

中国广播电视理念跨越30年

——第十一届全国广播电视学术论文评选佳作集

SPAN OVER 30 YEARS IN CHINA OF CONCEPT OF RADIO AND TV

—WINNERS OF THE 11TH NATIONAL RADIO AND TELEVISION ACADEMIC THESIS CONTEST



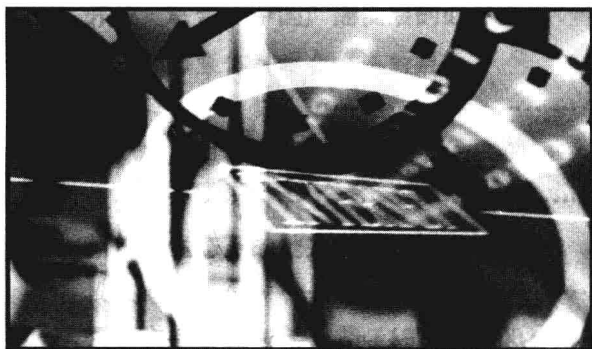
中国广播电视协会 编

中国广播电视理念跨越30年

——第十一届全国广播电视学术论文评选佳作集

SPAN OVER 30 YEARS IN CHINA OF CONCEPT OF RADIO AND TV

——WINNERS OF THE 11TH NATIONAL RADIO AND TELEVISION ACADEMIC THESIS CONTEST



中国广播电视协会 编

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

图书在版编目(CIP)数据

中国广播电视理念跨越 30 年：第十一届全国广播电视学术论文评选佳作集 / 中国广播电视协会编. —北京：中国广播电视出版社，2011. 1

(中国广播电视协会学术研究系列丛书)

ISBN 978-7-5043-6352-7

I. ①中… II. ①中… III. ①广播工作—中国—文集
②电视工作—中国—文集 IV. ①G229. 2—53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 253096 号

中国广播电视理念跨越 30 年

——第十一届全国广播电视学术论文评选佳作集

中国广播电视协会 编

责任编辑 聂珊珊

封面设计 马 申

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.crtip.com.cn

电子信箱 crtpp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京通州运河印刷厂

开 本 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数 470(千)字

印 张 18

版 次 2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

印 数 1000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-6352-7

定 价 36.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前 言

2010年3月初,中广协会向全国各省自治区直辖市协(学)会,中央三台、传媒大学、海峡电台学会,各专业委员会以及各学术研究基地发出《关于举办第11届全国广播电视学术论文评选的通知》,启动两年一届的论文征评工作。

本届论文评选按照一线研究工作的需要,将参评论文类别划分作了适当调整。分为节目研究、经营研究、决策研究、新媒体及其他研究等四个类别。要求参评论文须是2008年1月至2009年12月底在公开出版物或有准印证的报刊、书籍中发表的研究广播电视问题的学术文章。得到省以上(含)管理部门确认、对现实工作有重大指导意义的内部调研报告也可参评。要求参评论文字数限制在7000字以内,立论正确、论据翔实、论述严谨、文字精练。

本届评选分为初评、复评、终评三个阶段进行,初评由各选送单位组织。通知要求各选送单位认真做好初评工作,于2010年5月30日以前报送参评论文。到截止日期,共收到总局直属机关、中央三台、各省市区协(学)会、各专业委员会、各学术基地选送的论文164篇。经过近一个月的统计整理,6月下旬开始,中广协会组织14名专家学者进行复评,将参评论

文分组寄送各位评委打分，并于 8 月 16 日在京召开复评会议，确定入选论文并提出获奖等级建议名单。之后，又将一、二等奖候选论文发给 9 名终评评委进一步审读。终评会议于 9 月 4 日在温州市召开，以投票方式决定了一、二等奖获奖论文名单，并确认了三等奖获奖论文名单。

本届评选总共评出获奖论文 100 篇，其中一等奖 22 篇、二等奖 36 篇、三等奖 42 篇，获奖率为 60.88%。评委会认为，大多数获奖论文选题紧扣广电发展实际，富于时代特征，坚持用科学发展观指导理论研究，用社会主义核心价值观贯穿理论研究，注重理论联系实际，直面现实问题，观点鲜明，论证有力，具有一定原创价值和现实指导意义。像《岛内受众心态与加强对台广播传播有效性探析》、《世界影视强国内容产业扶持政策研究》、《融媒体时代新闻生产流程再造》、《媒体介入慈善公益事业的角色定位与运作方式探析》、《“华豫之门”的辩证思考与实践》、《谁赢得了首播大战？——关于中国电视产业的微观经济学管窥》等论文获得评委一致好评。

