



声

SHENG

屏

PING

感

GAN

悟

WU

于钦彦著

山东人民出版社
SHANDONG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE



声

SHENG

屏

PING

感

GAN

悟

WU

于钦彦著

山东人民出版社
SHANDONG PEOPLE'S PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

声屏感悟/于钦彦著. —济南: 山东人民出版社,
2008. 3
ISBN 978-7-209-04427-1

I. 声… II. 于… III. ①广播事业—山东省—文集②
电视事业—山东省—文集 IV. G229.275.2—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 028342 号

责任编辑: 李明功
封面设计: 柳 岩

声屏感悟

于钦彦 著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址: 济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编: 250001

网 址: <http://www.sd-book.com.cn>

发行部: (0531) 82098027 82098028

新华书店经销

青岛星球印刷有限公司印装

规 格 16 开 (165mm×240mm)

印 张 18.75

字 数 310 千字 插 页 2

版 次 2008 年 3 月第 1 版

印 次 2008 年 3 月第 1 次

ISBN 978-7-209-04427-1

定 价 30.00 元

如有质量问题, 请与印刷厂调换。电话: (0532) 88194567



2003 年 7 月在山东广播电视大楼办公室



一得之见 (序言)

“热运行、冷思考”，这是广播电视系统的一句行话。

我向来以为自己是一个善于思考、但很难想出好点子的人，在从事紧张繁杂的广播电视工作中，经常思考广电事业的发展问题，尽管没做好什么工作，但在思想认识上却颇有收获。

十年来，我逐步听到、看到和认识到，在我们山东，诞生不到八十年的广播、不到五十年的电视，经过几代广电人的辛勤耕耘、辟疆拓域，广电传媒事业不断发展，社会功能和作用越来越大。我多年来思考这个问题，将其概括为“四个阵地、一个平台”，即广播电视已经成为整个社会的“四个阵地”：新闻传播的重要阵地、经济引导的重要阵地、社会教育的重要阵地、文化娱乐的重要阵地；“一个平台”：传播先进文化、构建和谐社会的传媒平台。

广播、电视作为现代强势媒体，每年每月、每时每刻都在高速运转，传递着无以计数的经济政治文化等社会信息，影响着人们的思想观念、价值取向和生活方式，引导着各行各业各界各方面的前进脚步。可以说，广播电视成为人们有声有色、无时不在、难舍难分的好朋友。

“思考是理性的行动”。维克多·雨果老人家的这句名言一直激励着我往前走。

多年的思考和实践使我感悟到，广播电视工作是一个快乐与艰辛、风光与风险并存的特殊行业：既要办好新闻节目、社教节目，保持鲜明正确的舆论导向，承担大量社会性教育的重任，又要制作播出大量文化娱乐节目，承担文化艺术的传播和建设任务；既要讲社会效益，弘扬社会主义精神文明，又要讲经济效益，千方百计搞好广告经营创收，为整个事业发展提供经济支撑；既要搞好安全优质播出，又要不遗余力地抓好无线和有线高科技信号传输覆盖。稍不注意，舆论导向就会出现問題；稍有麻痹，就会丧失机遇，造成工作被动。可谓艰巨复杂、任重道远。

大家似乎形成一个共识：广播电视节目制作播出传输是一项复杂的系统工程，是“重复的艺术”，也是“创新的艺术”，需要与时俱进、领



异标新、锐意创新；广电队伍除极少数名记者、名编辑、名播音员、名主持人名扬社会外，绝大多数都是默默无闻、幕后甘于奉献的人；在广电系统汇集了一群风正气顺、团结进取、想干事、会干事、干成事的社会精英。

任何人都是在逆境中前进，任何事业都是在曲折中发展。面对纷繁多变的困难和问题，广电人总是知难而上，敢于正视问题，从容应对挑战。这种精神和动力是从哪里来的？我想，主要有三个来源，用通俗的话来说，就是：“用脑袋想事，向同事学事，按良心办事”。

用脑袋想事。就是说善于用自己的头脑想问题、办事情，一切从实际出发。解放思想，实事求是，从实际出发，这是马克思主义活的灵魂，也是我们每个广电人行动的灵魂和指南。凡事从广电行业的实际出发，经过自己的脑袋思考加工来决策，而不是唯书唯上、人云亦云、优柔寡断、墨守成规。

