



应用型本科规划教材

广播电视新闻采写

BROADCASTING AND TV NEWS GATHERING AND WRITING

◆ 王玉生 阎怡男 杨晓云 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大學出版社



应用型本科规划教材

广播电视新闻采写

BROADCASTING AND TV NEWS GATHERING AND WRITING

◆ 王玉生 阎怡男 杨晓云 编著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播电视新闻采写 / 王玉生, 阎怡男, 杨晓云编著.
—杭州: 浙江大学出版社, 2007. 5
ISBN 978-7-308-05264-1

I. 广… II. ①王…②阎…③杨… III. ①广播电视—新闻采访—高等学校—教材②广播电视—新闻写作—高等学校—教材 IV. G222.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 049922 号

广播电视新闻采写

王玉生 阎怡男 杨晓云 编著

丛书策划 李海燕

责任编辑 李苗苗 李海燕

封面设计 刘依群

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310028)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>

<http://www.press.zju.edu.cn>)

电话: 0571—88925592, 88273066 (传真)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 杭州余杭人民印刷有限公司

开 本 787mm×960mm 1/16

印 张 15.75

字 数 268 千

版 印 次 2008 年 2 月第 1 版 2008 年 2 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-05264-1

定 价 25.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88072522

目 录

第一篇 广播篇

第一章 导 言/2

- 第一节 课程引导/2
- 第二节 课程学习和教材的介绍/3
- 第三节 课程学习参考/4

第二章 广播事业发展概述/6

- 第一节 广播的诞生与发展/6
- 第二节 中国的广播/8
- 第三节 我国广播改革的现状/9
- 第四节 我国广播事业未来发展的趋势/10

第三章 节目——广播新闻传播的集纳平台/12

- 第一节 广播和广播新闻节目及其发展趋势/13
- 第二节 中国目前的广播节目/14
- 第三节 观摩解析一个广播新闻节目/14

第四章 广播新闻编辑的角色定位与职业素质/16

- 第一节 新闻编辑的角色定位/16
- 第二节 新闻编辑的职业素质/18

第五章 口播新闻节目的编辑原则及运用/19

- 第一节 口播新闻节目/19
- 第二节 口播新闻节目的编辑工作流程/20
- 第三节 口播新闻节目的编辑原则/21
- 第四节 口播新闻节目编辑练习/24

第六章 音响报道的属性/27

- 第一节 音响和音响报道/27

- 第二节 音响报道的共性和个性/28
- 第三节 音响报道的题材选择/29
- 第七章 音响报道中的音响与报道/31
 - 第一节 实况音响的分类和作用/32
 - 第二节 音响报道的分类和使用/33
- 第八章 现场直播/34
 - 第一节 现场直播的定义与属性/35
 - 第二节 现场直播的组织构成/35
 - 第三节 怎样做现场直播/36
- 第九章 谈话类节目/37
 - 第一节 广播语言及广播新闻的写作/37
 - 第二节 什么是谈话类节目/38
 - 第三节 谈话类节目的采制要点/39
 - 第四节 采制谈话类节目的操作实务/39
 - 第五节 收听一个广播谈话节目/40
- 第十章 现场报道/41
 - 第一节 什么是现场报道/41
 - 第二节 现场报道的题材与结构/43
 - 第三节 现场报道的采制要求/44
 - 第四节 现场报道的记者应对/45
 - 第五节 现场报道的采制计划与实验报告/46
 - 第六节 现场报道的采录设备/49
- 第十一章 录音报道概述/54
 - 第一节 什么是录音报道/54
 - 第二节 录音报道的特点/55
 - 第三节 录音报道的常见体裁/56
- 第十二章 广播讲话/61
 - 第一节 广播讲话的定义和发展/62
 - 第二节 广播讲话的内容、分类及其社会作用/62
 - 第三节 怎样采制广播讲话/63
- 第十三章 广播特写/64
 - 第一节 什么是广播特写/64

