

国家广电总局部级社科研究基金重要项目



中国广播电视 大趋势

主 编 张君昌 张建康
副主编 曾文莉

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

国家广电总局部级社科研究基金重要项目



中国广播电视 大趋势

主 编 张君昌 张建康
副主编 曾文莉

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

21世纪中国广播电视大趋势 / 张君昌, 张建赓主编

· 一 北京 : 中国广播电视出版社, 2012.2

ISBN 978-7-5043-6611-5

I. ①2… II. ①张… ②张… III. ①广播事业—研究—中国—21世纪②电视事业—研究—中国—21世纪 IV.

①G229.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第015720号

21世纪中国广播电视大趋势

张君昌 张建赓 主编

责任编辑 许珊珊

装帧设计 嘉信一丁

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮 编 100045

网 址 www.crtp.com.cn

电子信箱 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 710毫米×1000毫米 1/16

字 数 335 (千) 字

印 张 19.5

版 次 2012年2月第1版 2012年2月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-6611-5

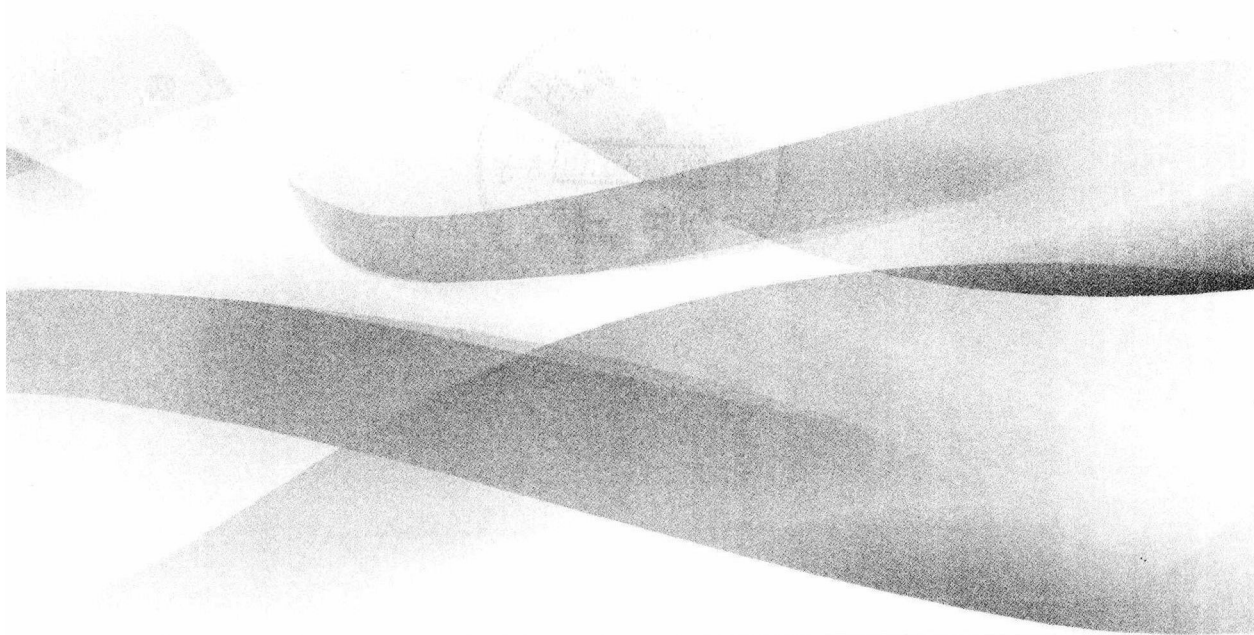
定 价 48.00元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

内 容 简 介

在体制改革、产业发展、新媒体崛起与三网融合大背景下，21 世纪最初的十年，中国广播电视演绎了波澜壮阔的发展图景，其中，有成功、有失败，更多的是探索后留下的思考。如何历史地、科学地、辩证地面对和分析这段历程，实事求是地总结经验和教训，为今后广播电视实现科学发展明示方向，是本书面临的重要命题。

本书立足 21 世纪国内外传媒生态的客观现实，占有大量丰富翔实的资料，从学理和战略高度对我国广播电视发展状况进行整合研究，分为规制演进、体制改革、制播分离、产业发展、理念变革、新闻改革、节目创新、媒介融合、发展战略等若干方面，在提出一系列适合广播电视未来发展的改革路径时，充分考虑了上述各方面相互之间的系统性、关联性、制约性及其历史渊源，无论是宏观、中观还是微观，都极具理论意义和实践价值。