中广协会副会长杨波担任本届评委会主任，中广协会顾问刘习良担任评委会执行副主任，中广协会副会长张振华等同志担任评委会副主任。在终评会议上，刘习良同志对复评工作作了介绍，杨波同志对终评工作作了总结。杨波同志指出，中广协会开展学术研究、组织论文评选已有 20 多年历史，在业界、学界产生重要影响。这项工作对于团结、发动、组织全系统注重调查研究、开展理论研究、推广研究成果起到很大作用，是协会的品牌项目之一。

本书是一、二等奖获奖论文的辑录。由于评选分类在本届评选中属初次实行，各送评单位在报送时未做到整齐划一，为

保持各类别的平衡，评选时未作调整。本书在附录部分保留了获奖目录原貌，在正文编辑时，对个别论文进行了适当调整，以保持逻辑连贯和便于阅读，同时也是对论文类别划分的一次演示。在编辑过程中，还对部分原作中的错讹和不妥提法进行了更正和校订。我们希望通过获奖论文的展示，进一步活跃广播电视学术研究气氛，阐释学术理论研究方向，发挥理论指导实践的作用，使优秀成果发挥应有的效益。由于时间仓促，加之编者水平有限，不周之处在所难免，恳请各位原谅并指正。

编 者

2010年11月4日

前 言	1
-----	---

传播理念跨越

开放 联合：中国广播发展的必然选择

——广播媒体奥运会报道的启示

胡正荣 李 舒	3
---------	---

全面构筑电视外宣新格局

张长明	10
-----	----

新传播生态下的地方广播传播思维

段文武	18
-----	----

播音主持专业30年一瞥（1978—2008）

张 颂	28
-----	----

中国电视节目主持人发展变奏曲

俞 虹	39
-----	----

广播新闻理念：三十年的四个突破

王广文	47
-----	----

和谐广播的文化自觉

黄云鹤	54
-----	----

中国广播电视编辑理念发展的四个时期

（1978—2008）

张君昌 吕 鹏	63
---------	----

改革开放30年中国电视剧发展要评

周 星 73

创新电视传播策略 提升中国国家形象

吉红枝 84

突发事件研究

电视直播报道常态化的重大进步

——“汶川地震”电视直播报道带来的思考

高晓虹 97

从汶川地震的舆论引导看如何改进常规性新闻

报道

雷跃捷 高永亮 104

浅析重大突发事件报道中的“再度伤害”

王凌宇 111

彰显频道特色 差异化“亮剑”

——关于经济频道抗震救灾报道的思考.....

王永利 李 琳 121

亟待加强灾后重建中的舆论引导和内生性媒介

建设

——基于震后灾区农村的调查

韩 鸿 130

从拉萨“3·14”事件检视对外传播的缺失

张 斌 141

信息传播的里程碑

李福春 149

节目形态演绎

媒体介入慈善公益事业的角色定位与运作方式

探析

刘敏俊 161

《华豫之门》的辩证思考与实践

赵 昱 周耀武 173

广播新闻谈话节目的模式建构与创新

——以中央电台“中国之声”《新闻观潮》为例

申启武 安治民 181

电视娱乐节目形态分析

孙宝国 189

后民生新闻时代的媒体角色

——以《生活帮》栏目为例

王 忠 199

中国内地栏目剧现存问题初析

韩晓飞 205

有关中国纪录片创作理念的分析.....

王冬冬 217

浅谈广播节目市场评估方法的定量评价

——收听数据在广播节目评估中的应用

张多奇 牛存有 226

办好经济广播 加强舆论引导

蔡万麟 杨春阳 237

西部纪录片发展的瓶颈与突破

胡 源 247

透析《百家讲坛》

——兼论经典文化的电视媒介传播

钱丹丹 陈小奇 256

“后选秀时代”的电视综艺节目格局之变及
展望

王爱华 268

市场营销与机制

谁赢得了首播大战？

——关于中国电视产业发展的微观经济学管窥

张亚敏 刘敬东 277

广播广告面对金融危机的销售策略

周伟 周军 287

广播影视市场体系制度创新与机制转换研究

李岚 罗艳 297

有线网络行业的行业性质及发展路径探讨

高巍 307

中国体育电视的“热运行”和“冷思考”