录 目

第一章 绪论

第一节 绪论

第二节 绪论

第三节 绪论

第四节 绪论

第五节 绪论

第六节 绪论

第七节 绪论

第八节 绪论

第九节 绪论

第十节 绪论

第十一节 绪论

第十二节 绪论

第十三节 绪论

第十四节 绪论

第十五节 绪论

第十六节 绪论

第十七节 绪论

第十八节 绪论

第十九节 绪论

第二十节 绪论

第二十一节 绪论

第二节 广播特写的类型/65

第三节 制作广播特写的重要环节/66

第十四章 录音专访/75

第一节 录音专访/75

第二节 人物谈话音响及其作用/76

第三节 采录人物谈话的基本要求/76

第四节 访问的属性和要领/77

第五节 认识实况音响/78

第六节 记者语言与谈话音响的关系/79

第十五章 实况音响采录/88

第一节 什么是实况音响/88

第二节 采录和使用音响的基本要求/89

第十六章 音频工作站——全数字时代的广播利器/93

第一节 音频工作站简介/93

第二节 音频编辑器介绍/96

第三节 音频编辑器的使用介绍/97

第二篇 电视篇

第十七章 电视新闻采访概述/102

第一节 电视新闻的诞生与发展/102

第二节 电视新闻的共性规律/111

第三节 电视新闻的个性特征/118

第四节 电视新闻报道存在的局限/121

第十八章 电视新闻采访/123

第一节 电视新闻的选题/123

第二节 新闻线索的发现与价值判断/129

第三节 采访观察、访问/132

第四节 提问/141

第十九章 记者出镜/147

第一节 记者出镜的形式、作用/147

第二节 记者出镜的要求/151

第二十章 几种特殊的采访形式/157

第一节 电视隐性采访/157

第二节 电视电话采访/163

第三节 网络采访/167

第二十一章 电视新闻写作概要/174

第一节 电视新闻:讲故事的艺术/174

第二节 电视新闻写作的基本要求/179

第三节 电视新闻写作的衡量尺度/183

第二十二章 电视新闻写作技巧/190

第一节 标题——画龙点睛/190

第二节 导语——新闻事件中最重要的事实/196

第三节 正文、结尾的写作/205

第四节 新闻背景的运用/219

第二十三章 各类电视新闻体裁写作/224

第一节 消息的写作/224

第二节 专题类新闻节目写作/234

第三节 言论类新闻节目写作/239

参考书目/243

后 记/244

第一章 第一篇

第一章 第一篇

第一篇 广播篇

第一章 导 言

第一节 课程引导

“广播节目的采制”从性质上讲是一门兼具专业理论知识和实物操作技能知识的专业基础课程。这门课要学的既是新闻学范畴的知识分支之一,也是广播新闻专业的知识主干(提示:从基本面上看,不论是广播、报纸抑或电视新闻,其对于新闻信息传播的核心要求都是一致的,那就是对新闻事实的说明应尽可能地简单、明确,突出要点。而广播与其他两者的不同之处则在于:1. 音响是广播实现信息传播的惟一介质;2. 口语化是衡量广播新闻节目质量高低的关键性形式要素)。同时,本门课程的很多内容都涉及专业技能,都需要通过观摩或实验才能够掌握。

现在来看看这门课程将要涉及的广播新闻业务主要环节:采访——提问、叙述、评价;编辑——使零散的音响、文字资料单元化、序列化;制作——按照编辑意图组合稿件单体、节目组合;播出——按照排定的时段(节目表)把整合好的节目用口播、实况或直播、录播的形式传播出去。以上任何一个业务环节都不能离开音响的参与(提示:采——提问、叙述、评价;编——稿件、节目;制——稿件单体、节目组合;播——工作环节上分前台、后台,播音定位上分直播、录播)。应该说,作为主流媒体,广播与电视一样,和过去相比,从物质到样式,从理念再到扩散方式,都已经发生了翻天覆地的变化(提示:新闻传播逐步实现了音响化、现场化、即时化;节目样式板块化、单元化、专业化;传播理念互动、服务;扩散风格平民化、市场化;技术装备数码化、卫星化)。从传播的角度考察,目前广播新闻努力追求的有四个指标:音响化、即时化、口语化、现场化,广播新闻内容从总体倾向上讲,城市化、年轻化的表现越来越突出。把上述四个主要业务环节进一步划分,我们会发现,它实际上包括了新闻采编业务、节目