比如，怎样办广播？要结合山东的实际创新广播节目。创新是在继承基础上的发展，是扬弃的过程。过去的名牌节目要保留、巩固和提升质量，新办的节目必须是独具个性、超越前人的节目，必须是“新锐、时尚、快捷、好听”的节目，必须是与受众市场和经济市场接轨、具有竞争力的节目。这就是山东广播人的创新理念。

比如，山东电视人立足山东、面向全国，把山东卫视的主题形象概括为：“泰山在这里崛起，黄河经这里入海，孔子从这里诞生。”按照这个定位，就会把自然与社会、内陆文化与海洋文化、传统文化与现代文化统一起来，就会把一个历史悠久、文化灿烂、美伦美焕的山东生动形象地展示出来，就会凸显“现代时尚、新锐超前、精彩纷呈”的电视传媒特色。这样的办台思路显然是动了脑筋的创新思维。根据这个思路办台，运用当今领先的媒体理念和多元的艺术元素，打造一个“新闻立台、娱乐为王”的全国一流顶尖的省级大台，无疑是山东电视人的成功理念，也是新的追逐目标。

再比如，怎样把中央要求与地方实际相结合？要靠自己认真思考，唯物辩证地看待和处理问题，不能说上级要把中波发射台收上来，我们就不分青红皂白、不看山东与西部的区别、不管中波发射还有多大功能，就把四五百人统统收上来，那会增加山东广电多大的负担？实事求是，摒弃个人私念，维护事业发展，是我们一切工作的基本出发点和落脚点。

向同事学事。每个人都与同事朝夕相处，同事是自己最直接、最好的老师。作为我们基层组织领导者，应当时刻向同事、向群众学习。群众才是真正的英雄。其实，善于向同事学习、向群众学习才能学到真本事，



才有可能成为成功者。“三个臭皮匠，顶一个诸葛亮”，就是这个道理。十年来，我作为一个才疏学浅的“臭皮匠”，认真虚心地向同事、向群众学习，梦想成为多谋善断的“诸葛亮”，这只不过是幻想而已。但我还算幸运，因为我遇到了许多德高望重、足智多谋的老领导，结缘了许多好同事、好朋友，他们成为我的良师益友，给了我极大的鼓励、帮助和支持，成为我前进和成长的动力。很难设想，如果没有这么多好领导、好同事、好朋友的关爱和扶持，一个孤陋寡闻、毫无城府的人，是不可能走到今天这个地步的。

按良心办事。人类同其它动物的根本区别，就是讲良心、讲平等、讲公正、讲博爱、讲和谐。“以人为本，构建和谐”，体现了党性要求，源头在讲人的良心。按良心办事，就是把人的本性良知与我们党的党性原则统一起来。“良心与党性是统一的”，这是我的一句口头禅。不讲良心道德的人，肯定不能真正讲党性；不讲党性原则的人，有时就会丧失良心。在我们周围，昧着良心办事、见利忘义、忘恩负义、玩弄权术、营私舞弊者是不乏其人的。我们是党的一分子、人民的公仆，想问题、办事情，一切都应从良心出发，从党和人民的利益出发，而不能从个人的团伙的局部的和眼前的利益出发。讲良心、讲党性，重要一点是要关心群众的困难和疾苦。李瑞环同志说过一句话：“群众最可敬，群众最可爱，群众最可怜，群众最可畏。”把尊重、关心和帮助群众放在首位，说实话、办实事、想实招、重实效，力所能及地为老百姓多办点好事、多谋点福利，是每个基层组织领导者的神圣责任。遗憾的是，在这方面我做的与群众需求还有遥远的距离。