江和平 318

中国媒体商标保护与管理之管见

高炜 328

求解索洛余值：启动电视广告振兴的引擎

钱斌 朱东 338

决策与现实课题

岛内受众心态与加强对台广播传播有效性探析

卢文兴 349

国际涉华舆情变化及启示

沈永峰 359

世界影视强国内容产业扶持政策研究	
吕岩梅 顾 芳	369
制播分离：广播电视改革的新路径	
徐明明	383
广播深化改革路径探微	
陈乾年	392
制播分离改革的几点探索	
周 莉	402
中国广播电视事业产业协同发展历程与模式研究	
周 旻 林小勇 林洪美	407
论省级卫视新闻节目的三种竞争战略	
唐 俊	418
论电视节目模板的知识产权保护	
——《我爱记歌词》频道模仿引发的思考	
石月平	428
电视购物：拷问行业诚信与媒体良知	
林勇毅 严慧颖	439
金融危机背景下中国广播影视产业发展方略研究	
黄 威	450
城市电视台如何应对未来的挑战	
吕值友	459
电视重构传统文化空间的生产理论分析	
李 荣 姚志文	465
新时期应提高编辑记者的保密意识	
宋春堂	472

新媒体应用与发展

电视网络影响力：中国电视评价标准发展的

新坐标

李德刚 李岭涛 479

融媒体时代新闻生产的流程再造

栾轶玫 489

江苏广播影视新媒体新服务新发展

耿乃凡 496

论传统媒体与新媒体的应急传播特点

李正国 504

新媒体在对外传播中的特殊组织功能

王 斌 关娟娟 513

“社会营销”与社会发展研究：山东寿光农村

网络应用实证研究

王锡苓 郑春丽 李 涇 522

传统媒体对网络的开发和利用

郭士荧 535

广播电视：向数字化全面转型

范 洁 544

附 录

第11届全国广播电视学术论文获奖

作品目录 555

中国广播电视 理念跨越30年

ZHONGGUO GUANGBO DIANSHI
LINIAN KUAYUE SANSHINIAN

传播理念跨越

一段时期以来,中国广播的发展多少有些令人堪忧,思想意识老化,节目信息量小,对社会生活介入不够,娱乐趣味严重,大量的时段和频率集“雷同药”未充数,受众的收听率和社会影响力都有所下降。尽管“2003广播发展年”和“2004产业化发展年”的政策一定程度上推动了中国广播市场的复苏,但来自CSM媒介研究在全国25个重点城市的收听率调查显示,2007年广播听众的人均日收听时间是89分钟,较2006年的97分钟有小幅下降。2006、2007年人均日收听时间比2005年的69分钟有明显增长过后呈现徘徊态势,这说明上一轮广播改革措施产生的效用已基本完毕,广播在互联网、电视、报刊和各种新兴媒体的围剿下仍面临着严峻的生存考验。

面对激烈的竞争态势,广播媒体如何实现自救?2008年北京奥运会报道中广播媒体的表现从某种意义上说,就是中国广播在如何实现新发展上的一次尝试,给了我们不少有益的启示。

一、联合同业者重塑广播影响力

随着数字广播、卫星广播技术的发展,广播传播的覆盖已不

开放 联合：中国广播发展的必然选择

——广播媒体奥运会报道的启示

胡正荣 李 舒

一段时期以来，中国广播的表现多少有些令人尴尬：思想意识老化，节目信息量小、对社会生活介入少、流俗趋势严重，大量的时段和频率靠“点歌加电话”、“音乐加读报”，甚至“坐堂问药”来充数，久而久之，广播电台的权威性、公信力、社会影响力都有所下降。尽管“2003 广播发展年”和“2004 产业化发展年”的政策一定程度上推动了中国广播市场的复苏，但来自 CSM 媒介研究在全国 25 个重点城市的收听率调查显示，2007 年广播听众的人均日收听时间是 89 分钟，较 2006 年的 97 分钟有小幅下降。2006、2007 年人均日收听时间比 2005 年的 69 分钟有明显增长过后呈现徘徊态势，这说明上一轮广播改革措施产生的效用已基本完毕，广播在互联网、电视、报刊和各种新兴媒体的层层包围下仍面临着严峻的生存考验。