制作合成业务、新闻播音业务和技术支持业务四大块。而这四块业务知识和技能的学习掌握都将在本门功课里有所涉及。

第二节 课程学习和教材的介绍

本课程内容的学习分为两部分,一部分将主要涉及广播新闻业务领域的基础理论知识。比如,当今中国广播事业的发展概况,广播新闻业务的工作流程,广播新闻节目的组织构成以及广播新闻机构、职位的设置;另一部分则将涉及广播新闻节目的编辑整合与音响报道的采访制作,比如,当今广播新闻的样式,广播报道的工作流程,广播报道的采写特点,音响报道的采制,采录技术设备的使用等。

音响是广播的核心与灵魂。本课程的学习始终都将围绕音响这两个字展开和进行。整个学习过程的展开分为课堂教学和实验教学以及收听观摩教学三大部分。课堂上,主要学习音响报道的各构成样式和声音的使用与切换,音响报道的采访技巧和提问设计技巧,广播稿件的编辑及广播节目的制作合成等。在此基础上还将结合观摩探讨当今广播的发展趋势和流行趋势以及个性化广播和专业化广播的社会影响等等;在实验室和室外,主要学习掌握诸如话筒的使用、采访机的使用、磁带的使用以及录音编辑设备的使用等实务操作知识。

实现本课程教学目标设定的方法应多动耳、多动手、多动脑。特别是要把动耳、动手与动脑很好地结合起来,通过主动地学习最终把教材给出的知识都系统化、个性化的专业能力。

本课程的学习目标:掌握相关的广播理论知识,独立制作完成符合播出要求的音响报道,独立编辑完成符合播出要求的广播新闻节目。

本课程学习使用的教材是《广播电视新闻采写》,是一本专业指向性、知识适用性、观念的前瞻性都很强的专业教材。它最突出的优点是符合厚基础、宽口径的人才培养规格要求,与传媒领域人才需求以及地方企事业单位宣传人才需求能够实现良好的对接。

广播是当今主流媒介之一,也是时兴的电子流媒体之一。广播新闻的采访编辑与音响报道的采访制作是广播作为新闻媒介最为重要的基础业务,是新闻专业学生最难懂又必须懂的专业知识。真切希望本教材能够为广大教师与同学的专业教学提供高质量的实用服务,使大家通过学习成为地方广播媒介欢迎的专业新闻人才。

第三节 课程学习参考

设置学习参考的目的是从情与理、史与实等多维角度全面地了解 and 把握广播事业以及广播新闻在这个事业中的位置、作用与意义。学习参考分为三个层面的内容:一是广播收听观摩,尤其是广播新闻。这是学习广播新闻最重要的感性基础,也是学习广播新闻课程最终能够由表及里、由浅入深的大前提。本环节要求形成习惯,以期在习惯性收听观摩中对广播新闻特有的真、快、新、活的传播优势及其语言声音化过程中的节奏、情态、语速等表达形成感受。二是广播新闻业务参考书。这是全面了解中国广播事业发展沿革并形成总体认识的重要因素。本环节提倡广泛阅读,以使知识构成在阅读中不断得到丰富与拓展。三是普通话播音朗读。这是使自身亲自体验广播声音传播所具有的特点、规律并进一步形成利用声音实现信息传播实务技能的必要环节。本环节重在课后的不间断练习,以使知识转化为专业实践能力。

一、广播收听观摩

1. <http://www.cnradio.com>
2. <http://www.am810.cn/am810/index.asp>
3. <http://www.fm93.com.cn/flash/jt/4>
4. <http://www.nbradio.com/node2/sy2006/5>
5. <http://218.108.20.172/>

二、阅读参考书

1. 杨波:《全中国都在倾听——中央人民广播电台的故事》,中国广播电视出版社 2000 年版。
2. 张振华:《声音传遍全世界——中国国际广播电台的故事》,中国广播电视出版社 2000 年版。
3. 曹仁义:《实用新闻广播学》,中国广播电视出版社 2000 年版。
4. 任文礼:《录音报道基础》,中国广播电视出版社 1995 年版。
5. 沈鹏飞:《播音文体作品解析》,中国广播电视出版社 2002 年版。
6. 宋有权:《中国广播受众学》,中国广播电视出版社 1998 年版。
7. 孟建,祁林:《广播电视新闻范文评析》,新华出版社 2001 年版。
8. 中央人民广播电台新闻评论部:《最前沿——2000—2001——中国新闻现场》,光明日报出版社 2001 年版。