孔子老圣人教导我们：“三十而立，四十而不惑，五十而知天命。”以上这些想法，或许就是我即到五十岁感悟的一个“天命”？但究竟什么是“天命”？我还不懂。

生命是探索和燃烧的过程。过程不止，探索不会停，燃烧也不会停息……

是为序。

2006年7月13日



目 录

一得之见（序言）	[1]
科学认识把握广播电视新闻宣传规律	[1]
创作摄制更多精美优秀的影视剧	[11]
有线电视要办成老百姓欢迎喜爱的频道	[15]
广播电视舆论宣传要加强宏观调控	[19]
精心组织策划新时期重大典型宣传	[22]
精心组织省“两会”宣传报道	[28]
广播电视的社会功能与宣传管理	[32]
策划制作高质量的电视外宣节目	[43]
党的喉舌，人民的朋友	[50]
解放思想，开拓进取，谋求广播快速发展	[55]
提高宣传艺术，打好宣传战役	[67]
广播电视要着力策划制作新闻精品	[72]
听广播的十大好处	[77]
热运行中要注意冷思考	[79]
以新的姿态迎接新千年	[81]
努力把山东广播电台办成全国一流大台	[83]
对广播电视播音员主持人的几点看法和建议	[89]
新闻专题要着力捕捉新生事物	[94]
抢占现代网络传媒的制高点	[96]
加强宣传管理是广电系统管理的重中之重	[98]
开创新世纪山东广播电视新局面	[102]
增创新优势，实现大发展	[108]
坚持鲜明正确的舆论宣传导向	[114]



加快我省广播电影电视改革发展	[127]
加入世界贸易组织与广播影视发展	[137]
制作拍摄人民群众喜爱的影视力作	[151]
精心组织迎接党的十六大新闻文艺宣传	[152]
加强广播电视安全播出管理	[157]
创作更多少数民族题材的影视佳作	[160]
推动山东广播电视事业持续快速发展	[163]
山东文化产业发展的思路与对策	[167]
突出广告主业,拓展相关产业发展	[176]
倾力打造全国一流领先的电视卫星频道	[179]
创造导向正确丰富多彩的声屏世界	[183]
创建服务“三农”独具特色的广播频道	[193]
五十五个动听优美铿锵有力的音符	[195]
挑战亿元大关,实现广播事业新发展	[201]
金色的握手	[209]
精心组织策划广播电视重大战役性宣传	[211]
创新节目品牌是传媒发展的核心竞争力	[222]
广播人要爱广播听广播研究广播	[228]
为改革发展稳定营造良好的舆论氛围	[231]
努力实现山东广播新一轮突破和跨越	[237]
广告宣传要走可持续发展的道路	[244]
当代广播文艺节目的创新发展	[250]
构建和拓展广告业发展平台	[260]
打造“新锐、时尚、快捷、好听”的广播节目	[263]
创建面向大众纯真经典的音乐频道	[265]
电视新闻的自主创新与市场竞争	[269]
站在新起点上实现新的更大发展	[279]
广播电视宣传要认真把握二十六个问题	[289]
后记	[293]



科学认识 把握广播电视新闻宣传规律

从时代的角度看,讲马克思主义新闻观,就是要以“三个代表”重要思想的要求来指导和规范新闻宣传实践,科学认识和把握广播电视新闻宣传的规律,使新闻宣传始终坚持正确的舆论导向,科学、正确、有序地引导社会,促进改革和建设持续健康快速发展,推动整个社会的文明进步。

一、新形势下舆论导向的先导作用日益凸显和重要

目前,整个社会已开始进入现代信息化社会,新闻舆论的先导作用越来越凸显、越来越重要。人们已经逐步形成了一个共识:广播电视已经成为新闻舆论传播的重要阵地,经济信息交汇的重要阵地,社会性思想教育的重要阵地,群众性文化娱乐的重要阵地。舆论媒体本身的性质和所处的时代位置、社会位置决定着它必然在社会的发展中起先导作用,规范人们行为,引导社会前进,引领时代潮流。所以,江泽民同志深刻告诫我们:“正确的舆论导向是党和人民之福,错误的舆论导向是党和人民之祸。”这句话充分概括了舆论导向的重要性,也从宏观上揭示了新闻宣传的规律性。保持正确的舆论导向,应当说是新闻宣传的主题,是广播电视宣传工作的第一要务。

