



青海声屏研究文集

主 编: 沃 赛

执行主编: 达瓦·扎西

青海人民出版社
QINGHAI PEOPLE'S PRESS

青海声屏研究文集

主 编: 沃 赛

执行主编: 达瓦·扎西

江苏工业学院图书馆
藏书章

青海人民出版社

QINGHAI PEOPLE'S PRESS

2006·西宁

图书在版编目(CIP)数据

青海声屏研究文集/沃赛主编. —西宁:青海人民出版社, 2006. 4

ISBN 7-225-02777-8

I. 青... II. 沃... III. ①广播事业—青海省—文集②电视事业—青海省—文集 IV. G229.274.4-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 035808 号

青海声屏研究文集

沃 赛 主 编

出 版 青海人民出版社(西宁市同仁路 10 号)

发 行 : 邮政编码 810001 总编室(0971)6143426

发行部:(0971)6143516 6123221

印 刷: 西宁罗兰印务有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 11

字 数: 280 千

版 次: 2006 年 4 月第 1 版

印 次: 2006 年 4 月第 1 次印刷

印 数: 1—1 000

书 号: ISBN 7-225-02777-8/G·1132

定 价: 25.00 元

版权所有 翻印必究

(书中如有缺页、错页及倒装请与工厂联系)

本书编辑委员会

主 任：巨 伟

副 主 任：高大伟

编 委：沃 赛 多杰仁青 王双全

孙 静 达瓦·扎西

主 编：沃 赛

执行主编：达瓦·扎西

编 辑：吴文华

序

巨 伟

集中展示和检阅青海广电人近年来在理论研究方面所取得成绩的《青海声屏研究文集》，经过各方面的共同努力，由青海人民出版社结集出版，如期与广大读者见面了。

近年来，我省广播电视宣传工作在省委、省政府和省委宣传部的正确领导下，牢牢把握正确的舆论导向，认真组织、精心策划、周密部署，全面、准确、深入地开展各项宣传，为促进青海经济建设、改革开放和社会稳定营造了良好的舆论氛围。同时，全省广电系统的从业人员围绕全省工作大局，把握导向，贴近群众，不断创新，树立精品意识，坚持先进文化的前进方向，加大精品节目的创作和生产，推出了一大批具有浓郁民族特色和地方特色的优秀作品，2004年度“青海广播电视新闻奖”的评选，包容了广播新闻、电视新闻、广播社教、电视社教四个大项和类别的节目、作品。集中展示了全省广电系统的记者和编辑、以及从业人员在繁荣我省广电事业方面获得的累累成果。从这些获奖作品中可以看出，2004年我省广播电视新闻宣传认真坚持了新闻的真实性原则，获奖作品和作者更是把新闻的真实性当作新闻报道的生命，严格遵守和执行新闻工作的职业道德准则，并能从政治意识、大

局意识、责任意识上加以认识和把握，努力使新闻做到客观、真实、准确，有说服力，取信于社会，赢得受众。

以宣传为中心，不断丰富节目的内容，提高作品的质量，加强新闻理论研究，坚持正确的舆论导向，坚持“三贴近”原则，不断满足广大群众日益多样化的需求，这是广播电视的立足之本。在各种新老大众传媒竞争越发激烈的今天，培养广播电视新闻理论研究人才，壮大广播电视新闻理论研究队伍，这个问题尤显突出。不进则退，这是客观规律；正确的选择，则是与时俱进，不断创新。

这本理论性文集，是青海广播电视史上第一部用汉藏两种文字编纂的较高水平的理论性文集，如何提高其资料利用价值和理论研究价值，更好地为新闻从业人员提高业务水平服务，这是编者的要求，想来也是读者的希望。该文集中所收录的38篇汉、藏文论文，都是我们广播电视工作者在实践中勤奋工作，不断探索，勇于创新的结果，集中体现了我们广播电视工作者较高的理论专业素质和业务能力。

在借鉴、学习别人经验的同时，我们还要倡导总结自己工作中的心得体会。现在大家日常工作和任务繁重，总是忙忙碌碌。忙，可以说是一种常规。但在这种情况下，还要抽出一些时间和精力进行“冷思考”，通过实践、认识，再实践、再认识，把感性认识提高到理性认识。俗话说：“磨刀不误砍柴工”。花一些时间在总结经验、探索规律、进行理性思考方面，可以起到事半功倍，不断提高工作质量和水平的显著作用。当然，从高标准高要求来看，这些作品不乏单薄，仍有不少需改进之处，也有一些作品

思想深刻，发人深省，可资借鉴。我们期待着有一批在丰富的实践基础上，通过总结提高，达到理性高度，对实际工作有强烈指导作用的理论作品出现在今后的文集中。

青海的广播电视事业正处在快速发展壮大的有利时机，我们广播电视工作者在宣传方面只有紧紧抓住了“三贴近”，才能把充分体现党的意志和反映人民群众的心声紧密统一起来，把坚持正确的舆论导向和可听性、可看性紧密结合起来。我们还要不断总结经验，在宣传“三个代表”重要思想上加大力度、深度，从而创作出更多生动鲜活、无愧于时代的优秀作品。

2005. 11.