9. 刘海贵:《知名记者新闻业务讲稿》,复旦大学出版社 1998 年版。
10. 陆小华:《重大报道对策》,新华出版社 2000 年版。
11. 赫伯特·霍华德,迈克尔·基夫曼,巴巴拉·穆尔:《广播电视节目编排与制作》,新华出版社 2000 年版。

作业与研读

1. 本课程阅读的参考书目中任选一本作一篇 2000 字的读书笔记。不求多,但要好。
2. 收听一次新闻广播并准备一条你自己喜欢的广播新闻。
3. 预习教材第二章内容。

第二章 广播事业发展概述

要点提示

1. 广播事业的发展。
2. 新中国的广播。
3. 我国广播改革的现状和发展趋势。
4. 观摩优秀广播新闻节目。

讲授目的

对广播的现状、发展趋势以及存在的问题形成完整、清醒的认识。

回顾与提问

上周作业:收听一次新闻广播并对其中一条进行文字点评。
本次要求:请以记者的角色介绍作业,让师生分享劳动成果。

第一节 广播的诞生与发展

媒体意义上的广播有广义和狭义两种分类:广义的广播包括了广播和电视这两类利用现代通讯技术、数据传输技术以及音视频采集、制作、还原技术传播扩散信息的媒介;狭义的广播则仅指利用现代通讯技术、数据传输技术以及音频采集、制作、还原技术传播扩散信息的媒介。

广播事业的诞生和发展得益于三个因素的支持:第一,以一定的科学技术成果为标志的社会生产力的进步;第二,积累到一定程度的社会财富;第三,最主要的动力因素则是人类永无止境的探索和发展与丰富自身生活的欲望。

广播作为新兴的电子媒介,其事业的兴旺发展与人的探索努力,与科技成

果的使用是分不开的。作为一种媒介,广播从其酝酿到诞生、到发展成为人类的好朋友和人类社会进步的重要工具,经历了一个漫长的时间段。从1602年德国人盖里克发现电传导现象到1920年美国西屋电气公司建立世界公认的第一座广播电台KDKA,前后一共经历了约300多年的时间。这300年中:

- ◆ 电流→电磁波→电子管↘
- ◆ 电话→收音机→录音机→广播+工作模式+制度
- ◆ 文字→声音流→声报道↗

到此,一种结合了人类社会科学成果精华和自然科学成果精华,以开发、经营声音化的信息为己任,向社会提供声音信息服务的崭新媒体——广播电台诞生了。到此,电技术、声技术、通讯技术与信息传播、新闻采编、媒体运作实现了真正意义上的良性结合。广播电台的出现,使人类社会进入了声光电传媒新时代(提示:德国人赫兹——1888年实验发现了电磁波;意大利人马可尼——1895年在英国的索尔兹伯里和巴斯之间实现了电磁波的发射接收;加拿大人费森登——1906年在马萨诸塞州的广播实验室里使用无线有声广播,当时他播出的讲述圣诞故事的声音北大西洋上的一艘航船报务员收听到了;美国人福雷斯特——1907年制成收音用三极管,三年后他运用自己制作的收音设备成功地在纽约大都会剧院转播了歌星卡鲁索的音乐会;丹麦物理学家波森——1900年,他发明了磁带录音机及录音技术,使声音的采集、保留、制作、回放简单易行,为新闻广播化提供了可行性;美国人萨尔诺夫——1916年他提出了“无线电音乐盒”的设想,这实际上就是收音机。这个设想在几年后由美国公司RCA实现了。他们分别或通过发明,或通过实证奠定了广播传播扩散信息的技术基础)。

1920年11月2日,世界第一座广播电台在美国诞生,这就是由著名的西屋(WestHouse)电气开办的KDKA(提示:广播在人类生活的第一次实际应用并不是从新闻舆论工具开始,而是从商业营销手段即为促销收音机开始的)。

