

编

A vintage microphone, likely a Shure 55A, mounted on a stand. The microphone has a silver-colored metal body with a black grille and a black band around the middle. It is positioned vertically, angled slightly to the right. The background is a plain, light-colored surface.

广州

視聽

广州市文化广电新闻出版局 广州市广播电视学会 编

广州出版社

· 广州 ·



图书在版编目 (CIP) 数据

广州视听 . 2010 / 广州市文化广电新闻出版局, 广州市广播电视学会编.
— 广州: 广州出版社, 2010.7
ISBN 978-7-5462-0287-7

I . ①广… II . ①广… ②广… III . ①广播工作—广州市—文集②电视工作—广州市—文集 IV . ① G229.276.51-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 117029 号

书 名	广州视听
出版发行	广州出版社 (地址: 广州市天润路 87 号 9 楼、10 楼 邮政编码: 510635 http://www.gzcbs.com.cn)
责任编辑	柳宗慧
责任校对	郭伟娜
装帧设计	范 鹏
印 刷	广州市怡升印刷有限公司 (地址: 广州市番禺区市桥横江 邮政编码: 511400)
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 16 开
印 张	22
字 数	394 千
版 次	2010 年 7 月第 1 版
印 次	2010 年 7 月第 1 次
书 号	ISBN 978-7-5462-0287-7
定 价	48.00 元