导 言	1
-----------	---

第一章 广播电视演进趋势

第一节 传播观念的演进	17
一、监管层面的认识	17
二、传者层面的认识	19
三、受众层面的认识	20
第二节 传播内容的演进	22
一、新闻类节目演进	22
二、文艺类节目演进	23
第三节 传播形式的演进	25
一、音画形式的演进	26
二、编排方式的演进	27
三、形象包装的演进	28
第四节 传播手段的演进	30
一、全媒体演进趋势	30
二、全媒体表现形式	32

第二章 广播电视体制改革

第一节 体制改革政策基础	35
一、体制变革历史演进	35
二、政策催动改革进程	39



第二节 体制改革实践操作	42
一、中央电视台：频道制改革	42
二、湖南广电：产业主体改革	44
三、上海文广：多元产业布局	46
第三节 广播电视集团改革	49
一、“集团化”政策背景	49
二、“集团化”发展进程	51
三、“集团化”改革困境	53
四、“集团化”大幕再启	55
第四节 广播电视产业改革	56
一、“产业化”政策背景	56
二、“产业化”发展进程	57
三、“产业化”发展趋势	60

第三章 广播电视制播分离

第一节 西方制播制度状况	63
一、西方制播制度发展概况	64
二、英国制播制度发展脉络	65
三、美国制播制度发展脉络	67
四、西方制播分离现状启示	68
第二节 中国制播制度状况	70
一、制播分离三个阶段	70
二、新一轮制播分离解读	73
三、制播分离的深层探索	75
四、民营公司的发展前景	79
第三节 制播分离问题研究	79
一、制播业务与事企体制	80
二、资源整合与市场主体	81
三、政府规制与发展环境	84

第四节 制播分离趋势研究	85
一、深化公益性事业改革	85
二、探索经营性产业改革	86
三、加快有线网整合步伐	86
四、构建产业化价值通路	87

第四章 广播电视产业经营

第一节 广电产业政策背景	90
一、出台配套政策	90
二、属性衍生变化	92
三、国内国际环境	94
第二节 广电产业运营现状	96
一、广电广告产业	98
二、广电网络产业	103
三、电视剧产业	105
四、影视动画产业	107
五、新媒体产业	109
第三节 广电产业症结研究	111
一、广电体制问题	112
二、运营机制问题	113
第四节 广电产业战略研究	115
一、事业产业协调发展	116
二、建立激励约束机制	116
三、建立产业发展体系	117
四、构建产业市场体系	118

第五章 广播电视应急机制

第一节 应对突发事件政策比较	121
一、我国应对突发事件政策变迁	122



二、西方应对突发事件政策变迁·····	125
三、中外应对突发事件比较研究·····	128
第二节 应对突发事件案例比较 ·····	129
一、汶川地震报道案例研究·····	129
二、美国飓风报道案例研究·····	132
三、中外应急案例比较研究·····	134
第三节 应对突发事件问题研究 ·····	135
一、各类突发事件报道不均衡·····	135
二、媒体角色存在不到位情况·····	137
三、政府规制与观念问题探究·····	138
第四节 应对突发事件战略研究 ·····	139
一、应对突发事件的法规完善·····	140
二、应对突发事件的理念创新·····	140
三、应对突发事件的机制创新·····	141
四、应对突发事件的手段创新·····	143

第六章 广播电视新闻改革

第一节 电视民生新闻异军突起 ·····	145
一、民生新闻兴起的背景·····	145
二、民生新闻的主要实践·····	148
第二节 中央电视台的新闻改革 ·····	154
一、新闻改革的社会背景·····	154
二、新闻改革的几个看点·····	157
第三节 广播新闻改革的领跑者 ·····	161
一、构建新型立体报道格局·····	161
二、广播连线重构解读方式·····	164
三、新闻品质提振品牌建设·····	165
四、台网联动壮大宣传声势·····	166
五、体现贴近强化差异发展·····	167

第四节 广电新闻改革趋势前瞻	168
一、坚持新闻立台取向	168
二、重视媒体社会责任	169
三、注重观点强台效应	171
四、着力竞逐重大事件	172
五、选拔培养全能记者	174
六、启动实施品牌战略	175

