拓展国际台对缅甸广播事业的一些想法

梅 皓 152

国际台普什图语广播面临的机遇、挑战及其对策

王 莉 席 猛 157

广播电台在印尼的发展状况以及国际台面临的机遇和挑战

黄晓芳 163

专业诸论

在信息全球化背景下如何强化我国新闻传播的舆论斗争职能

江爱民 170

加强新闻职业道德修养 做中国特色和谐社会的维护者和建设者

闫瑞桃 176

国际广播新闻实务

李 镇 182

如何做好国际新闻的把关人

李秀琴 192

如何在国际台的国际报道中体现接近性

王菊芳 197

坚持导向意识 创新引导艺术

——试论如何改进我国媒体的国际新闻报道

全宇虹 203

浅论加强国际新闻的理论研究

黎惠娟 209

小议构建现代广播体系中的创新

华春玫 213

浅谈如何做好人物类报道

朱建英 217

做好外宣工作必须熟知对象国的文化

朱慧芬 221

浅谈对外广播节目策划

刘 宏 225

把握受众心理 做好名人访谈节目

过犹不及

——广播节目信息量的适度要求

浅谈间奏乐在广播节目中的应用

突出“乡土特色” 贴近华人听众

知与道：用观点和态度回望

——新闻回顾综述类广播节目分析

浅谈对外广播节目的本土化

紧扣外宣工作需求 提高国际新闻编写质量

把握总体导向 突出对象特征

——浅谈国际台语言部新闻时事的发稿工作

浅谈如何做好科技类栏目

广播专题节目后期制作手法初探

关于加强国际广播中经济类题材报道的若干思考

浅议改革国际台国际会议报道的必要性和做法

对外法制宣传要做到“润物细无声”