舆论导向在社会意识形态领域起主导作用,反映先进生产力的发展要求,引领人们的思想、观念、价值判断及生产方式、生活方式的变化和发展。进入20世纪90年代以后,整个世界的政治格局发生了深刻的变化,主要标志就是美苏对立的两大阵营解体。但是,这两大对立的政治、军事阵营的解体并没有改变意识形态领域两大思想体系的对立,没有改变西方敌对势力对社会主义国家和平演变的图谋,从而也就没有改变西方敌对势力运用媒体向我不断渗透、愈演愈烈的态势。从苏东演变、“六四”风波后,直到现在法轮功疯狂的进攻,都与意识形态领域的这个大环境有关。我们的意识形态宣传始终在这种政治大背景下运行,对



此，大家必须有清醒的认识和估计。最近我看了“美国之音”的几个电视节目，他们的攻击矛头主要是指向我们的，其中一个节目是连续讨论所谓“工运问题”，抓住东北个别地方工人上访事件，肆意炒作，言谈话语无不带有极大的煽动性，说什么“这是星星之火，可以燎原”，企图诱导人们扩大事态，唯恐天下不乱。还有一个节目是讨论所谓“党产问题”，借我们的党政机关办理房、地产权证大做文章，蓄意攻击共产党的领导，制造思想舆论混乱。可见，意识形态的斗争一刻也没有停止，两种思想体系下媒体之间的斗争一刻也没有停止，而且由于高科技的发展，节目的“质量”在提高，技术制作、传输手段也在提高。意识形态领域里的思想斗争是无形的，但舆论力量是巨大的，它可以使人们在很短的时间内“洗脑子”，改变看法，改变观念，最后改变世界，历史已反复证明了这一点。所以，在这种渗透与反渗透、西化与反西化、演变与反演变的激烈思想斗争中，把握舆论导向是一项十分艰巨复杂且富有极大挑战性的工作。

舆论导向在引领先进文化、建设先进文化的过程中发挥着重要的先导作用。东西方文化的交流，首先是思想的开放和交流，我国加入WTO后对思想文化领域的影响是首当其冲的。如何同资本主义世界打交道，如何防范和抵御西方落后腐朽的思想价值观念，的确是我们遇到的一个重大课题。作为新闻媒体来讲，目前存在“内挤外压”的形势，也存在“外强我弱”的态势。国外实力很强的媒体，如贝塔斯曼、维亚柯姆、美国在线——时代华纳都已经进来了，还有许多媒体正虎视眈眈地准备进入。从广播电视系统来看，去年全国的总营业额不到200亿人民币，而美国在线——时代华纳的年收入是318亿美元，维亚柯姆年收入128亿美元。《纽约时报》一天的营业额几乎相当于《人民日报》、中央人民广播电台一年的广告收入。可见，我们与西方媒体的实力相比差距是多大。在市场经济社会，经济实力决定一切。如果我们不尽快搞上去，把我们的媒体做强做大，恐怕会受到别人的左右和掣肘，也很难在建设先进文化中发挥先导作用。还要看到，由于经济国际化步伐加快，西方媒体不仅会占领、分割我们很大一部分市场份额，也会从思想上、价值观念上对我们形成巨大的影响和冲击，对新时期的宣传舆论工作带来严峻的挑战，提出更高的要求。

舆论导向是思想政治工作的重要渠道和手段，是代表最广大人民根本利益说话的重要工具，是两个文明建设前进的“助推器”。从我们改革、发展、稳定的新形势来看，广播电视宣传的任务越来越艰巨。改革越是深化，涉及的深层次问题越多，触及的利益越广，遇到的发展阻力



也就越大,由此带来的不稳定因素也就越多。作为思想政治工作的载体,广播电视理应承担起自己的使命,反映人民群众的心声,表达人民群众的意愿,同时多做解惑释疑、化解矛盾的工作,及时给社会传递客观、准确、科学的信号,来理顺人们的情绪,统一人们的思想,凝聚人们的力量,从而引导社会建立一个适应社会主义市场经济发展的、有序运行的、稳定发展的机制,而决不能提供片面的、错位的、误导的信号。这是一项政治性、敏感性很强的工作。自然科学实验几次、几十次失败,损失几十万、几千万,是物质的损失,别人会原谅,甚至还说他是英雄;而社会科学的重大失误和失败,人们是不会原谅的。我省有一位全国知名的史学家,他在自己撰写的一本书中把中苏边境我国的一个湖不慎划到苏联那边去了,20世纪60年代中苏边界谈判时,苏方就拿出这本书的观点来作证,这件事使这位学术造诣极深的教授留下了终生遗憾。我们的新闻宣传也是这样的,甚至更敏感,说错一句话、做错一期节目,将会对社会产生难以弥补的负面影响。意识形态领域的工作就有这么个特点,是不允许出政治错误的。所以说,导向问题责任重大,重如泰山,必须一丝不苟,慎之又慎,严格操作。