第七章 广播电视节目创新

第一节 节目创新的时代意义	177
一、节目创新的时代背景	177
二、节目创新的现实意义	178
第二节 节目创新的演绎历程	181
一、广播节目的创新历程	181
二、电视节目的创新历程	186
第三节 节目创新的实现途径	192
一、节目创新的基本方法	192
二、节目创新的现实路径	194
第四节 节目创新的制度保障	197
一、完善创新的体制机制	197
二、以创新促进科学发展	199

第八章 广播电视国际传播

第一节 国际传播思想及现状	201
一、国际传播思想研究	202
二、国际传播理论研究	204
第二节 重大事件及国际舆论	206
一、国际舆论环境研究	207
二、典型案例传播研究	208



第三节 国际传播的媒介研究	214
一、国际传媒发展研究	215
二、国际传媒融合研究	219
第四节 中国的国际传播政策	219
一、政策的借鉴性研究	220
二、政策的调整式研究	221

第九章 广播电视奥运遗产

第一节 北京奥运与奥运报道	223
一、辐射世界的北京奥运	224
二、奥运报道的突破创新	225
三、传播技术的升级换代	227
四、赛事报道的双赢效应	229
五、全球共享的转播高峰	231
第二节 奥运传播与国家营销	231
一、文化自信与开放精神	232
二、国际形象塑造与营销	234
第三节 奥运传播的盈利模式	236
一、资源垄断使央视大赢	236
二、直接收入创盈利新高	237
三、奥运模式的辐射效应	241
第四节 北京奥运的精神遗产	243
一、赛事运营服务标准化	243
二、新闻制度规则国际化	244
三、软硬件设施水平化	246
四、文化创意发展产业化	248

第十章 广播电视融合趋势

第一节 广电媒介新生态	251
-------------------	-----

一、重塑媒介新生态·····	251
二、抢占技术制高点·····	253
第二节 广电新媒体实践 ·····	257
一、纵向打通产业链·····	258
二、横向融通内外链·····	258
三、媒体转型双选择·····	262
第三节 广电融合化转型 ·····	264
一、台网一体的转型·····	264
二、生产流程的再造·····	268
第四节 广电网络化前景 ·····	272
一、网络化发展机遇·····	272
二、网络化模式创新·····	273

第十一章 广播电视发展战略

第一节 理顺体制机制·····	279
第二节 实施精品战略·····	280
第三节 保障公共服务·····	281
第四节 提高传播能力·····	282
第五节 推进产业发展·····	282
第六节 加快科技创新·····	283
第七节 强化人才建设·····	285

结束语 ·····	288
------------------	-----

参考文献 ·····	295
-------------------	-----

后 记 ·····	301
------------------	-----

导 言

在整个20世纪,电子技术引发的传媒革命不仅给人们带来全新的视听体验,而且改变了人们的生活方式和文化现实。历经百年变迁,广播电视无论在技术层面还是应用层面都日臻完善,它们不仅形成了完善的技术体系,而且形成了相关的制度体系,竞相占据传媒龙头地位数十年。然而,随着新世纪到来和新技术频出,广播电视的传统根基受到震颤。尤其在经济高速发展和社会思潮急剧变化的中国,新世纪不仅意味着只是对过去的继承和发展,文化大众化、经济全球化、技术数字化……推动着广播电视在理念、机制、技术、内容等方面进行着全方位的变革和重构。

新世纪的头十年,中央相继发布《关于深化新闻出版广播影视业改革的若干意见》(中办发[2001]17号)、《关于文化体制改革试点工作的意见》(中办发[2003]21号)和《关于深化文化体制改革的若干意见》(中发[2005]14号),2009年9月,国务院下发《文化产业振兴规划》,为贯彻中央决定,广播电视系统提出诸多重大举措,机制体制进入不断调整、快速变化的时期,热点现象层出不穷,为这十年广播电视热点研究提供了丰富的案例和话题。新世纪步入第二个十年,2011年3月,十一届全国人大四次会议表决通过《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》;2011年10月,党的十七届六中全会审议通过《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》,为今后一个时期指导我国广播电视改革发展提供了纲领性文件。纲要和决定指出,文化是一个民族的精神和灵魂,是国家发展和民族振兴的强大力量。推动广播电视大发展大繁荣,必须坚持社会主义核心价值观体系,加强和改进新闻舆论工作,弘扬中华文化,建设和谐文化,发展文化事业和文化产业,构建公共服务体系,推进三网融合,建设现代传播体系,满足人民群众不断增长的精神文化需求。

以今日之事态,核对昨日之背景,从而说明明日之意义。梳理21世纪以来中国广播电视发展中若干热点现象及其理论争鸣,为其未来发展把脉引航,是贯穿整个21世纪的重大战略命题。



