

广播电视改革与创新

(2017)

中国广播电影电视社会组织联合会 编

中国广播影视出版社

广播电视改革与创新

(2017)

中国广播电影电视社会组织联合会 编

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播电视改革与创新. 2017 / 中国广播电影电视社会组织联合会编. —北京: 中国广播影视出版社, 2017. 12

(中国广播电影电视社会组织联合会学术研究系列丛书)

ISBN 978-7-5043-8037-1

I. ①广… II. ①中… III. ①广播事业-体制改革-研究-中国 ②电视事业-体制改革-研究-中国 IV. ①G229.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 269949 号

广播电视改革与创新 (2017)

中国广播电影电视社会组织联合会 编

责任编辑 王 佳
封面设计 文人雅士

出版发行 中国广播影视出版社
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.crtv.com.cn
微 博 http://weibo.com/crtv
电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 北京凯德印刷有限责任公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16
字 数 368(千)字
印 张 24.25
版 次 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-8037-1
定 价 78.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

本书编辑人员

- 胡占凡 中广联合会副会长、学术委员会主任
- 黄 勇 中广联合会学术委员会执行副主任
- 周然毅 中广联合会副秘书长、学术委员会副主任
- 覃信刚 中广联合会学术委员会副主任
- 张君昌 中广联合会学术部主任、学术委员会秘书长
- 李 荣 中广联合会广播电视研究发展委员会副秘书长、
陕西广播电视台研发部主任
- 单亦砺 中广联合会学术部副主任
- 张务纯 中广联合会学术部副研究员

序 言

胡占凡

这本书的书名是几易其名才定下来的。大家的共识是：改革创新是广播电视永恒的话题。其热度和重要性，随着近年来广播电视发展面临的形势变化，不仅丝毫没有减弱，反而越来越攸关全行业的前途命运。对此，广电媒体同仁有共识、有需求，也有危机感、紧迫感。

管中窥豹，这种与日俱增的紧迫感大体源于这样两个层面的挑战：首先，广播电视行业内部的竞争更加激烈，群雄逐鹿，各显其能。那些表现优秀的广播电视台有哪些好的经验和做法值得总结？第二，新媒体爆发式增长深刻改变了媒体格局和舆论生态，给广电行业带来了严峻的挑战。这种挑战在很多方面呈现出根本性、系统性、颠覆性与不可逆的趋势，广电媒体如何应对？媒体融合如何推进？“广电+”如何加？

认清这种严峻形势，解答好这些问题，需要俯下身去进行系统深入的调研，到各家广播电视台去亲眼看、亲耳听，了解各级广播电视台到底有哪些不同的发展思路，在改革创新中有哪些不同的切入点，收效如何，还面临哪些难以克服的困难等，真正总结出他们

最鲜活、最真实、最有价值的经验和做法，向全行业去推广，提供可资借鉴、解惑释疑、引发思考的范本和案例。

中国广播电影电视社会组织联合会学术委员会这两年就做了这件事情。2015年，我们在深入调研的基础上推出了第一部《广播电视改革与创新》。调研成果汇编一经推出，就受到了全行业的热捧，因为它有实用性、操作性、指导性、鲜活性，为广播电视发展改革提供了很多有益的经验和宝贵的案例。特别是，相当多的基层广播电视人都表示，很需要、很解渴，有价值、有启迪，这种梳理帮助他们开了眼界，长了见识，知道了兄弟台都在想什么，做什么，怎么做。

今年，我们又推出了《广播电视改革与创新（2017）》，在总结既往成功经验的基础上，努力做了一些创新和提升。应当说，主题更加全面，案例更加典型，内容更加丰富，形式更加新颖。

总体来看，至少有这样几个特点：

第一，关注现实，关注热点。今年的调研报告主要选取节目创新创优、媒体融合、民族语言传播、国际传播四个全行业普遍关注的问题。节目创新和媒体融合在往年的调研中就是重头戏，今年我们继续保留，因为二者是当前广播电视发展的重大主题，也是现实难题，几乎所有广播电视台都关注，也都在埋头实践和摸索当中。今年，我们拓展视野，新增了民族语言传播和国际传播。主要基于这样的考虑：党和国家越来越重视民族问题和国际传播，随着“一带一路”、命运共同体、新型大国关系、新的民族观等战略和理念的提出，这些问题显得尤为重要。可以说，我们有意识地抓取了当前广电行业的中心工作、中心议题，抓取了业界、学界普遍关心的重要话题，既呼应了国家战略，也满足了行业需求；既交流了实践经验，又服务了广电事业发展。