二、正确处理和解决宣传中的矛盾和问题

在广播电视舆论宣传过程中,经常会遇到一些矛盾和问题,这些矛盾是前进中的、发展中的矛盾,也是一些带有规律性的普遍存在的问题。树立正确的新闻理念,坚持辩证分析的方法,科学认识和把握好这些矛盾及其运动规律、特点,我们就会掌握宣传导向的主动权,保持正确的宣传基调,产生正面积极的社会宣传效果。

1. 正确处理坚持新闻真实性原则与追求“卖点”的关系。坚持新闻真实性,是马克思主义新闻理论的基石。新闻本身是真实的客观事件的反映,是新近发生或正在发生的事实的报道。在任何情况下都必须坚持新闻真实性的原则,这是新闻的生命力之所在。新闻是为大众服务的,受众越多,两个效益就越大。所以追求“卖点”,争取更多的受众,这是每个媒体理应追求的最大目标。但是,追求受众率,追求高的“卖点”,不能陷入功利主义,不能忽视新闻的真实性原则。现在,有的记者、编辑片面地单纯追求“卖点”,歪曲事实真相;或者没有弄清事实,盲目采编;或者故意虚构数字,夸大成就;更有甚者制造假新闻,蓄意炒作,混淆视听,这是新闻客观规律和基本原则所不允许的。目前出现最多的问题是,由于有些事件本身非常复杂,记者没有搞清事实就编发新闻,导致产生新闻报道的歧义和失实。如今年有一个节目批评某厂的



阿胶在驴皮中混入马皮，产品质量有问题；而另一个台的节目则认为，阿胶生产有点马皮是正常的，据《药典》记载可以加适量的杂皮，不属于掺假造假。这两种说法，究竟哪种观点正确？新闻传媒广而告之，事关重大，如果搞不准确，必然造成很大的负面社会影响。

新闻宣传必须建立在客观、准确、公正、科学的基础上，来不得半点的含糊。新闻的偏颇、失实是新闻宣传的大敌，任何时候都不能单纯追求“卖点”，忽视事实的真相和事实的完整性、准确性。坚持新闻的真实性，是对新闻记者、编辑起码的道德要求，也是新闻宣传确保正确导向的根本所在。从广播电视的特点看，坚持新闻的真实性需要注意几点：一是确保所报道事件的时间、地点、人物、环境、过程和结果的真实；二是确保新闻背景资料的真实；三是确保新闻评论观点的适度、准确、到位；四是确保音响、画面形象的真实、逼真；五是现场直播可适当策划，但要确保直播新闻的现场真实感。这是一些最起码的原则，也是一些必须遵循的规律性的要求。

2. 正确处理坚持党性原则与新闻自由的关系。广播电视是党和人民的喉舌，这个根本属性在任何情况下是不能改变的，不管体制如何变，也不管企业化、市场化如何运作，始终坚持党性原则，积极为传播党的路线、方针、政策服务，为反映人民群众的呼声服务，为推进社会主义物质文明和精神文明服务的宗旨是永远不能改变的。当然，我们在坚持党性原则的同时，同样倡导新闻报道的自由性，鼓励记者深入社会生活，大胆采制生动鲜活、丰富多彩的新闻节目，这是每个新闻工作者享有的政治权利和新闻自由。但是，我们的新闻自由是在坚持党性原则基础上的新闻自由，是在坚持四项基本原则前提下的新闻自由，是党的宣传纪律规范下的新闻自由，而不是随心所欲、无所顾忌、无法无天的新闻自由。这种纪律与自由的统一，是确保正确舆论导向的重要前提条件。