一、体制改革研究与思考

在中央一系列文件精神指导下,国家广电总局和地方党委积极推进集团化改革试点工作。1999年6月,全国第一家城市广电集团在无锡成立;2000年12月,全国第一家省级广电集团在湖南成立;2001年12月,经中央批准,中国广播影视集团在京成立。截止到2005年年底,共批准成立事业性质广电集团15家(中央1家、省级7家、市级7家)、广电总台5家(省级4家、市级1家)。以组建传媒“联合舰队”,打造传媒“航空母舰”为手段的集团化改革,目的在于进一步解放传媒生产力,加强资源整合,优化结构布局,转换机制体制,增强规模运营的实力,实现更高的发展目标,尽快提升中国在世界的传播影响力。但是,在实践中,广电集团(总台)既要事业性质又要企业运营,存在许多障碍,事业、产业缺乏分类管理法规,经营性资产无法以合法身份进行市场运营,相关配套改革措施不到位,党政、政事、事企关系难以理顺,使集团发展受限。

其实,在集团化改革推出之初便受到一些学者质疑。不少学者列举中国电视积年形成的一些顽症,比如身份不明、条块分割等,指出制播分离的改革措施不可能到位,只能是空中楼阁。并认为,媒体实行制播分离,必须首先建立频道负责制。^①还有学者对集团化改革是否真正能够成为中国广播电视业的“大洗牌”,是否具备市场经济的法制基础,以及“大洗牌”后广播电视业是否真正增强了竞争力提出质疑。^②

2006年1月,全国广播影视工作会议宣布,今后不再批准成立省一级的广电集团和总台,已经成立的,要在理顺关系、精简机构、转换机制、提高效能上大力改革。这期间,围绕集团化改革的思路、建立新型管理体制、释放广电活力,产生了一批研究成果。广电总局发展研究中心在研究报告《广播影视集团化改革与发展》中指出,以集团化为内容的体制改革是一项艰巨复杂的系统工程,政治性、政策性很强,应当区别对待、分类指导、循序渐进、稳步实施。集团化改革的根本任务是解放和发展生产力,因此要明确职责、管办分开;建立新型机制,实行科学管理;强化市场观念,提高创新能力。^③2009年广电总局下发《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》后,台控企业性质的集团陆续建立。有研究者认为,新一轮改革除

① 参见徐舫州:《中国电视改革的问题及对策》,载《现代传播》,2000年第4期。

② 参见孟建:《透视大整合中的中国电视业》,载《现代传播》,2001年第5期。

③ 参见黄勇主编:《2006年中国广播影视发展报告》,社会科学文献出版社,2006年版,第381~383页。

了深化台内改革,更多的是希望借此打通广电产业化通道,建立以市场为导向,以提高内容生产竞争力为核心,实现做大做强的广电新体制。认为整体实施制播分离将成为我国广电改革的新路径,要真正打造一批规模大实力强的传媒集团必须突破地域、媒介限制,以资本为纽带,通过联合、兼并、重组实现规模化、跨区域、多媒介的发展。^①

二、新闻改革研究与思考

2002年元旦,江苏电视台创办了一档全新的电视新闻栏目——《南京零距离》,它本着“民生的内容,民本的取向,平民的视角”的宗旨,在节目形态上,集合了社会新闻、生活资讯、投诉热线、现场调查等内容,运用直播作为常态的播报方式,启用具有平民形象又略带反叛意味的主持人,强调主持人“播”与“评”的结合,节目开播不久即获成功。此后,在全国范围内掀起了一阵“民生新闻”热,引起学界关注。《南京零距离》能够获得社会效益、经济效益双丰收,是因为突破了长期以来僵化和固定的新闻形态,这对新闻节目改革具有方向性意义。其核心理念是与广大民众的社会生活紧密相连,倾注真挚的社会关怀,实现人本思想和人文情怀的统一。不过对于“民生新闻”概念,也有学者对其科学性提出质疑,认为它把广义的“民生”从狭义的“社会”中抽离出来,把“舆论监督”片面理解成“批评报道”,把栏目内板块的组合形式解释成新闻的题材分类,造成逻辑上的混乱。同时也认为,它所倡导的价值取向,对于打破“大一统”的报道风格,创新报道形式,有积极意义。它的勃兴,有赖于党中央提出科学发展观这一时代背景,也是我国构建和谐社会对媒体责任的必然要求。