第二，权威准确，实地调研。本课题由中国广播电影电视社

会组织联合会组织调研编写，参与课题研究撰写的有各级广播电视台的台长、总监、栏目负责人、研究人员乃至一线员工，确保了研究成果的权威性、专业性、准确性、有用性。他山之石，可以攻玉。我们在全中国选出了24个典型，从2016年4月到10月，分赴北京、黑龙江、福建、上海、浙江、江苏、四川、吉林、广西等省区市地开展深入的调研，总结剖析各地好的经验、做法、案例。其中既有中央级电台、电视台，也有省级、地市级、县级广播电视台；既有发达省份的广播电视台，也有老少边穷地区的广播电视台，调研覆盖广泛、全面，有一定的代表性。同时，这些调研成果基本上涵盖了广播电视领域目前基本的情况，改革创新的理念、思路、探索与实践，存在的问题和建议等。既有理论上的概括，更多的是实践中的操作，深入浅出，实用性强，虽然相当多的案例仍然是进行时，尚未定论，但并不妨碍它的参考价值和借鉴意义。

第三，形式多样，图文并茂。翻阅每篇调研报告，读者会发现，今年的调研汇编形式更加丰富多彩，首次实现了彩色印刷，装帧、版式更为精美，更有利于阅读。文内配有大量图片、图表、漫画、剧照、截屏等，有的单篇文章配发图片达10多幅，不仅美化了版式，而且增加了信息量和可读性。

第四，内容丰富，深挖案例。我们突出实证实例研究，选好典型之后，不去泛泛地讲，不去刻意拔高，而是深入挖掘最真实的案例，突出最有参考价值和最有借鉴意义的部分，客观描述，讲事实，讲数据，讲做法，讲实效。其中涉及的创新时政报道、音频产品创新、融合类创新节目、文化类节目创新、区域性媒体融合、民族语言传播的影响力、外宣媒体传播的有效性等主题和案例，都是当前普遍关切的重要问题，都是各台在实践中需要面对的问题。用案例剖析的形式，把这些问题讲深讲透，举一反三，大有裨益。

同时，我们对基层广播电视宣传和对外宣传工作中存在的难题、问题，也不回避，不遮掩，客观梳理总结，供业内人士共同把脉问诊，寻求良方。

（作者系全国政协委员、中国广播电影电视社会组织联合会副会长）

目 录 Contents

节目创新创优

- 新型广播战略目标下的音频产品创新样本
——中央人民广播电台《致我们正在消逝的文化印记》的
实践探索 阎晓明 蔡万麟 高 岩 /2
- 中国国际广播电台以系列微专题节目创新时政报道 黄 廓 /19
- 打造智慧融媒体，打通两个舆论场
——中央电视台新闻评论节目《中国舆论场》的创新实践
..... 汪文斌 张腾之 陈贝贝 /34
- 讲好“三农”故事 服务亿万农民
——中央电视台农业节目改革创新实践 赵泽琨 傅雪柳 /51
- 从《中国面孔》到《我是先生》
——山东卫视文化节目探索与创新 赵 瑞 /65
- 公益品牌引领 彰显广播力量
——贵州交通广播建设智慧公益平台纪实 ...刘述平 赵 瑜 吕晓东 /76
- 奏响改革、创新、融合、联动“四部曲”
——四川江油市广播电视台开启改革发展新模式 陈爱民 /92

媒体融合

- “阿基米德”：打造传统广播转型平台 王海滨 /110
- 构建省级区域性媒体融合发展新生态
——湖北广电长江云平台建设发展实践与思考
..... 张建红 夏 宁 张艳红 赵 轶 /122

- 内容为王 借船出海 双效并举 竞合创新
——浙江卫视开放性推进媒体融合的实践与探索
..... 王水明 许继锋 庄临强 /138
- 从“借船”“造船”到打造“联合舰队”
——杭州交通 91·8 媒体融合发展探索..... 蒋新琴 魏 琦 /152
- 打造与深圳现代化国际化创新型城市相匹配的新型传媒集团 ...岳川江 /166
- 加强媒体融合发展 提高舆论引导能力
——无锡广电的探索与实践 严克勤 /179
- 多层面协同创新 一体化融合发展
——扬州广播电视台媒体融合路径探索..... 陈韵强 赵亚光 /192