目 录

序.....	巨 伟 (1)
--------	---------

第一部分 业务研究

坚持“三贴近”，强化受众意识	郑惠农 (3)
切实做到“三贴近”，提高藏语电视品位	南卡太 (8)
浅议电视新闻声画语言的整体组合	韩青峰 (14)
电视新闻评论更应在“三贴近”上下功夫	贾永萍 (19)
地方电台应当走特色之路	陈 智 (25)
关注受众群体 树立精品意识	潘 璇 (31)
电视节目编排艺术探讨	毛丽霞 (37)
也谈电视新闻评论记者的责任	陈新云 (44)
电视节目主持人的心理素质简析	张 宾 王 乐 (49)
浅谈电视评论节目的选题	索南洁吉 (60)
对提高新闻真实性的几点思考	刘 晖 (67)
拓宽信息高速路 开创广播新天地	蒋晓燕 (75)
提高广播的问话艺术	郑惠农 (81)
浅谈解决“三农”问题中的湟源县广播电视宣传	李志清 (90)
县级电视台也应加强节目策划	孔 军 (96)
浅谈节目主持人如何把握嘉宾访谈类直播节目	宋玉兰 (101)
玉树州实施广播电视“村村通”工程的启示	李小虎 (105)
浅议电视人力资源管理的重要性	陈凤莲 曹福朝 (109)

- 依法加强广播电视行业管理 高露霞 (114)
试谈广告的“点、线、面” 唐文邦 周昌花 (118)
基层播音员如何克服语言环境的障碍 妮玛措 (124)

第二部分 声屏探讨

- 从千龙网的发展看网络媒体生存空间的转变 鲁海曦 (129)
通过有线电视网宽带接入 Internet 的探讨 杨 荣 (139)
浅谈如何借势网络拓展广播媒体生存空间
..... 付 军 郑美琴 (144)
浅议数字电视条件接收系统原理 赵 强 桓 巍 (152)
有线电视线路放大器的正确使用及故障分析检修经验
..... 赵鲁海 (160)
音响与音响空间关系的重要性 夏青华 (167)
实施广播电视“村村通”工程的设想 唐同德 (173)
海西州小型电视现场直播的实现
..... 习瑞刚 康延宏 李淑云 付书清 (178)
广播电视发射设备的整体防雷保护 马同德 (182)
试论电视新闻的翻译标准 吴 健 (187)
浅谈新闻翻译中的缩译 才项卓玛 (194)

第三部分 译论之窗 (藏文)

- 新闻翻译中需要掌握的几点常识 多杰仁青 (201)
浅论专题类节目的主题 那 巴 (226)
藏语广播主持人播音刍议 周拉加 (243)
浅论电视在弘扬藏族文化中的作用 吉太加 (262)
浅析新闻翻译中的错译问题 格桑才让 (278)
浅析藏语新闻写作 德吉措 (333)

QINGHAI SHENPING YANJIU WENJI

第一部分
业务研究

坚持“三贴近”，强化受众意识

郑惠农

坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”，是用“三个代表”重要思想统领宣传思想工作的必然要求，是党的群众路线在宣传思想工作中的具体体现，是新世纪新阶段加强和改进宣传思想工作的重要突破口，是宣传思想工作增强针对性、时效性和吸引力、感染力的根本途径，是宣传思想战线必须长期坚持的指导原则。

广播电视作为重要的新闻媒体，是宣传思想战线上的一支重要生力军，承担着“用科学的理论武装人，用正确的舆论引导人，用高尚的精神塑造人，用优秀的作品鼓舞人”的重要任务。坚持“三贴近”，不仅是广播电视作为新闻媒体的属性所决定的，也是广播电视自身改革与发展的要求。在广播电视的宣传中，要大力倡导“三贴近”，积极鼓励“三贴近”，努力实践“三贴近”。总之，它所涉及的内容非常之广。本文就广播电视坚持“三贴近”与重视受众意识的关系，谈一下自己的体会与认识。