——关于中国国际广播电台法制宣传报道的几点思考

报道老百姓身边的事

——国际台“两会”报道一次成功的尝试

故事化：刚性主题的柔性传播策略

论“两会”报道中的流程管理

以“两会”对外报道为例浅析采访技巧

浅论如何提高“两会”对外报道的有效性

浅析《你好！非洲》系列特别节目的特色

与时俱进 兼收并蓄

——浅谈打造精品节目

如何做好“硬新闻”与“软新闻”的报道

深入研究对象国国情

——小议驻外记者应具备的素养

驻外记者如何写好软性稿

从国际台节目评价机制的确立看对外广播节目的变化

时 岱 228

吴一尘 234

孟 群 239

李 均 243

乔 卫 248

李 昕 253

张 玲 257

谭 蕾 263

杨 颖 269

张 芊 王 牧 272

刘远清 281

邓 黎 286

张 晖 291

林 亭 297

莫 莉 301

刘 岩 燕 玺 307

曲 宁 赵 静 311

曲慧斌 刘 岩 316

张 哲 322

魏立军 328

吴若蕾 333

胡唯敏 339

盛玉红 343

杨 进 348

市场需求与广播栏目创新

步万祺 351

对外传播 文化先行

盛晶晶 354

策划、再造及战略经营

——关于国际广播实现跨越式发展的思考

鲍冬青 361

编辑出版

浅谈如何办好豪萨文报纸

周 煌 364

浅谈国际台对斯里兰卡宣传报道中僧伽罗文报的影响和作用

盛 莉 370

浅谈编辑《快报》的方法

马 琳 375

对参考刊物编辑工作的思考

朱 琦 382

浅谈编辑工作在对外广播中的作用

吕 清 386

专业化是期刊发展的必由之路

王 智 389

试论图书编辑思想的创新

祝 晔 393

信息资料

从信息服务行业巨变中看国际台信息工作的发展方向

俞海燕 398

浅谈新闻信息资料工作人员的素质培养

王相年 407

网络时代广播影视信息工作的现状和趋势

周 雯 411

浅谈新闻信息资料部门如何为对外宣传服务

王 健 417

听众工作

受众研究

中国国际广播电台节目调查分析报告

黄 玉 424

论节目质量与听众工作的关系

齐惠芬 434

驻外记者如何开展听联工作

杜顺芳 439

针对不同国家和地区的受众传播中国文化

范鲁朋 443

试析网络时代受众参与国际广播新闻生产的

楚群力 杨 慧 448

必要性和实现途径

汉语教学

“广播孔子课堂”大有可为

史 莉 454

整合资源 打造广播汉语教学品牌

朱丹阳 460

播音主持

从理解到表达

——对外广播播音和主持语言技巧略谈

高俊荣 464

播音员备稿初探

苏 怡 470

浅谈播音员在直播话筒前的最佳播音状态

张昕畅 474

主持人所处的多样化语境及语用原则管窥

李峻岭 478

浅谈电视新闻的现场直播

季静月 483

翻译园地

浅议如何做好翻译工作

杨漪峰 490

浅谈翻译中的口译问题

宝 莹 494

日语翻译中应注意的几个问题

刘 非 498

管理之窗

新形势下对国际台外事工作的思考

王 飙 504

试论建立国际台驻外记者培训的长效机制

王紫微 507

广播电视机构内部成本核算方法初探

朱明辉 514

关于转变理财观念的几点思考

陈良宪 519

关于国际台工资档案数字化管理的思考

吴 洋 522

关于建立健全国际台财产物资管理机制的思考

高志勇 526

编译参考

俄罗斯的网络广播	李 洁	534
巴西广播公司的发展及在新闻传播业中的地位	李 小 玉	538
波兰广播电台的发展状况	汤 黎	543
土耳其对外广播发展史简述	陈竹冰	548

技术天地

从参与国际高频协调会议看对外广播和国际合作	陈 燕	554
广播自动化面临的挑战	陈 芳	559
电台主控系统建设与技术选择	苏大同	563
浅议中国国际广播电台低压配电实时监测系统	安雪飞	568
微机监控技术在国际台柴油发电机组远程控制中的应用	毛 兰 兰	573
浅议工程造价问题	阎黎光	579
浅论项目管理在软件开发中的重要性	辛 威 田西勇	584
卫星新闻采集系统	齐 刚	588

世界主要国家新媒体发展态势论

王庚年

当前,新媒体技术的发展,使得新的对外传播形式不断涌现,世界主要国家为适应当代传播的新形势、新需要,在未来传播竞争中抢占先机,十分重视发展新媒体业务,并已投入新媒体的测试和运营。本文拟结合新媒体的概念和内容,就世界主要国家新媒体运用情况、发展态势进行探讨和研究。

一、新媒体概念的界定

目前,业界关于“新媒体”概念的界定,概括地说,主要存在着三类观点。

第一类观点认为,“新媒体”概念包括两层含义:首先,是基于技术进步引起的媒体形态的变革,尤其是基于无线通信技术和网络技术革命基础上出现的媒体形态,比如:数字电视、IPTV、手机、博客、电子杂志等等,也包括已不算新的网络媒体;其次,随着人们生活方式的转变,一些一直存在但长期未被社会发现传播价值的渠道、载体,由于营销理念的变革和泛商业化的运用,成为信息传播的新载体,从而被赋予了媒体的意义。比如:大量新兴的户外媒体,包括楼宇电视、车载移动电视等等。尽管这些媒体形态的出现大多并非由于技术进步引起的,但相较于成熟的传统四大媒体和传统的户外媒体,在消费者研究中,它们也是一种新的媒体形态。^①事实上,这种对新媒体的界定,是基于技术进步和营销理念变化的角度来划分的。

第二类观点认为,新媒体是利用数字电视技术、网络技术,通过互联网、宽带局域网、无线通信网和卫星等渠道,以电视、电脑和手机为终端,向用户提供视频、音频、语音数据服务、连线游戏、远程教育等集成信息和娱乐服务的一种传播形式。^②目前,通常被归入新媒体之列的主要有七类媒体形态,即:移动数字电视,包括无线的、车载的、公共交通工具上的;有线数字电视;IPTV,狭义上指基于TV终端的;网络广播;网络电视;手机电视;楼宇电视。它们有些是传统媒体的数字化形态,比如楼宇电视,在传播方式与服务方式上并没有本质变

化,也是以“电视+广告”的赢利模式来支撑运营;有些则是相对于传统媒体的数字电视的不同形态,如网络电视、手机电视等。

第三类界定则提出了相对概念。它认为,新媒体是一个相对的概念,“新”是相对于“旧”而言的。在媒体发生和发展的过程中,可以看到新媒体是伴随着媒体发生和发展在不断变化的。广播相对于报纸而言是新媒体,电视相对于广播来说是新媒体,网络相对于电视也是新媒体。今天我们所指的新媒体,通常是指在计算机信息处理技术基础上出现和影响的媒体形态。值得注意的是,这里有两个概念,一个是出现,是指以前没有出现的;另一个是影响,是指受计算机信息技术影响而产生的变化,这两种媒体形态就是我们现在所说的新媒体。当然,这里所说的新媒体,并不是终结在数字媒体和网络媒体这样一个平台上。^③