前几年由于受自由化的影响，包括受一些西方新闻理念的影响，有人认为只有我们共产党的媒体讲党性原则，西方的新闻媒体都是自由的，没有什么政治性，无拘无束，想怎么报道就怎么报道。这个观点显然是违背了事实。从越南战争、海湾战争、科索沃战争到“9·11”事件，到阿富汗战争，我们看到，西方媒体在这些重大问题上的舆论管制远远超过我们，是非常严格有序的。可以说，他们的所有媒体，包括私人媒体在这些重大事件上都没有什么新闻自由，统统受制于政府新闻主管部门。比如，美国“9·11”事件后，“美国之音”的台长惠特沃恩不听政府的招呼，非要播阿富汗塔利班领导人奥马尔的采访录音，政府新闻局马上把他及主管国际广播的局长康尼夫撤掉了，换上了罗伯特·赖利当台长，



并且还扣了“美国之音”的200多万美元经费。比如,阿富汗战争期间,美军攻打塔利班,所有的电视统一用美国主管部门指定拍摄的片子,大都是飞机在航空母舰上起飞、在天空上飞行的镜头,看不到地面轰炸、尸骨遍野的场景。还比如,美国轰炸南联盟之前,CNN突然宣布开除其著名记者、普利策奖得主彼得·阿内特,此举令美国新闻界为之哗然。原因很简单,阿内特在报道越南战争和海湾战争时,曾揭露美国军方在这些地区的暴行,面对五角大楼取消战地记者采访证的威胁,CNN只好忍痛割爱。这就说明美国的新闻自由包含着惩罚不听话的传媒的“自由”,包含着传媒必须服从国家利益的“自由”,没有什么绝对的新闻自由。

实际上,任何国家的新闻自由都是相对的,都是建立在宣传原则和宣传纪律的基础上,建立在维护国家利益的前提下。正如早年恩格斯对媒体分析的那样:“绝对放弃政治是不可能的,主张放弃政治的一切报纸也在从事政治。问题在于怎样从事政治和从事什么样的政治。”在实践中,坚持党性原则必须增强政治意识、纪律意识和责任意识,特别是对重大事件和重要敏感问题的报道,必须先请示后播发。比如,当记者遇到一件重大突发事件,可以先采访、拍摄下来,然后再请示经批准后播发,决不能说我有采访的权利,就有播出的权利。对重大问题,通过《内参》向上反映不违反新闻纪律,未经批准直接公开进行报道,就违背了新闻的党性原则和宣传纪律,内外是有别的。前几年,我们遇到的“11·24”烟台海难、阳信事件、安丘事件等等,都是经请示后处理的,这是一个非常严肃的问题。对此,作为台的领导、部的领导及节目负责人的头脑必须十分清醒,时刻牢记我们是党的喉舌,喉舌要听从首脑的支配。我们的首脑就是党委,如果首脑不同意,那么你说出的话就不是首脑输出的信号,这显然是违理、违规的。

3. 正确处理弘扬主旋律与坚持多样性的关系。如何正确处理弘扬主旋律与坚持多样性的关系,始终是广播电视新闻宣传包括社教、文艺节目及影视剧生产遇到的重要问题。在把握主旋律和多样性的时候往往出现两种倾向:

一方面是强调主旋律,忽视多样性。弘扬主旋律是广播影视的主题,但不能忽视文化艺术的多样性,也就是说不能忽视作品的艺术品位和受众的欣赏性,力求达到思想性、艺术性与欣赏性的完美统一。目前在这个方面存在不少问题,导致艺术创作和生产的质量不够高,特别是在社教类节目和文艺类节目中,一些传统的、“左”的、旧的东西充斥广播和荧屏,缺乏生动活泼、丰富多彩的节目,给人造成千篇一律、枯燥乏