民族语言传播

- 提升新疆民族语言广播电视引导力传播力影响力的实践与思考
..... 姚 兰 杨洪新 王 宏 廖洪伟 赵武军 刘建忠 邵 睿 /212
- 融媒体时代蒙古语广播电视的“四力”提升...张兴茂 恩和巴雅尔 那日苏 /232
- 康巴卫视：努力打造一流民族语言影像媒体
..... 柳耀辉 韩 鸿 杨俊祥 邓 春 /251
- 延边广播电视朝鲜族语言节目传播实践与思考刘华春 徐 荣 杜 彬 /274
- 云南德宏州广播电视台民族语言广播的创新实践 ...孟友芬 孔连跃 /290

国际传播

- 陕西广播电视台《丝绸之路万里行》对外传播效果探析
..... 李 荣 徐小兰 王志强 杨文萌 /304
- 多元并举 打造外宣新格局
——黑龙江广播电视台对俄传播创新探索
..... 杨 晶 李 皎 孙 萌 牟维宁 /318
- 精准定位 增强国际传播针对性和实效性
——广西电视台对东盟国家传播的实践和思考 周文力 /333
- 中国黄河电视台的汉语国际推广实践 ...满秀彦 李磊明 张 霞 吕志钢 /350
- 厦门卫视闽南话节目国际化传播策略探析 吴木坤 林 敏 /363

节目创新创优



新型广播战略目标下的音频产品创新样本

——中央人民广播电台《致我们正在消逝的文化印记》
的实践探索

阎晓明 蔡万麟 高 岩

建设新型广播媒体是中央人民广播电台（以下简称中央电台）适应媒体融合发展的战略目标。虽然融媒体时代介质的界限淡化了，介质所伴随的比较优势也在减弱，但广播仍有独特的作用、光明的前景。

媒体融合是针对广播、电视、报纸等传统媒体而言的特定概念。目前，传统媒体与新兴媒体初步的融合大体已经完成，新与旧的界限已不那么清晰，但媒体融合的脚步并没有停止，从理念到实践都正在进入一个新的阶段。经历了初始的冲击与喧嚣，对于媒体融合的认识也逐渐归于理性。媒体融合并不是传统媒体完全变成新媒体，更不是被新媒体消灭，而是互融共生，走上转型之路。当传统媒体披上新媒体亮丽的外衣，融合似乎已经完成，但真正的融合必须经过艰苦的转型。只有转型成功了，才是深度融合的华丽转身。可以说，传统媒体不是要转型成新媒体，而是要转型成新型媒体。对于广播而言，就是要通过融合，建设新型广播媒体。

2015年8月，中央电台即提出：“充分利用好积淀的经验和资源，实现突围与转型，占领新市场，发掘新市场，努力建设新型广播媒体，是我们解决的首要问题。”新型广播建设是一项系统工程。中央电台在新型广播建设上既重视机制上的顶层设计，也注重内容的创新实践，注重要有新型产品与新型广播战略目标相因应。我们认为，新型广播语境下的新型产品应当具备如下特征：符合国家战略发展趋势，代表主流价值观，体现广播未来竞争力，具有成长性，符合市场新需求，承载传播新价值。以这样的标准看，2015年11月中央电台推出的大型系列报道《致我们正在消

逝的文化印记》（以下简称《文化印记》），可以视为具有一定样本意义的“新型产品”。

《文化印记》精心选择“方言”“工匠”“地名”“习俗”“戏曲”“古村”“职业”等主题，挖掘其精髓，梳理其流变，激发受众对文化遗产的思考。标题“致我们正在消逝的文化印记”实际已经确定了这组报道的定位、标准和要求。传承意义上的积淀感（“印记”），中国传统的价值观（“文化”），逝者如斯的岁月感喟与悲悯情怀（“正在消逝”），文化归属的主体意识（“我们”），对传统遗存的郑重与肃穆（“致”）——策划者在“印记”之上，不惜累加修饰，又冠以致敬、寄语的意味。这样的议题设置分明也是严苛的叮咛，树立起一个标准，决定了文字的风格、声音的调性。

《文化印记》是转型期的创新之作，展示出丰厚而深广的意蕴，赢得了广泛好评。它虽不代表新型产品的全部，却透射出新型产品的诸多要素和因子。它的启示是全方位的，也具有方向性的样本意义。