由于收视率导向的偏差,“民生新闻”一度偏离了正确的发展方向。在一系列娱乐化包装之后,渐渐偏离社会生活的中心,呈现琐碎化、肤浅化倾向,有的甚至出现超越记者行为规范、哗众取宠的现象。有学者呼吁:要建立“大民生”视野,将体现政府意志和反映人民意愿有机统一;要摆脱肤浅琐碎,融入主流价值;要善于监测发展阻力,及时发出预警;要广开民意渠道,吸引群众参与。^②经过一段时间的调整改革,2009年5月1日,《南京零距离》宣布更名升级为《零距离》,以“大民生”理念

① 参见徐明明:《制播分离:广播电视改革的新路径》,载《中国广播电视学刊》,2009年第12期。

② 参见张君昌:《以“发展报道”思路打造民生新闻品牌》,载人民网,2008年5月29日。



重塑形象,力图实现主流价值、权威解读和市场汇报的统一,在全国率先掀起“民生新闻”变局热潮。

2003年,伊拉克战争爆发,广电媒体给予全程报道,受众的知情权得到空前尊重,展现了广电媒体的权威性、时效性。伊战报道的成功使我们看到,一个国家要想在国际上争取主动,离不开强大媒体的支持。要取得国际“发言权”,必须壮大自己的传播影响力。2003年5月1日,央视新闻频道破茧而出,并于7月1日正式播出。新闻频道实现了每天24小时不间断播出和新闻资源整合,建立了一个“整点新闻+现场直播+字幕新闻”的模式,开通了重大新闻直播通道和嘉宾评论模式。它的开播,堪称中国新闻发展史上的一个里程碑,实现了新闻理念从栏目化运作到频道化运作的转变,标志着中国电视向有影响的世界级媒体跨了一大步。专家认为,新闻频道开播使中国媒体从此有了“俯瞰世界的眼光”,“这种俯瞰世界的眼光同样会引导着普通的受众同样具有这种眼光。24小时全新闻播放带给受众的改变不只是其所传播的内容,更多的则是其实时观察问题的视角和思维的方式”,它是在人们“灵魂深处爆发的革命”^①。

新闻频道开播以来,进行过两次大的改版,每次都引起社会热议。尤其是2009年七八月的“变脸”,起始于外力推动,爆发于内力聚合,它是历史发展的必然。中央电台中国之声也在2008年8月25日实行轮盘式改革,并于2009年1月再度改版,全频道采用“板块+轮盘”运作模式。“快速准确”被确立为第一品格,“新闻可以不断被刷新,不断被改写”成为治台方略。^②一个观念新颖、机制健全、功能强大、传统新媒互融共进的新闻时代正在向我们走来。从此,中国广电新闻改革走到了又一个划时代的新起点。

三、突发事件研究与思考

2003年,“非典”报道是对我国媒体的一次史无前例的巨大考验。“非典”期间的媒体反应,虽然经历了前期的集体失语,但后期报道还是较好发挥了引导舆论的作用,做到了及时准确、涵盖广泛、点面结合、深度挖掘、人文关怀等。一些学者着眼于前期传媒失语造成流言纷飞的状况,从第三者效果和集体无意识等多个角度

^① 刘静、张国伟:《央视新闻频道:一石激起多少波澜?》,载千龙网传媒频道,2003年6月2日。

^② 《王求:通过内核外联模式对中国之声进行轮盘式改革》,载中广网,2009年9月15日。

进行了分析和阐释。中国人民大学舆论研究所进行的一项“有关‘非典’问题的北京地区舆情调查研究”显示：透明信息传播的效果较好，有利于树立坦诚的、贴近民众的政府形象。也有学者进行反思，认为后期对灾难事件的凯歌式报道思路延续了传统的宣传手法。

2007年11月1日，国务院颁布实施《突发事件应对法》；继之，《政府信息公开条例》又于2008年5月1日颁布生效。这为“信息公开化”提供了政策和法律依据。这一时期的突发事件报道，媒体既有在拉萨“3·14”事件、瓮安“6·28”事件、三鹿问题奶粉事件报道滞后造成的教训，更有在应对冰雪灾害、“5·12”汶川大地震、新疆“7·5”事件中迅速出击、赢得舆论主动权的成功经验。这既为重大突发事件应急报道赢得越来越宽松的政策环境，也为突发事件研究提供了宝贵的案例。尤其是汶川大地震报道，为今后的突发事件报道提供了一个全新的样本。“演播室主持人+现场报道和电话/视频连线+演播室专家访谈”的直播模式，既有灾情本身的动态报道，又有多视角的深度解读，零距离、全方位展示了抗震救灾的感人场面；而“速报—更正”播报方式，不仅抢占了时效性，也用不断更新的消息确保了最新信息的准确性，从而形成连绵不断的信息流并牢牢把握第一解释权。