面对激烈的竞争态势，广播媒体如何实现自救？2008 北京奥运会报道中广播媒体的表现从某种意义上说，就是中国广播在如何实现新发展上的一次尝试，给了我们不少有益的启示。

一、联合同业者重塑广播影响力

随着数字广播、卫星广播技术的发展，广播传播的覆盖已不

是难题，但在世界范围看，人们收听广播仍旧更在意亲密感、归属感，因此在诸多传媒类别中广播媒体的地域性特征非常鲜明。再加上我国广播媒体由各级行政区划分管，造成中国广播领域“各自为战”现象，各家电台跨地区的联合、合作十分有限。

广播同业者间长期缺乏联合与合作，已经带来了显而易见的负面影响：对于各家电台来说，广播本是一种适宜低成本运行的媒体，所有的播出资源（特别是新闻）都要自己获取，无疑加大了运营成本，陷入“缺少经费—无法生产高质量的节目—失去听众、广告商—更加缺少经费”的恶性循环，更不要说以一己的综合实力去参与市场竞争了；对于听众来说，地方电台自办节目的信息量有限、丰富程度有限，各台之间的节目设置同质化趋势严重、缺乏吸引力；对于广播业的发展来说，采制成本增加导致有限的资源不必要的消耗和不合理的配置，广播在与其他媒体的竞争中处于弱势地位……这些都提醒我们，必须要拓展改革的思路，广播改革不仅要在各台自身的框架内进行，还要从“广播界”这一整体出发。2008年北京奥运会给了中国广播探求这一改革思路的实践舞台。

2008年1月22日，由中央人民广播电台发起，全国140家广播电台共同组成的“全国广播奥运报道联盟”在北京成立。在奥运火炬传递报道中，中央台向境内火炬传递的所有城市派出直播组，联合传递途中的加盟电台，进行了历时136天的中央台、省台、城市台的联合直播，这是中国广播有史以来最大规模的联合行动。在奥运会赛事报道中，中央台作为大陆持权转播商，与各地方电台签署持权转播协议，无偿地把BOB（北京奥林匹克转播公司）提供的40路官方公共信号供地方台使用。联盟内也实现了真正意义上的资源共享，评论员解说系统CIS、奥运会官方信息系统INFO2008以及联盟内的信息共享平台等使得各加盟台拥有了丰富的信息源和与兄弟媒体交流、分享的途径，能够为各地听众提供丰富和权威的赛事信息。而联

盟本身也成了人们关注的新闻，中国广播网设立了由专人主持的《联盟会客室》，邀约广播人讲述他们的奥运报道故事，还开辟了联盟专区，联盟内成员可以交流体会。联盟使广播媒体变以往的单打独斗、各自为战为相互借力、形成合力，提升了奥运会新闻战中广播媒体报道的整体质量和竞争力。赛立信媒介研究公司（SMR）的调查显示，广播以略超40%的比例在人们“了解奥运赛事的主要渠道”中位列第三（前两位是电视和互联网），超过了报纸。

“全国广播奥运报道联盟”的成功再次引发我们对广播媒体运营模式的思考。对于广播这个低成本的地域性媒体来说，那种全线出击、处处开花的运营思路越来越不可行。从国外一些国家广播媒体的运行经验来看，收缩节目战线，实行低成本战略是成功而有效的。如何降低成本呢？以运行成本较高的广播新闻来说，美国的电台严格控制新闻记者的职数，通常从各种广播新闻社、广播新闻节目公司购买广播新闻节目。如美联社广播网（AP Radio Networks）、美国广播公司广播网（ABC Radio Networks）、布隆贝格公司（Bloomberg）等专向广播电台提供新闻，不仅提供文字稿，还包括现场音响报道、访谈等多种形式的完整的节目。这些新闻节目时效性强、信息量大、专业化程度高，为电台赢得了不少听众。

在我国，一方面没有这样的节目源供电台选择，另一方面国情需要各级广播电台保留一定的新闻采编队伍，因此依靠外购新闻来降低成本很难实现。但是变通一下，多家电台联合采制、共同采制却是一个控制成本、提高效率的不错选择。其实，近几年，广播媒体已经意识到了合作、联盟的重要性并开始了初步探索。比如，2006年年底，天津人民广播电台联合天津11个区县电台打造了一家以联盟方式运行的“区县联盟广播”；2006年，在国家广电总局、共青团中央、全国学联的指导下，由中央人民广播电台主办并联合全国百余家高校广播台成立了