一、坚持“三贴近”，实际上也就是要求我们进一步树立贴近受众的意识

“三贴近”虽然只有12个字，从字面上看也并不深奥，但是，结合我国社会主义新闻事业几十年的发展历程，以及当今新闻事业的改革与发展这样的大背景来看，却是意味深长。在我们党的历史上，围绕着贴近实际、贴近生活、贴近群众，毛泽东、邓小平、江泽民都有过很多很重要的论述。胡锦涛同志明确要求宣传思想战线要在“三贴近”上取得新的进展，其意义是十分深刻的，

也是党和国家的新闻舆论媒介自身实践“三个代表”的重要途径。^①因此，要深刻理解“三贴近”的丰富内涵，必须结合对马克思主义新闻观的学习，在学习中提高认识。

坚持“三贴近”并不仅仅是认识问题，更是一个实践问题。可以说，“三贴近”既有明确的针对性，又有很强的指导性。也就是说，各种媒体的新闻报道，必须面对受众、研究受众、接受受众对于节目和栏目的评判。

为什么要这样说呢？因为，任何媒体的任何形式的新闻报道，都不是为报道而报道，而是要让受众接受。换句话说，新闻报道的诸如舆论导向作用等各种属性的实现过程，就是受众接受报道的过程，这个环节不可或缺。说通俗点，报纸印出来，要有读者看；广播电视节目播出来，要有听众和观众收听收看。这是一种供需关系。如果我们把新闻报道当做文化产品，或者说精神产品来看，这种供需关系就不难理解了。现在我们这样看新闻报道与受众的关系，会觉得很正常，这是得益于改革开放 20 多年来的思想解放与观念创新，使我们有了全新的思维与视角。在计划经济时期，我们是不会，也不可能这样看新闻报道与受众的关系，那时我们的思维与视角不可避免地受到了限制，带着深深的时代烙印。所以说，也正是在这样的背景下，“三贴近”的提出也就有了必然性。同时，我们进一步强调受众意识，也就更加有理有据。

二、实践“三贴近”，必须在节目上进一步创新，把节目办得让受众喜闻乐见

“三贴近”有两个层面的含义：一个含义是要求在采访报道的过程中，要始终坚持把视角对准实际，对准生活，对准群众，从实际中、生活中和群众中采撷新闻素材，寻找新闻报道的线索和闪光点，只有这样的新闻才会吸引更多的受众；而不是沉湎于会议，或者满足于从文件和简报中挖掘新闻，这样的新闻很难吸引更多的受众。这一层含义可以说是对于内容上的要求，要从内容

上贴近受众。另一个含义是报道的形式要贴近受众，要做到让受众喜闻乐见。就广播电视而言，就是要把节目办得让受众爱听、爱看，想听、想看，需要听、需要看。

要做到这一点，不研究受众怎么行？现在早已不是信息饥饿或信息匮乏的时代，而是一个信息爆炸和信息过剩的时代。受众不再是极容易满足，而是变得越来越挑剔。今天的受众有理由挑剔，也有条件挑剔。现在的电视观众可选择的频道有四五十个，广播听众可选择的频率虽然还没有电视这么多，但也不再是过去的一个中央台，一个省台，一个市台这样的格局了。一个或几个频道和频率独霸天下已不可能，各频道和频率所能做的只能是如何争取更多的受众份额。靠什么争取？当然是节目——高质量的节目，有独创性的节目，形式新颖活泼的节目。做个比喻，节目也要有市场，节目没有市场，就很难生存。一些电视台、电台在改革中不是把那些收看率和收听率高的节目撤掉了吗？与此同时又绞尽脑汁开设新的节目，开辟吸引受众的新的增长点。

无论是中央级媒体，还是地方媒体，都做了许多大胆的探索。实践证明，成功的探索无一不是在坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的原则下取得的。应该说，只有坚持“贴近实际、贴近生活、贴近群众”，在节目创新上才大有天地，大有可为。国内广播电台和电视台的不少节目和栏目已成为名牌节目和名牌栏目，这个名牌不是自封的，也不是哪一个专家学者给的，而是广大听众和观众认可的。不要小看一个名牌节目或一个名牌栏目，它带给电视台或电台的影响非常之大，带给电台和电视台的效益也是双重的，既有很强的社会效益，也有丰厚的经济效益。很有说服力的一个现象就是湖南卫视，最初引起全国观众的关注，是它的娱乐节目。直到现在，湖南卫视的娱乐节目仍为许多电视台所效仿。湖南卫视首开“说新闻”之先河，同样令全国的同行刮目，当然效仿者也不少。电视如此，广播何尝不是如此。而且需要指出的是，并非中央台、省台才能打造出名牌节目和名牌栏目，地方

