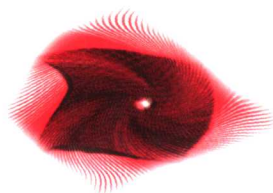


ZHONGGUO GUANGBO DIAN SHI CHU BAN SHE

LIDONGZHU

广播影视学术论著书系



广播节目 创优论

李东 著

GUANGBOJIEMUCHUANGYOU LUN

中国广播电视出版社

广播影视学术论著书系

广播节目 GUANGBO JIEMU
CHUANGYOU LUN 创优论

广播影视学术论著书系

李东 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

广播节目创优论/李东著. —北京: 中国广播电视出版社, 2003.1

(广播影视学术论著书系)

ISBN 7-5043-2799-9

I.广... II.李... III.广播节目-制作-研究
IV.G222.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第100263号

广 播 节 目 创 优 论

作 者:	李 东
责任编辑:	柯 杨
封面设计:	张一山
责任校对:	张莲芳
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
社 址:	北京复外大街2号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	廊坊人民印刷厂
装 订:	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	250 (千)字
印 张:	12.375
版 次:	2003年1月第1版 2003年1月第1次印刷
书 号:	ISBN 7-5043-2799-9/G·1595
定 价:	32.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

优秀作品是一个国家、一个时代精神文化水平的集中反应，对精神产品生产具有重要的示范和影响作用。

—— 江泽民

内容简介

广播节目创优工作是我国广播机构的一项重要任务，是提高广播宣传质量和水平、增强广播节目在传媒市场竞争能力、提升广播宣传队伍综合素质的重要措施，因而，是广播宣传管理干部和一线操作人员关注的重要课题。

作者从 1999 年起，负责广东省广播电视新闻奖评选委员会副主任兼广播新闻类作品评选组组长的工作，2002 年又参加了全国广播电视新闻奖的评选，熟悉广播节目创优方面的成果及存在问题。本书以广东省近年的评选作品为主要依据，从马克思主义宣传学说和创新理论，以及新闻学、传播学、心理学、管理学等多学科的角度，对广播节目创优的规律和特点进行了系统和深入探索，是学术性和操作性都很强的一部专著，对研究和指导广播节目创优有重要的参考价值。

把最好的精神食粮贡献给人民

——《广播节目创优论》序

“把最好的精神食粮贡献给人民”，这是邓小平同志对我国宣传文化事业提出的严肃要求和对宣传文化队伍的殷切期望，是我们广播电视工作者的崇高使命和光荣责任。

我们所处的伟大时代呼唤“最好的精神食粮”。在以江总书记为核心的党中央领导下，我国的社会主义现代化建设为世人所瞩目。在这场伟大的变革中，有多少辉煌的业绩值得我们赞颂，有多少各行业人们为现代化建设所付出的辛勤劳动值得我们讴歌，有多少前人从未涉足的领域需要我们探索，这一切都值得我们为之付出全部的心血！拿不出“最好的”广播电视节目，我们将愧对我们的时代。

我们所拥有的千万受众呼唤“最好的精神食粮”。随着我国经济社会的发展，我国广播电视受众的精神文化需求日趋迫切，文化素养和欣赏情趣有了很大提高。有多少听众和观众冀盼从我们的节目里汲取力量和新知，有多少听众和观众希望借助我们的节目参与社会事务和社会交流，

有多少听众和观众需要通过我们的节目享受艺术的魅力和休憩的乐趣，这一切值得我们为之付出满腔的热忱！拿不出“最好的”广播电视节目，我们将愧对我们的受众。

我们所面对的传媒市场告诫要我们生产“最好的精神食粮”。广播电视拥有最好的产品，才能拥有市场，才能拥有广播电视宣传所需的各种物质条件，才能谋求我们事业的发展！为此，也值得我们付出全部的智慧！拿不出“最好的”广播电视节目，我们将无法对事业作出自己的交待。