一、开辟内容新空间：大举进军文化领域，挖掘内容市场

在多重挤压下，广播这些年来之所以能够生存并发展，是因为有一个比较优势始终占据，即快速、便捷、伴随。这使得广播在相当长时间里保持了声音传播中的王者地位。然而，新媒体没有规矩地来了。当第一波强冲击过后，人们渐渐注意到了新媒体催生的新生态、新规则、新逻辑，于是发现，传统媒体受到的最大冲击，其实是内容。新的传播生态使传统媒体在内容上的比较优势弱化甚至消解。理论上说，新闻人人可以生产、人人可以推送，一些内容似乎已经无需生产。面对新的要求，需要探寻内容表现的新意，也需要开疆拓土，发掘新的市场，创造新的传播价值，重新打造比较优势。

《文化印记》即是一次内容创新，是对题材范围的着意开拓。方言季、地名季、工匠季、职业季、习俗季、戏曲季、声音季、自然季……选取传统的留痕，观照心灵的返影，轻吐岁月的喟叹，其深邃的历史感和丰厚的文化感都是令人回味的。方言季中的《上海的腔调》《徽州的韵味》，工匠季中《老去的铁匠》《寂寥的油纸伞》，地名季中《长念琅琊》《作别

《文化印记》。职业季中《远去的邮递员》《美丽绣娘》，习俗季的《婚礼礼之本》《家谱传家风》，戏曲季中的《谁还在唱二人台》《孤独的乾旦》，等等，仅从这些标题，就可以感受到《文化印记》广大的视角和文化的底蕴。它以文化遗产的主题为大背景，对正在消逝的一些文化历史现象进行了大面积扫描，在新闻报道的题材上做了全面拓展和延伸。每一个主题都有深厚的历史、文化意蕴，又契合了时代发展要求，因而体现出鲜明的新闻性和前沿感。以往的新闻中，鲜有对文化做如此大幅度、大面积的观照，文化只是作为一种内容类别，并非主体。而这次《文化印记》对文化选题的新闻性诠释不仅是量的增加，更是质的飞跃，是新闻内容领域认知上的重要转变。中央电台十个频率同时播出，这样的阵势，即便是所谓“硬新闻”，也是前所未有的。这只能说明时势使然。这样大规模地突进文化领域，反映出文化已经成为新闻内容的自然深化与延伸，也昭示，文化已经是经济、社会发展的重要动力和必然要求，它将进入新闻报道领域，成为一个宏大的主题。因此，《文化印记》是文化的，更是新闻的。虽然有历史的检视，文化的反思，但仍是现实的视角、当代的意义。立足现在，回顾过去，

展望未来，以现世的思考，醒察历史的余波与回澜，报以悠远的会心，生发切要的体认，其价值取向直指当下，需要以历史和人文的视角进行准确的全局性的把握，体现出代表国家电台立场的认知与判断。可以说，新闻性的文化纪录要比艺术性的文化纪录困难得多。所以，《文化印记》的意义不是让新闻进入文化，而是让文化进入新闻。

如此说来，《文化印记》或将成为一个开端，广播的内容生产将开辟新的领域、产生新的动能。事实上，《文化印记》推出后的一年中，广播新闻在人文领域的题材拓展已



图1 《上海的腔调》作者丁飞在上海弄堂采访

成自觉。中国之声 2016 年 2 月推出的《遇见海昏侯》系列，首创“录音报道 + 历史广播剧”的方式，深度报道考古重大发现，这是创新之举，呈现出一种新的广播新闻形式和手法。2016 年 5 月，中国之声又推出特别策划《先生》，聚焦当代在我国自然和人文学科领域卓尔不群的大家，激发人们对这些当代“先生”们人格、风范、学问的景仰与传承，同样是深切的人文视角。这些文化意味醇厚的作品能在受众中赢得广泛影响和赞誉，恰恰说明文化内容正广受关注。文化不再只是新闻的一个内容类别，而成为折射时代精神的主体内容之一。



图2 《耳顺始作寿》作者朱宏钧采访北京民俗博物馆副馆长李彩萍

二、创造广播新体裁：丰富表现手法，提升表现力

以《文化印记》的立意、主题，我们很自然地选择了纪实、纪录的样式。《谁还在唱二人台》《婚礼礼之本》诸篇，故事独立、完整，已相当符合“纪录片”的标准，可作为“声音纪录片”的佳例。这样大规模地采用影视艺术的样式、手法制作广播新闻节目，也应是第一次。习俗季之《婚礼礼之本》，选择陕西省富平县东董村 25 岁青年董勇的婚礼现场，以写实手法记录了娶亲、迎亲、拜堂、宴宾的全过程，包括婚礼前祀天神、拜祖先等“镜头”。对新郎、新娘和老一辈在习俗上的冲突也做了忠实的记录。