我们认为,上述关于“新媒体”概念的三类界定,从不同角度、不同侧面,以不同的形式,丰富了“新媒体”概念的内涵和外延。结合这三类界定,我们可以对“新媒体”初步作出定义:所谓新媒体,指的就是基于计算机技术、网络技术、通信技术、数字广播等高新技术,通过互联网、无线通信网、数字广播电视网和卫星等先进渠道,以电脑、电视、手机、PDA、MP4 等设备为接收终端的媒体;是能够实现个性化、互动化、细分化的传播方式;是有别于传统媒体传播特性的具有互动性、主动性、个性化、移动化等特征的媒体形态。

依据传播媒介的不同,我们可以将新媒体主要划分为以下四种类型:第一类是基于互联网的,包括电子杂志、电子书、网络视频、博客、播客、视客、群组及其他类型的网络社区等;第二类是基于数字广播网络的,如:移动多媒体广播(也称广播式手机电视)、数字电视、车载公交电视、卫星直播电视等;第三类是基于无线网络的,如通信式手机电视、手机短信、手机 WAP 等;第四类是基于跨网络的 IPTV 等。

二、新媒体在世界主要国家的发展态势

当前,世界已经投入测试或运营的新媒体主要基于两条基本路径,一是基于传统和新的广播电视网络、卫星直播网络的新媒体形态,主要包括数字广播、数字电视、多媒体数字广播、卫星广播、直播卫星电视等;二是基于互联网和第三代移动通信技术的新媒体形态,包括网络音频与视频广播、通信式手机电视等。此外,传统的广播电视网络与互联网及第三代移动通信技术结合共同形成的各类

互动电视、点播业务等形态也已出现,并在有的国家开始投入运营。下面,我们对几种主要新媒体在世界主要国家的发展态势进行跟踪和研究。

1. 数字音频广播(DAB)在全球部分地区普及,技术相对成熟

DAB广播是继传统的调幅、调频广播之后的第三代广播,与传统广播相比,其声音质量取得了突破性进展,但还不能突破单一依靠声音传播的“广播瓶颈”。因此,DAB广播虽然在一些国家仍然方兴未艾,但其基本属于过渡性媒体形态,包括韩国、日本、美国在内的很多国家,都在逐步将DAB广播的应用进行多媒体化拓展,并用DMB(数字多媒体广播)或类似技术(如DAB—IP等)取代DAB广播。此外,由于DAB网络可以为DMB等应用,因此,DAB也被认作是DMB的一种形态,有些国家仍在大力发展。就DAB在世界范围内的运用情况来看,目前DAB网络已覆盖了80%的欧洲地区。其中,英国是最早投入DAB市场的国家,也是DAB最为发达的市场。迄今为止,全英的人口覆盖率达到85%,在英国近60%的节目只能通过DAB收听。英国市场上DAB接收机品种繁多,诸如:用于起居室的高保真调谐器、车载收音机、收音/盒带/CD商用机、便携式DAB接收机、“随身听”型DAB接收机、有MP3功能的DAB收音机、用于PC的DAB接收机等等。德国则计划在2010年关闭调频广播,彻底采用数字音频广播。可见,在欧洲,DAB数字广播已进入产业化阶段。韩国的DAB广播覆盖了全境,但收听效果并不理想,其最大收听群是车载音乐系统的爱好者。