要“把最好的精神食粮贡献给人民”，就要处理好日常工作与优秀作品生产的关系。我们“贡献”给人民的，决不是就几个优秀作品，“最好的精神食粮”指的也决不仅仅是几个优秀作品，而应该是对我们全部工作质量和水平的要求，是我们每一个广播电视工作者的共同任务。因此，每一个广播电视工作者都要关心节目的质量和水平，把生产“最好的精神食粮”作为自己工作的目标和主要内容。与此同时，我们又要看到，优秀作品是从“最好的精神食粮”中比较、遴选出来的，是当中的佼佼者和代表者，“具有重要的示范和影响作用”，因此，我们又要重视优秀作品的生产，要认真研究优秀作品生产的规律，及时总结优秀作品生产的经验，不断完善优秀作品生产的机制，努力培养优秀作品生产的人才，让我们的优秀作品璀璨夺目，繁花似锦！

要“把最好的精神食粮贡献给人民”，就要形成良好的运作管理机制和激励机制。无论是提高广播电视节目的总体质量，或是优秀广播电视节目的生产，都不是任意的、短期的行为，而是建设有中国特色社会主义的伟大目标所

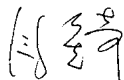
规定、所赋予我们的历史任务。因此，我们要重视建立、完善与生产“最好的精神食粮”要求相适应的运作管理机制和激励机制，以不断增强队伍的质量意识和精品意识，最大限度地激发和调动队伍的积极性和创新能力，形成生产“最好的精神食粮”的生动活泼、健康发展的局面。

要“把最好的精神食粮贡献给人民”，还要处理好实际操作与理论研究的关系。提高节目质量、创作优秀作品，需要我们认真细致的工作，付出艰辛的努力，因此，重视和抓好实际操作这个环节无疑是重要的。与此同时，我们又要看到，广播电视节目的生产有着它不同于其他领域产品生产的客观规律，广播电视的专业理论随着社会的发展和高新技术的应用也有了很大的拓展，因此，我们还要认真学习、研究广播电视节目生产的专业理论，探索、把握、提高广播电视节目质量和生产广播电视节目“精品”的客观规律，并用以指导我们的工作实践，使之效率更高、数量更多、质量更好！

惟其如此，建议大家读读这本《广播节目创优论》。作者对优秀广播作品的生产进行了深入的研究，不仅系统阐述了优秀广播作品生产的重要意义、基本原则、时代特点、核心问题、重要环节，以及相关的条件，而且细致分析了近百个作品的经验和教训，对我们研究、组织优秀作品生产，以至对具体作品的经营和制作，都有着重要的参考价值。

作者是在紧张的工作之余完成这本书的撰写的。我们很难苛求一部论著至善至美，《广播节目创优论》肯定也会有它不准确、不成熟的地方。但是，我们应该赞许作者

对优秀作品生产的自觉意识和认真执著的学术态度，希望有更多的广播电视工作者也能如此，为促进优秀广播电视节目的繁荣，为“把最好的精神食粮贡献给人民”而作出自己的努力！

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Chinese characters.

2002年7月25日

目 录

第一章 为什么要研究创优问题	(1)
第一节 现状的检视和问题的提出	(3)
一、一些广播媒体和节目人员对创优工作的意义 认识不清	(6)
二、优秀作品生产的视野不广，思路不活，压抑 了创新意识和创新能力	(7)
三、要为优秀作品生产创造积极、健康的舆论 氛围	(8)
四、在把创优积极成果用于指导实际工作、提高 节目质量方面还要下功夫	(10)
第二节 创优的意义	(13)
一、创优是新时期宣传思想工作的内在要求	(14)
二、创优是宣传文化队伍“代表中国先进文化的 前进方向”的具体体现	(16)
三、创优是媒体参与传媒市场竞争的重要途径	(18)

第三节 创优问题研究的对象和方法	(20)
一、创优问题研究的对象	(20)
二、创优问题研究的特点和方法	(25)
三、关于本书的架构与说明	(29)
第二章 创优的基本原则	(31)
第一节 内容真实	(32)
一、如何把握“内容真实”	(32)
二、真实性问题在优秀作品生产中的反映	(35)
第二节 导向正确	(39)
一、如何认识“导向正确”	(39)
二、导向问题在优秀作品生产中的反映	(42)
第三节 形式新颖	(45)
一、如何认识“形式新颖”	(45)
二、“形式新颖”问题在优秀作品生产中的 反映	(52)
第四节 制作精良	(54)
一、“制作精良”的含义	(54)
二、“制作精良”问题在优秀作品生产中的 反映	(60)
第三章 创优的时代特点(上): 时代特点的 历史回顾	(66)
第一节 时代问题的重要性	(67)