这种形式借鉴可能多少有些突然，但《文化印记》的成功说明，在形式意义上，广播积极探索表现手法的多样，或者说把广播非新闻类别的采

制理念和手法引入新闻生产,不仅可以重塑比较优势,也被证明可行,且具有相当的合理性。

广播新闻的体裁分类源自报章,慢慢又结合了广播的特点,近些年渐趋简化。广播新闻的体裁虽有更迭,但始终限于新闻领域。为适应国际评奖,偶尔也会有一些艺术化的制作,但通常被认为不大适合日常播出。一些精心制作的节目往往纯粹为了走向世界,较少有国内播出的机会,因为没有适配的常态节目去容纳这样的“阳春白雪”。事实上,形式的固化同内容一样,也已经被习惯。

《文化印记》尝试了突破,其体裁样式虽然还不完全统一,但显然已经冲破了传统新闻样式的界限,呈现出声音纪录样式、声音纪实风格的特征。撷领大要,巧布针线,造微入胜。声音创造了画面,声音构筑了场景,突破了纯线性架构,注重时空的跳跃转换、场景的分解组接。新闻的、文艺的、技术的,多种手法的运用,大大增强了广播节目的表现力和感染力,使《文化印记》获得了全新的收听体验。戏曲季《谁还在唱二人台》纪录片特征就非常鲜明,开头用情景再现的方式,从某电视台的跨年晚会现场切入,表现歌王辛礼生在晚会现场的落寞,画面感很强。然后突然切入黄河流水声、摇橹声、辛礼生清唱《天下黄河九十九道弯》、羊倌放羊声……既有蒙太奇手法的使用,也有音乐烘托主题的技巧。在工匠季中,创作团队策划了带老手艺人进入现代化工厂体验的环节,这部分都是通过背景音响转换实现的。无需过多语言描述,听众一下子就能体会到从阴暗的瓦猫作坊到喧闹的旅游街区、从冷清的铁匠铺到现代化的铁器车间的转换。同时也会感受到传统与现代的冲突、反差,传统手艺人的孤独、茫然。地名季《作别闸北》中,飞机呼啸,炮火轰鸣的声音,一下就把时间切到了“一·二八”事变和“八一三”淞沪抗战时期的闸北,语言的逻辑线也随之推进到特定的历史阶段。

事实上,新闻引入纪录手法,有其内在的逻辑联结。新闻产品和纪录影片虽分属不同领域,但有一致性,二者都以真实性为原则。尽管纪录片表现真实的手法一直存有争议,但真实、准确、客观的原则与新闻相通。二者又都强调倾向性,都有影响社会舆论的宣教功能。新闻是报道真实,纪录片是表现真实,作为艺术的纪录片在真实性的表现上无疑更细腻、更

精致。广播新闻生产融入纪录片样式，不失为一种增强表现力的好办法，可以促使其在形式技巧上更加讲究，生产出更加精致的产品，提高在传播市场上的竞争力。纪录片在倾向性表露上一般都曲折迂回，隐匿于故事、细节之中，这也值得广播借鉴，寓教于情，寓理于形，潜移默化。这些，在《文化印记》中都已有所体现，所以才感染人、感动人、感化人。精心的策划，精准的立意，精细的采访，精致的写作，精微的制作，这样的经验对于日常都有直接的意义。



图3 《谁还在唱二人台》作者冯会玲在山西河曲采访二人台歌王辛礼生

三、追求声音新境界：探寻声音表达规律，扩大感染力

《文化印记》是典型的广播产品，是声音的一次热烈展示和华美回归。声音可以如此之美、如此富于感染力，这样的感受，于传受双方都是不约而同的。尤其是一些年轻的创作者们，乍然面对这样丰沛的声音世界，忍不住惊叹：原来广播还可以这样！

融媒体环境下，尽管传统广播频率的音频直播已成为客户端的一种产品类型，但音频产品的生产显然不能安常守故，止步于此。音频市场亟待培育，变革与创新必须而紧迫。

正是在这样的背景下，《文化印记》以其高端定位、高水准制作、全产业链传播等多方面的突破引发了广泛关注。尤其是对于声音的运用进行了全方位的大胆探索，也为音频产品生产方式的转型提供了样本。

听觉仅次于视觉，是人类第二大信息接收方式。音频传播具有自身的