广播的出现,让世界有了另一种比报纸更真实、更迅速、更新鲜有趣的传媒,广播所独具的魅力也在全世界掀起了办广播的热潮。二次世界大战的爆发,更是为广播的发展提供了黄金的契机。美国著名广播记者爱德华·莫罗的“这里是伦敦”、“现在请听”等脍炙人口的现场报道,罗斯福实施新政的广播讲话——“炉边谈话”以及交流式节目“东京夜莺”等,至今仍然是新闻史上的经典之作。

在战争及战后重建的强烈刺激以及日新月异的新技术支持下,到20世纪末,全世界各种体制、各种规模的广播电台成千上万,仅对外广播的电台就有近200座、使用近160种语言每天24小时不间断播出。ABC、NBC、CBS、NHK、BBC

以及“美国之音”等都是世界广播史上响亮的名字。最近 10 年来,卫星广播、网络广播、手机广播等新型广播已开始蔚然成风。

第二节 中国的广播

中国的广播也是在电报通讯技术的基础上发展起来的。

- ◆ 1880 年设立有线电报。
- ◆ 1915 年我国第一座无线电台在吴淞和广州两地开始服务民生。
- ◆ 1922 年中国境内第一座广播电台“大陆报—中国无线电公司广播电台”开始播音(提示:这是由美国人奥斯邦联合沪上英文报纸《大陆报》开办,主要为在沪外国人服务的,未得到中国官方许可。)
- ◆ 中国人(提示:刘瀚在奉系军阀的支持下)创办的广播电台于 1923 年在哈尔滨开始播音。台名是哈尔滨无线电台,呼号是 XOR,1926 年 10 月 1 日开播。
- ◆ 中国的官办广播电台是由北洋政府创办的“交通部天津广播无线电台”,呼号是 COTN,1927 年 5 月 1 日开播。
- ◆ 中国第一部广播事业管理法规《装用广播无线电接收机暂行规则》1924 年 8 月由北洋政府颁布并施行。

国民党统治中国时期,中国的广播事业进入了第一次繁荣。
1928 年 8 月 1 日,“中国国民党中央执行委员会广播无线电台”(简称“中央广播电台”,呼号 XKM,后来又改为 XGZ)在南京开始播音。同年,国民党政府成立中央广播无线电台管理处,开始了全国广播网的建立。除了在南京的“中央广播电台”之外,国民党政府还在各省市建立了 20 多座广播电台。

1929 年国民党政府公布的《电信条例》规定,允许民间资本经营电台。于是一批民营电台开始出现,主要集中在以上海为中心的江南一带。

繁荣的特点:广播电台数量多、性质丰富、体制杂(提示:官营、党营、商营、民营股份制、宗教营办);法制化程度较高;政治工具色彩鲜明;新闻渐渐成为广播媒介的业务主体。

新中国的广播是从延安的窑洞里开始的(提示:开播时间 1940 年 12 月 30 日;发射功率 300 瓦;呼号 XNCR),这就是著名的延安新华广播电台。在抗日战争和解放战争中,延安新华广播电台在艰苦的条件下坚持对外广播,把中国共产党和中国人民的政治主张和建国主张传遍全中国,为打破国民党的政治封锁,树立中国共产党的政治形象 and 地位,宣传和动员全国人民抗日救国求解放

做出了不可磨灭的贡献。其间,因物质条件的限制,延安新华广播电台也曾多次中断广播并先后迁徙辗转至陕西子长县、河北涉县(提示:兼并了邯郸广播电台)、平山县等地,1949年3月迁入北京,改名为北平新华广播电台,到1949年12月5日,改名为中央人民广播电台,直至今日。

到20世纪80年代,随着省级台增加播出时间和播出内容,地市一级台由转播台升格为自占频率自办节目的电台,县级广播站更名为广播台以及乡村的有线广播喇叭入户工程等物质基础的不断夯实,新中国的广播事业达到了前所未有的巅峰时期。突出表现就是网络健全、覆盖面广、嗓门大、社会影响大。从1983年第十一次全国广播电视工作会议后,中国内地基本形成了四级办广播,四级混合覆盖的广播运行格局(提示一:四级办广播指:中央、省、地市、县;提示二:混合覆盖一指自上而下的频率覆盖,二指相互采用的内容覆盖)。