第二节 西方新闻事业的发展概况与影响	(70)
一、自由主义报刊理论	(70)
二、社会责任论	(72)
三、客观主义理论	(76)
四、新新闻主义理论	(78)
五、其它一些重要变革	(81)
第三节 我国新闻事业发展历史与传统	(85)
一、我国新闻事业发展历史概况	(85)
二、马克思主义新闻观的形成与特点	(87)
三、马克思主义新闻观在我国的继承和发展	(90)

第四章 创优的时代特点 (下): 当代优秀

广播作品生产的时代特点..... (94)

第一节 主旋律与多样化结合的特点	(95)
一、主旋律与多样化结合的意义	(95)
二、主旋律和多样化结合的方法	(96)
第二节 批判继承与开拓创新结合的特点	(105)
一、正确把握批判继承和开拓创新的涵义	(105)
二、“结合”的意义在于创新	(113)
第三节 创作个人与创作集体结合的特点	(123)
一、个人与集体结合的意义	(123)
二、个人与集体结合的方法	(124)

第四节 传统技术与高新技术结合的特点	(131)
一、传统技术与高新技术结合是提高广播作品 质量的重要条件	(131)
二、传统技术与高新技术结合是广播作品 创新的重要手段	(132)

第五章 创优的核心问题 (上):

策划——创新	(139)
第一节 什么是策划	(140)
一、策划的定义	(141)
二、现代策划的发展趋势	(148)
三、策划在优秀精神文化产品生产中的地位与 作用	(149)
第二节 策划与创造性思维	(157)
一、什么是创造性思维	(157)
二、创造性思维的特征	(159)
第三节 创造性思维是怎样产生的?	(169)
一、知识与知识结构的定义	(170)
二、知识结构的类型和评价标准	(172)
三、知识结构对信息的加工	(174)
四、知识结构对信息的创造	(176)
第四节 创造性思维的应用和培养	(180)
一、创造性思维在广播节目策划中应用的方法	(180)

二、创造性思维的培养	(190)
第六章 创优的核心问题(下):优秀	
广播节目生产的策划	(194)
第一节 广播新闻和新闻性节目策划的	
理论依据	(194)
一、策划是报道对象的客观实在性与策划人员	
主观创造性辩证统一的产物	(195)
二、新闻类节目策划体现了舆论工具的性质和	
要求	(198)
三、新闻类节目策划反映了新闻运作的客观	
需要	(199)
第二节 新闻报道的策划	(201)
一、策动信息优势	(201)
二、策动时效优势	(206)
三、策动声音优势	(209)
四、策动实时空间优势	(211)
第三节 新闻类专题节目的策划	(213)
一、新闻类专题节目的类型	(213)
二、新闻类专题节目的特点和策划要素	(214)
第七章 创优的重要环节	(247)
第一节 音响问题的重要性	(248)
一、广播音响构成的复杂性	(248)
二、广播音响内涵的丰富性	(251)
三、广播音响评价标准的多元性	(264)

四、广播音响技术的先进性	(279)
第二节 作为作品内容组成部分的音响	(279)
一、增强对广播音响重要性的认识, 依然是 优秀作品生产的突出问题	(280)
二、提高广播音响的质量, 还需要作者付出 执著、艰辛的努力	(281)
三、提高音响素材的运用技巧, 是与提高音响 质量同等重要的问题	(289)
第三节 作为作品技术质量表现的音响	(294)
一、话筒的选择	(294)
二、采访机的选择	(295)
三、电话耦合器的配备	(295)
四、电信综合业务数字网(ISDN)的应用	(296)
 第八章 创优的基本功	(297)
第一节 基本功问题在创优中的反映	(298)
一、主题	(298)
二、结构	(307)
三、语言	(312)
四、标题	(328)
第二节 基本功的磨炼	(334)
一、端正态度, 是解决基本功问题的前提	(334)
二、反复思考和检查, 是解决基本功问题 的手段	(335)

三、必要的制度，是解决基本功问题的保障	
.....	(336)
第九章 创优的机制与人才	(337)
第一节 创优的机制	(337)
一、管理机制	(338)
二、运作机制	(345)
三、激励机制	(359)
第二节 创优的人才	(362)
一、不断提高思想素养	(362)
二、不断丰富专业知识	(364)
三、不断锤炼工作作风	(366)
主要参考书目	(374)
后 记	(376)