就汶川地震期间广电媒体的整体表现而言，学者认为，其凸显了主流媒体的地位与价值，发挥了强有力的社会动员作用，塑造了良好的国家形象与民族形象，并张扬了中国对人类普世性价值的尊重。但也暴露出一些问题，比如，电视应急信息传播体系尚需进一步完善，记者伦理意识有待进一步加强，记者报道的专业水准有待进一步提高。^①不过，瑕不掩瑜，这一次广电媒体对重大灾难性突发事件的有效应对，不仅体现了媒体与灾区人民携手并肩，也展示出危机时刻的媒体责任。

这一时期，中广协会联合中央电视台、中国传媒大学、新疆广电局，以及四川广电集团先后举办了“当电视遭遇灾难——中国电视媒体突发事件应对高层论坛”、“重大突发事件应对与舆论引导高层研讨班”、“灾难及突发事件媒体的职责及应对策略高峰论坛”等一系列高峰论坛，先后有70多位传媒专家发表演说，收录到各种文集之中。专家们普遍认为，汶川地震报道的最大贡献在于非常时刻促成了符合新闻传播规律的一套操作机制，在于让我们重新认识了国家、民族与媒体相互依存的关系，它所昭示的新特点、新理念、新机制应当成为中国媒体的宝贵财富被积淀下来。

^① 参见胡智锋：《为尊严而战》，载《现代传播》，2008年第3期。



四、节目创新研究与思考

进入21世纪,随着新技术、新观念、新思潮的涌入和借鉴,国外一些新的制作方法、新的节目理念开始冲击我国的节目制作。

以《狙击手》(2003)、《复活的军团》(2004)、《故宫》(2005)、《圆明园》(2006)、《森林之歌》(2007)等为代表的一批纪录片带有明显的新纪录电影色彩,片中“情景再现”在“新虚构”浪潮冲击下重获新生,带动纪录片研究中兴。这里既有传统理论问题的再度争鸣,比如真实与虚构、纪实与搬演;又有随着市场化和国际交流带来的新问题。可以说,每一部有价值的纪录片的诞生都在不同程度地重新定义着纪录片。当前,混合式的叙事模式成为纪录片普遍采用的创作手法,即:各种原本独立的风格样式被“拆为零件,重新组装”,成为“以类型混合粉碎类型”、“以拆散模式合成模式”的多种模式互为借鉴的杂糅类型。当然,不论纪录片形态怎样演变,都会朝着后者尽可能包容前者的精华,尽可能丰富纪录片的表现手段,尽可能满足新时代人们的新需求的方向发展。

真人秀节目可以上溯至2000年由广东电视台推出的《生存大挑战》,该节目由于受到当时播出条件的限制,没有收到预期效果。从2003年开始,真人秀开始探索适合中国国情的发展道路,打造本土化的节目形式,其中最为风光的莫过于央视的《非常6+1》,节目以展现自我体验明星的光环与背后的艰辛付出为卖点,加之李咏独特的主持风格成为吸引观众的主要因素。2005年,真人秀节目发展迅速,湖南卫视的《超级女声》将真人秀节目推向了高潮,它凭借强大的娱乐宣传攻势、独树一帜的选秀标准、简洁明快的口号风靡全国,从而超越电视活动的范畴成为年度社会事件。紧接着,东方卫视的《我型我秀》、《加油,好男儿》,央视的《梦想中国》都获得不俗的收视成绩。

这些现象引起学界对真人秀节目的研究热潮。肯定者认为,《超级女声》的成功,无疑在中国开创了一个崭新的娱乐时代:大娱乐,即全民参与、全民娱乐、全民疯狂。指出从综艺娱乐潮流角度和电视节目趋势分析,“超女”牵连了几乎所有电视功能和元素,它实现了真人秀节目的本土化,其参与性和互动性达到领潮的位置,企业的深度介入与电视活动捆绑营销,形成共同的产业链。^①同时,也有研究者并没

^① 参见胡智锋:《创意与责任——中国电视的本土化生存》,中国传媒大学出版社,2010年版,第10页。