味的感觉，缺乏吸引力、感染力和冲击力。

强调广播电视包括影视剧艺术的多样性，应包括以下几个方面：一是节目题材的多样性。古今中外及社会生活的各个方面的正面题材都可以搞，但现实题材要占主体，特别是反映改革开放时代风采的要占主导地位，反映先进文化前进方向的要占主流地位。二是节目表现形式的多样性。如对社教类节目、综艺类节目、公众性节目、对象性节目、对农节目及科教节目等等，可以运用多种形式去制作不同类型、不同风格的作品，并充分利用中外艺术表现形式、传统和现代的艺术表现形式，提倡“百花齐放、百家争鸣”。三是艺术手法的多样性。对文艺节目和影视剧的制作，要运用现实主义表现手法和浪漫主义表现手法，特别是要善于运用浪漫主义表现手法。现在的问题主要是简单的说教多，直白粗糙的手法多，过于简单的、不讲情理的情节多，艺术表现水平亟待提高和升华。四是播报和主持风格的多样性。应下大力改变广播千人一声、一个播报与主持风格的局面，改变电视过于正统、严肃、呆板的播报主持形象，形成清新时尚、随机应变、活泼多样的风格。

另一个方面，是过于强调多样性，忽视、淡化主旋律的问题。这个问题目前主要是表现在文艺节目和影视剧的创作与播出上，国家广电总局和省局最近反复强调净化荧屏，就是要解决这个问题。我举两个例子，一是有一个综艺节目，内容叫“三顾茅庐”，其开场白是，正当我国加入WTO之际，以曹操为首的曹氏集团无视国家法律，疯狂走私贩毒，胡作非为，而不做生意的刘备自草鞋城倒闭后，下岗在家，为摆脱贫困，闯入市场竞争，曾是刘皇叔的刘备去请当代的经济学家孔明先生，与其开一家大型贸易公司，由此引出一段三顾茅庐的故事。这个节目把当前经济生活中的敏感问题、重大政治事件与历史故事串联起来胡乱调侃，是极为不严肃的态度。试想，这种节目要让下岗职工看了，会有什么样的感受？另一个例子是有一个综艺栏目，每期分为三个单元，第一个单元是大明星与厂长，请一些歌星、影星反串，男扮女装，怪异地表演；第二个单元是毕业旅行记，主要是闹鬼的故事，编排拙劣；第三个单元是背剧本时间，背不下来的就用颜料往演员脸上涂抹，弄成个大花脸。这就是所谓追求多样性，实质是扭曲的多样性，是背离主旋律的多样性，也是对观众不负责任的行为。

现在，有的电视频道大量播放格调低俗、制作低劣的古装戏、言情戏、境外戏，播放凶杀、暴力甚至带有色情的影视剧，对青少年产生了不良影响。有的广播频道晚间播放赤裸裸的性话题，名曰传播科普知识，实际上是很不文明的节目，群众意见很大。这些问题目前普遍存在，已



经成为人们对广播电视不满的一个重要原因。现在,自然环境要讲生态平衡,文化环境也要讲生态平衡,保护文化环境。要下大力净化广播,净化荧屏,为人民群众提供健康、高雅、精美的精神文化食粮。

4. 正确处理继承与创新的关系。从广播影视发展史的角度看,继承与创新是统一的,继承优秀的内涵及形式是创新的基础,创新是为了把优秀的东西进一步发扬光大。创新是一个扬弃的过程,对过去的外来的东西汲取其精华,抛弃其糟粕,不断推陈出新。所以,就广播电视节目、栏目创新来讲,一要注意保护发展老名牌,不要简单地否定抛弃过去的一些名牌,而应充实、扩张名牌节目、栏目。国外有些好的节目、栏目能办三四十年,中央台有些好的栏目也办了一二十年。我们每年改版是应该的,但有些好的节目形式是不能轻易改变的,除非有更好的来取代它。二要不断翻新,下大力推出新名牌。广播电视是“注意力经济”,有的人还叫“耳朵经济”、“眼球经济”。精品节目、栏目才能把人们的耳朵、眼睛吸引过来。否则,面对这么多频道,面对受众“口味”越来越高的挑剔,是无法适应激烈竞争的。为此,我们必须努力提升节目、栏目质量,创造全省乃至全国一流的节目、栏目。要达到这个目标,必须牢固树立和强化以下几个意识:

(1) 确立没有精品栏目即无频道灵魂和形象的意识。要用精品节目、栏目来拉动整体节目质量的提高,一个精品就是一个亮点,亮点多了串起来一个频道就亮起来了,就形成了强势频道。实际上,一个频道有两三档名牌节目、栏目,就可以把整个频道带起来。一个频道没有精品,没获什么大奖,不能说这个频道水平不高。但是,如果一个频道没有一两档名牌栏目,就不能算是优秀频道,更不可能成为强势媒体,不会有持久的发展潜力。

(2) 确立轮番竞争、持续发展的意识。竞争是持续的、轮番的、永无止境的。济南有名的山水集团老总说过一句话,“企业的发展是一场永无止境的马拉松竞赛。”广播电视的发展也是这样的,竞争是永无止境的。受众的期望和要求无止境,媒体之间的竞争日趋激烈,节目质量的竞争必然愈演愈烈,一轮高过一轮。比如,全国上星台的竞争,前几年是以大办综艺娱乐节目为特征的激烈竞争,近几年又增加了重金竞猜之类节目的新一轮竞争,下一步的竞争是什么?肯定有,并且会更激烈。我们必须有勇于竞争、勇攀高峰的胆识,力争在新一轮竞争中赢得主动。

(3) 强化少办精办节目的意识。目前,广播电视的自办节目太多,分散了人力、物力和财力,质量平平者居多。主频道的自办节目、栏目可以适当多一些,但也不能太多。其他频道自办节目应大大压缩,以购



买节目串编播放为主。所有频道应当收拢拳头,缩短战线,集聚力量办好几档精品节目、栏目。要在坚持频道自我定位和形象的前提下,加强策划,集思广益,办出人无我有、人有我新、人新我奇的名牌节目、栏目。要坚持精益求精、精雕细刻,达到“语不惊人死不休”的境界。把节目做得抓人、耐听、耐看、有品位,形成受众的收听收视习惯。主持人可以高薪招聘,策划制作人更需要高薪招聘,善于借助“外脑”,为我所用。

5. 正确处理内陆文化与海洋文化的关系。什么是内陆文化、海洋文化?似乎没有确切的定义。我认为内陆文化似乎是以农业经济为基础的传统文化为特征,海洋文化似乎是以近代以来工业文明为背景的现代文化为特征。从目前整体上看,山东的广播电视综合实力是较强的,可以说走在全国的前列。但大家普遍感到有一些问题,与先进省市比有一些差距,差距究竟在哪里?我感觉从文化深层看,就是怎样进一步处理好内陆文化与海洋文化的关系。从整个广播电视节目的形式、基调、风格看,从频道形象的包装看,我们缺少现代的、时尚的、前卫的、超前的东西,给人以平、土、旧甚至“左”的感觉。山东是儒家文化的发祥地,还拥有革命的传统文化、浓郁的地方特色文化,这些都是时代需要大力倡导和传播的。但在这个基础上,应该注入更多的现代、时尚、超前的色彩,也就是说要与时俱进,大力传播现代先进文化。具体地说,我认为所有节目特别是艺术类节目,应当增加“海派”风格。

什么是“海派”风格?据词典解释,海派,特指是京剧的一个流派,相对于“京”派而言,以上海的表演风格为代表,讲究做工,追求趣味,注重反映现代生活;泛指是上海的风格或特色。我这里所说的海派也有泛指的意思,山东的海岸线有3200多公里,与法国差不多,外接渤海、黄海、东海,直通太平洋,是一个沿海大省、半岛大省。要立足这个实际思考问题,使我们的广播电视节目特别是文艺类节目增加一些海洋气息,增加一些南方沿海的风格,增加一些异域现代时尚的文化信息。比如,节目内容是否可以多一些海滩文化、渔民风情、海上故事,多一些江、浙、沪、闽、粤等江南情调,多一些西方发达国家现代流行的文化时尚、消费理念、人文风采,等等。再比如,适应加入WTO后与国际接轨的新形势和外国人日益增多的情况,多搞一些国外先进文化的引进和交流,多搞一些外国人参与的科教文艺节目,多搞一些介绍国外高新科学文化及健康时尚的节目。总的可以说,强调节目的海派风格,就是要强调十个字:“减少点土气,增加点洋气”,也就是说减少点“下里巴人”,增加点“阳春白雪”,使节目更加清新亮丽、现代时尚,让受