国家的最高广播行政管理机关是国家广播电影电视总局,国家的最权威广播媒体是中央人民广播电台(提示:使用20多个频率,开办中国之声、中华之声、华夏之声、经济之声、音乐之声等9套广播节目,24小时不间断播出);国家的对外广播媒体是中国国际广播电台(提示:每天用43种语言24小时不间断传播扩散信息)。而其他三级广播则由每个省、每个地市州、每个县都有的广播电台构成。目前,我国的广播从业人员已达数十万之多,国内外受众不计其数。上述数字即使不算台港澳地区,中国也是世界上屈指可数的广播大国了。

第三节 我国广播改革的现状

和世间所有的事物一样,我国的广播事业也经历了发展的曲折。进入20世纪80年代,我国广播事业也逐步进入了发展的低谷时期。突出表现就在于:社会关注度下降、社会影响力下降、国家机器的使用力度下降、经济生活的依赖度下降。造成这种情况的原因除了电视这个新兴媒体的冲击外,更主要的原因在于广播自身(提示:长期依赖国家拨款吃事业饭,人力资源长期低层次运行、不能按照广播自身的规律来办节目、对广播的产业化功能缺少认识、缺乏创新精神等)。事实上,对于中国广播而言,改革的真谛就是引入市场机制、竞争机制、创新机制。正所谓先人一步满堂喝彩,后人一秒全盘皆输。当然低谷不等于消亡,而是需要一个强冲击把它唤醒。

祖国大陆广播的第一波改革是专业广播的出现。专业广播电台是以专业传播为主导,以分频为技术基础,以传媒产业化为理念,以市场为发展依托,以服务和经营为手段的。标志是1985年开办的珠江经济广播电台(举例:经济

台、商业台、信息台、交通台、健康台等)。

到20世纪90年代,随着浦东开发的进展,祖国大陆广播的第二波改革——区域广播又开始了,出现的不再是专业台而是大大小小的区域台。这次改革以分频和高保真传播为技术基础,以特定的都市生活为依托,以个性化、强指向的服务和经营为理念,所不同的是都市的休闲和消费尤其是文化的消费成为了区域广播重要的信息经营品种,而受众定位的局域化则进一步强化了区域广播的实用性、服务性和可听性。标志是1992年开办的东方广播电台(提示:还有西湖之声台、芙蓉台等)。区域台与专业台的区别在于对受众的分层而不是分群,在于前者不走专业化的路子而是运用调频广播这个手段实现小区域覆盖,以高质量的声音、高质量的节目、高质量的特色服务综合、立体、全方位地满足覆盖区域内特定层面受众的需求。

值得注意的是,这两类广播在其诞生后都把主打方向确定在了城市。应该说,从社会学的角度看这两次中国广播改革,不管是专业台还是区域台都是广播顺应中国社会城市化程度不断提高的必然,其自身也是中国城市文化圈逐步形成的产物。尽管以后曾经出现过因管理混乱导致管理层下令重新统一台名的情况,但中国广播改革的历史性进程已经是不可逆转的了。事实上今天的中国广播运营格局仍然是一个政府台、专业台、区域台共同存在、共同繁荣的局面。也正是在这种体制下,中国广播才度过了财政拨款体制改革、经济体制改革等一系列阵痛期,顺利地走到了今天。

第四节 我国广播事业未来发展的趋势

如果对上述情况做一个小的总结,我们可以看到这样几点:促使中国广播改革的动因是一种迫不得已的顺应,这是造成中国广播事业近年落后于报纸和电视的主观因素;依靠改革、调整和努力地追赶来适应中国改革、开放、进步的趋势则意味着中国广播猛醒之后的振奋,而资源(提示:体制资源、人力资源、频率资源)的调配是中国广播改革的着力点,而经营理念的更新和节目的创新才是中国广播改革的真正突破口。可喜的是,现在的中国广播事业正随着改革的逐步深入,呈现出一种杂花生树、草长莺飞的好局面。这主要表现为以下几点喜人的变化:传播技术上频率资源合理调配,利用再利用和全域覆盖;运营管理上的企业化、市场化;表现方式上的音响化、现场化、即时化;扩散方式上的专业化、区域化、社区化;节目构成上板块化、单元化、立体化;装备上数码化、卫星化、小型化;人力资源配置上年轻化、专业化、社会化;以及跨地域专业协作。