2. 数字多媒体广播(DMB)是当前广播领域的主要发展趋势之一

数字多媒体广播(DMB)是在DAB广播基础上衍生来的。它在传统广播单一声音业务的基础上,可以同时传递多种数字业务,如图像、文字、数据、图片及活动影像等。DMB具有可高速移动接收、实现多媒体接收、加密、发射功率小、覆盖面积大、频谱利用率高、强抗干扰性和在恶劣环境下接收的能力,并可利用卫星大幅度提高广播覆盖率等。因此,源自于DAB的DMB,可以说是专门为广播电视和广播式移动手机视频而设计的。它与现存的DAB服务平行发展,同时可以和现存的DAB设施方便地进行集成。现在,DMB已经在欧洲扎下了根。德国、法国、英国、西班牙、挪威、荷兰、意大利的许多广播机构已经或正在准备进行DMB试验,以便将音频、数据和视频服务融合到现有的DAB网络。今年年初,欧洲电信标准学会(ETSI)对DMB标准称赞有加,并批准将其用于移动多媒体内容和服务的传送手段。ETSI的这一决定,有可能为广播的新时代铺平道路。但是,到目前为止,DMB广播在世界上还没有一个全球公认的、统一的

国际技术标准,这也影响了其在世界范围内的商用推广和使用。

3. 移动多媒体广播(我国广电标准称为 CMMB)或广播式手机电视是多媒体数字广播和卫星直播技术结合的产物,更是今后广播领域发展的必然方向

与以 DMB 为代表的数字多媒体广播相比,移动多媒体广播具有更强的技术优势和更好的应用前景。它打破了传统的地面广播,融合了卫星广播、移动通讯、无线网络等多种传输手段,并由于结合了直播卫星的技术,从而呈现出巨大的优势,非常适合于移动多媒体接收设备(时速超过 150km 时仍然可以正常收听)。在接收者处于移动过程时,通过卫星数字广播和无线局域网实现接收,较之传统的广播传播具有非常明显的优势。此外,它所带来的新媒体业务,将具有个性化视听媒体的特征,可以为各种移动终端提供更加自由的 4-Any(任意时间、任意地点、任意终端机、任意选择内容)服务。这种新媒体技术,最终还可以整合在手机等传统通信终端中。因此,作为电信和广播相融合的新概念,移动多媒体广播意味着第三代无线广播时代的来临。

目前,这类移动多媒体广播技术的典型系统主要有:中国的 CMMB(中国移动多媒体广播)、韩国的 S-DMB(卫星数字多媒体广播)和欧洲的 DVB-SH(欧洲手持卫星广播 DVB)。其中,CMMB 是我国完全拥有自主知识产权的自行开发和建立的移动多媒体广播标准,广电总局目前正在进行部署,将在 2008 年北京奥运会时提供广播服务。S-DMB 则在日本、韩国等国家发展迅速,如:韩国的 SK 电讯作为最大移动运营商,一直扮演着移动互联网领域新业务倡导者的角色。在手机电视领域,SK 电讯也于 2005 年 5 月率先推出了基于 S-DMB 的手机电视业务,并致力于完善产业链,丰富业务内容,对推动 S-DMB 的产业化发挥了举足轻重的作用。但是,整体而言,S-DMB 在世界范围内并未进入大规模商用阶段。

4. 数字电视的发展是广播电视更新换代的一件大事

就电视信号的传输形态而言,数字电视为我们提供了三种技术和运营平台:有线数字电视平台、卫星数字电视平台和地面无线数字电视平台。这三种基于不同传输技术类型的数字电视平台各具优势,可以从不同方面满足消费者日益分化和复杂的需求。依靠有线电视网络传输的有线数字平台,拥有稳定的接收质量与双向互动的优势;卫星数字电视,在覆盖面积和频道数量上占有优势;而地面无

线数字电视,则可用于移动中的电视信号的接收。

目前,数字电视这一媒体形态正在全球范围内全面展开。电视的数字化以及接收终端的数字化是基础性工程,因此,各国政府都在努力推动。相关报告显示,2005年,全球数字电视用户已达到1.7亿,比2004年增加了4000万左右。英国是目前数字电视渗透率最高的国家,已达到了70%,其次是美国,渗透率为55%,日本的数字电视渗透率为50%,欧洲的数字电视平均渗透率约为30%,全球数字电视平均渗透率超过16%。但是,由于需要较大的投入,数字电视的内容建设成本较高,特别是付费数字电视的推广,在包括我国在内的世界大部分国家和地区仍在进行之中,发展并不顺利,前景也未见乐观。

5. 卫星数字直播电视正在全世界范围内蓬勃发展

直播卫星广播电视在模拟信号时代便已出现,自从数字电视出现以后,它的发展势头便有增无减,其成本低、费效比高的优点突出,受到了世界各国的重视并大力发展。在起步较早的美国、欧洲和日本,直播卫星电视已形成了一定的产业规模。与此同时,卫星直播电视的服务也与IPTV, VOD, HDTV等技术结合在一起,为用户提供越来越丰富的互动式数字化音频、视频服务。