小台同样可以有所作为。像邯郸人民广播电台的“清晨热线”，作为河北省开办最早、时间最长的广播热线节目之一，因其坚持“贴紧百姓心，为之解忧难，始终同基层百姓打得火热”，而博得百姓信赖，每天热线火爆，也因此被评为中国新闻名专栏，成为全国400多家地市级电台中唯一获此殊荣者。“清晨热线”是地市电台节目创优的一个成果，它作为一种现象，引起全国、省、市业内专家学者的研讨。^②可以说，湖南卫视和邯郸电台的成功，正是在于他们的节目和栏目根植于百姓之中，是百姓给了节目和栏目无穷的生命力。同时也表明广播电视必须重视名牌效应，一个电视台和电台，没有几个名牌节目或栏目，怎么能应对媒体日益激烈的竞争？几个名牌栏目，几个名牌主持人，构筑起了湖南卫视的名牌形象，这个现象很值得广播电视从业者深思。

三、按照“三贴近”的要求，全面深刻地理解受众意识，要避免片面化和简单化

我们说坚持“三贴近”，就是要改变过去那种电视台、电台不论做什么节目，听众和观众就只能听什么节目和看什么节目的状况，这种状况就好比是计划经济时期的“卖方市场”；现在的情况应该说是市场经济的“买方市场”，也就是说电视台、电台要根据观众和听众的需要来做节目，有很强的针对性，而不是盲目性。把受众放到一个非常重要的地位，这是这些年来新闻媒体中出现的一个值得注意的现象，也可以说是一个可喜的现象；从另一个角度讲，也是逼出来的，是不得已而为之。记者再不能眼睛一味朝上，更不能居高临下，而是必须调整视角，努力去贴近社会实际，贴近百姓生活，贴近群众心声。当然，节目和栏目决不能出现目中无人、空对空的现象。

但是需要强调的是，贴近受众并不是一味地迎合受众。这是一个需要引起高度重视的问题。值得一提的是，这种无原则地迎合受众的做法并不鲜见。当然，媒体竞争的激烈与残酷不容忽视；

广播电视节目上星, 争夺听众与观众成为广播电台和电视台必须面对的现实问题。于是乎, 一些电台和电视台采取了急功近利的做法, 有些电台电视台甚至不惜推出庸俗和低级趣味的节目, 以期争夺更多的听众与观众。这样做, 不但在舆论导向上发生偏离, 即便是可以收到一时之效, 终究还是一种短视行为, 或者说是得不偿失的做法。

坚持正确的舆论导向在任何时候都是不能含糊的, 媒体的责任意识也不能有丝毫放松。也就是说, 要正确处理舆论导向与受众需求的关系, 把握好内容与形式的统一, 政治性与艺术性的统一这个原则。只有这样, 我们的广播电视报道, 我们所办的广播电视节目才可以避免简单化, 杜绝庸俗化, 我们的广播电视事业才可以实现可持续发展, 更好地为广大群众服务。

注释:

1. 陈平《“三贴近”——广播宣传实践“三个代表”的重要途径》, [J]. 中国广播. 2003, (11)。

2. 张志军《何以热度持久——对中国新闻名专栏〈清晨热线〉的思考》, [J]. 中国广播. 2003, (11)。

(本文获 2004 年度青海广播电视学术论文奖二等奖。作者单位: 青海人民广播电视台)

切实做到“三贴近”， 提高藏语电视品位

南卡太

藏语电视是党和国家对藏区广大干部群众宣传党的路线、方针、政策和国家法律、法规以及传播科技、文化知识的主要新闻媒体之一。怎样进一步提升藏语节目品位，把藏语电视做大做强，是每一个有责任心的藏语电视人和观众极为关注的问题。就青海藏语电视而言，我认为首先应该从所有节目的龙头——新闻抓起，走“编、采、译合一”的道路，同时，加大自采量，办出自己的特色，这样才能贴近实际、贴近生活、贴近群众，切实做到“三贴近”。

藏语新闻主要由翻译和自采两大部分组成，其中翻译这块是大头，重大新闻多，国内外的内容丰富，如果不合理地筛选、压缩、编译，那么，有限的时间就得不到充分的利用，信息量恐怕很小，难以满足广大观众的需求。相反，如果编译人员把新闻精编、缩译，增加条数，加强针对性，突出其应有的特色，宣传效果就会明显提高，哪怕是迟到的新闻也有一番吸引力，能发挥藏语媒体的优势，“把党和政府的声音传入千家万户”，很好地完成历史赋予的使命。所以说“编、采、译合一”，是藏语新闻加大信息量、创造广电节目精品的有效途径，也是实现“三创新”的具体表现。为此，应予高度重视，并在实践中加以完善，使之成为藏语宣传的一个新创举。

青海电视台藏语节目开播20年来，在人员少、节目来源贫乏、经费和设备一直紧缺的情况下，大家团结协作，爱岗敬业，圆满