迄今为止,全球已有30多个国家和地区开展了卫星电视直播业务,付费卫星直播频道超过3000个,通过有线电视网转发的卫星频道还有3000多个。全球卫星直播产业的年产值已近500亿美元。从发展地域来看,美国的卫星直播电视从一开始就迅速进入了产业化的轨道,新兴的卫星电视公司已成为美国电视媒体中的一支重要力量。欧洲也是卫星直播产业发展较早的地区,该地区的卫星直播用户比例也较高。在英国,数字直播卫星在家庭市场中的份额已上升到29%。当然,由于欧洲科技水平较高,开发卫星直播业务的公司之间的竞争也较为激烈。在亚洲地区,真正形成规模化经营的卫星数字电视直播公司则主要集中在日本。

6. 网络电视与IPTV在全球范围内进入了试验性商用阶段

一般认为, IPTV指通过IPD协议在宽带网络上传送视频的业务,其主要特点在于交互性和实时性。通过IPTV业务,用户可以得到高质量的数字媒体服务,可以自由地选择宽带IP网的视频节目,实现媒体提供者和媒体消费者的实质性互动。IPTV跨越了电信产业和广播产业的边界,包含“广播电视”和“电信”两类业务的特征,融合了传统电视和互联网的相关特性,因此,可以将IPTV视为传统电视业务、电信新兴业务的结合体。在国外,电信运营商纷纷进入了

IPTV 市场。据 IPTV 调查机构 Canalys 公布的调查数字显示,到 2006 年年底,全球 IPTV 订户达到 360 万,西欧处于领先地位,为 240 万。专家预测,到 2008 年,全球 IPTV 用户将达到 2600 万。

近年来, IPTV 正逐渐成为国外运营商发展的重要业务,且这一趋势仍在继续发展。在亚太地区,宽带的发展大大促进了 IPTV 的部署。目前,日本已有十几家 IPTV 业务提供商,其中发展较好的是 Yahoo! BB。IPTV 调查机构 Canalys 预测,2007 年, IPTV 在亚太地区会有重要发展,鉴于香港已是 IPTV 的成熟市场, IPTV 的增长主要来自中国、印度等对 IPTV 的发展进行大量投入并正在逐步形成的市场。美国 IPTV 市场的发展进程较为稳定。美国 Qwest Communications 公司首先向 Phoenix 地区的用户推出基于 VDSL (Very High Speed Digital Subscriber Line) 技术的 IPTV 业务——Qwest Choice TV & On Line。该业务为用户提供互联网接入、话音业务和 250 多个电视频道整合的一体化电信服务。其他电信运营商在 2002 年也相继推出了类似的 IPTV 业务。美国电报电话公司和威瑞 É 公司已在全国推广 IPTV 服务。在欧洲, IPTV 业务正在步入规模商用时代,西欧将继续领跑全球 IPTV 业务。相关调查数据显示,欧洲目前大约有 65.8 万 IPTV 用户,预计今年欧洲 IPTV 用户数将比上年增长 200%;到 2009 年,这一数字将增加到 870 万。

7. 通信式手机电视已进入商业阶段

所谓“通信式手机电视”,是指利用移动终端为用户提供视频资讯服务的业务,在技术上,它是基于 GPRS、EDGE、CDMA1x 以及未来的 3G 等移动通信网络,通过流媒体方式提供多点对多点视频传送业务,其优点是可以非常方便地进行视频节目的定制和互动操作,缺点是带宽资源受限、接收质量不高、费用昂贵。

通信式手机电视在运用过程中多是由电信商提供宽带和用户,而由广播机构提供内容。从赢利角度看,目前并没有进入“黄金时刻”,但是潜力巨大。从 2003 年开始,随着移动数据业务的普及、手机性能的提高、数字电视技术和网络的迅速发展,美国、日本等世界各国的主要移动运营商纷纷推出手机电视业务,使之逐渐成为移动数据业务中的一大亮点。

8. “播客”在世界主要国家的发展情况

基于互联网但不与传统媒体相结合的新媒体形态主要指“播客”。“播客”又被称作“有声博客”,是 Podcast 的中文直译。用户可以利用“播客”将自己