如有印装质量问题, 请与承印厂联系调换。

《广州视听》编辑委员会

顾问 问：范以锦 梁浩泉

主任委员：范 旭

副主任委员：梁正祥 叶小帆 管智坚

委员：孙建章 涂 布 卢博仪 腾建新 金极权
李志明 郭小龙 李 戈 谢晓明

主 编：范 旭

副 主 编：梁正祥 叶小帆 管智坚

编 辑：卢博仪 苏葵华 马杰颖 朱 毅

目 录 CONTENTS

创新与发展

网络广播中传统广播入网的新前景 刘贤科 / 2

新媒体时代广播节目的创新

——以广州电台为例 徐 青 / 9

浅析电视民生新闻的隐忧与对策 马 霞 / 16

公共危机中的媒体责任

——回顾 H1N1 流感公共危机新闻报道有感 冯颖韬 / 22

浅谈如何让会议电视新闻报道形式“活”起来 徐国林 / 27

浅谈新闻报道如何写出新意 陈立科 / 32

舆论监督与引导

以传统媒体为核心 努力构建主流舆论场

——网络时代社会舆论引导初探 谭志芳 / 38

互联网成为新闻舆论独立源头

——从网络的新特点看新老媒体舆论监督的优劣与合作 何颖仪 / 44

媒体在灾难性事件中所起的作用

——以汶川及玉树大地震为例 陈广容 / 51

媒体应该在创建全国文明城市中起更好的催化作用 梁健波 / 55

试论“微博时代”广播电视的舆论引导 李思蕴 / 59

管理研究

浅谈社会主义新农村下的广播电视队伍建设 冯振锋 / 66

浅议加强新闻队伍建设的必要性 黄茂军 / 70

对做好广州广播电视台体制改革期间思想政治工作的几点思考 崔剑英 / 74

新闻改革

浅析县级电视台新闻改革的途径

——以广州增城电视台为例 阮文辉 / 80

从获奖作品看新闻发现对新闻价值的提升 黄 坤 / 84

讲故事·诉民情·创品牌

——浅议电视民生新闻的故事化创作 曹思珺 / 89

新形势下广播电视新闻改革的方向 谭瑞珊 / 93

浅谈县级电视台如何提升民生新闻的质量 何 琳 / 97

浅谈方言类民生新闻的局限性和发展方向 温穗章 / 102

经济新闻娱乐化浅析 田 园 / 108

民生新闻应以民为重 罗莎莎 / 113

业务探讨

如何做出有“竞争力”的电视经济节目 黄寒冰 / 118

广播电台的汽车资讯节目如何在夹缝中突围而出 庾振业 / 123

浅谈广播节目中衬底音乐的作用 刘蔷薇 / 128

从“湖南现象”看电视节目策划 荣 滢 / 132

娱乐节目的非娱乐一面

——解读《心水保姆》成功的几个因素 程 璐 / 137

浅谈法制节目的制作 董苑卡 / 142

发挥基层优势 打造本土特色

——以从化市广播电视台为例浅谈县级电视台节目发展 黄健怡 / 147

立足本土 全民益智

——谈《文明大赢家》栏目特色及启示 齐格辉 陶正熙 / 152

浅析电视节目“外包装” 顾秀宜 / 158

浅谈电视民生新闻中的审美取向 王 晶 / 163

浅析民生新闻的社会责任 郑玉华 / 168

中国电视的昨天、今天、明天 冯 虹 / 172

采编漫谈

记者暗访是“钓鱼执法”的三重思考 邓 勇 / 180

浅谈电视民生新闻报料应对技巧 李叶华 / 186

论交通报道的核心要素 胡雯婷 / 191

浅谈音乐在新闻中的应用 陈 莹 / 197

让广播新闻“看得见” 叶晓明 / 201

浅谈出镜记者的素质 王翠珏 / 206

用声音的魅力去弘扬广州文化 钟鸿飞 / 210

试论广东广电节目如何立足于岭南文化 布智威 / 215

浅谈广播片头在广播节目中的作用 李荣柱 / 221

区县台电视新闻记者出镜亟须一套执行标准 庞佑平 / 225

三网融合

第三只眼看三网融合 陈健峰 / 230

三网融合不对称格局下广电系统所面临的问题探析 袁宏亮 / 235

寻找广电破网的利器 周卓文 / 240

浅谈三网融合下的广播电视监测新局面 李庆超 / 247

三网融合，广电先行 张明明 / 255

如何冲破三网融合的瓶颈 黎庆璋 / 259

三网融合——准备好了吗 孙剑飞 / 263

播音与节目主持

浅谈地方电台广播节目与策划意识 韩静雅 / 268

浅谈粤语广播体育节目地方特色 黄志成 / 272

浅谈播音主持艺术的创新 吴家彤 / 277

浅谈做好电视新闻编辑应具备的素质 邓赞明 / 282

讲学习提素养 促进播音主持业务不断提高 彭 飞 王雪岩 / 286

视听技术研究

浅析电视专题片镜头的调色 甄海涛 / 292

媒体资产管理在资料馆中的运用 王先来 / 298

基于数字化改造升级电源系统成功案例分析

戴建秋 梁永春 宋国洪 钟松仙 甘炽和 / 304

基于 SDH 技术构建广播电视数字微波传输网 李智华 叶祖贤 温 毅 / 312

浅析广电系统中计算机病毒的主要防治技术 刘毓衍 / 322

基于微波传输网的数字视频会议系统 张华民 / 326

浅谈数字机顶盒 邱 爽 / 331

从放像机发展看广播电视技术发展 李俊昌 / 335

创新与发展





网络广播中传统广播入网的新前景

刘贤科

广播的出现，第一次使受众在接触媒体的时候可以不受文化程度的限制，在传播新闻事件方面，时效性大大高于传统报刊，还将美妙的音乐带进了千家万户，因而成为当时最受欢迎的大众传媒。随着电视的普及，广播以其独特的“伴随性”和在内容上“窄播化”的改进，成功地度过了电视出现后带来的危机，并使广播的发展进入了一个新阶段。伴随着网络时代的到来，人们对网络服务系统的依赖越来越大，面对挑战，各种传统媒体纷纷掀起与网络捆绑的大潮，以期在与网络的结合中获得一种整合传播效应。当然，传统广播也没有置身“网”外。

传统媒体的传播大都属于大众传播，“在大众传播的过程中，在某一大众传媒覆盖范围内，传播者永远都处于传播的中心，占据着主动地位。然而，网络传播可以是一对一的，也可以是一对多的或者是多对多、多对一，对于个别用户来说，不管身处地球的任何角落，只要上了网，他就是中心，可以自由发布传递信息，可以自由搜索、储存和加工信息。”在网络传播中，传统媒体在发布信息的同时往往利用超链接方式和受众进行直接交流，带来了新的传播效应。

广播电台与网络的融合，促使了网络广播电台的诞生。网络广播电台，就是通过网络进行广播，通过在因特网站上建立广播服务器，在服务器上运行节目播送软件，将节目广播出去，访问者在自己的计算机上运行节目接收软件，访问该站点，收听、收看、阅读广播信息。而传统意义上的广播电台则是以基站往外面发送电子信号，透过大气电磁波，向公民提供广播服务的机构，是仅仅通过声音来传达信息的媒体，其中大部分电台已采用 FM 广播，部分小规模电台则采用 AM 广播。

实际上，网络广播不过短短 10 多年的历史。一般认为，1995 年 4 月，美国西雅图的“进步网络”在其网页上设置 Real Audio System 的使用版本软件以提供“音频点播”服务，标志着网络广播的问世。然而，四个月后的 1995 年 8 月，美国

ABC 广播网利用互联网进行全球播音,才标志着网络广播的正式诞生。随后,世界主要广播电台纷纷踏上广播网络化进程。在我国,广东珠江经济广播电台在 1996 年 12 月 15 日率先开通网上实时广播。紧接着,中央人民广播电台、中国国际广播电台、上海东方广播电台以及广东佛山广播电台等传统广播媒体,均相继推出网络广播。原广电部在 1997 年也组建了广播电影电视部影视信息网络中心,并把网络研究的课题摆在了突出的位置。

近年来,随着国际互联网的迅猛发展,这种新的媒体传播方式日益深入到社会的每一角落,逐步成为受众重要的信息来源之一。作为媒体未来发展的一大趋势,整合网络传播是传统广播传播手段一个有益的补充。

我们在肯定早期中文网络电台的构建者的慧眼和开拓精神的同时,也应指出其在认识上的一大误区,即仅仅把网络广播作为传统电波广播的一种辅助手段来加以营造。事实上,无论是广播还是报纸、电视、杂志和通讯社,一旦介入网络,就已经在不自觉地尝试和构建一个不属于任何一个“本原媒体”的新媒体。

一、从建站机构、网页属权里分,我国网络广播的大致分类

(一) 传统的广播媒体入网

这一类又有四种方式:(1)以现行实有的频率为首页,如中国国际广播电台等。(2)以行政总台为主页而其辖领的系列台为链接,如重庆电台下属新闻、经济、交通、音乐、都市、故事 6 个频率等。(3)以现行播出的节目为主页,如上海人民广播电台的《滑稽王小毛》等。(4)以主持人的个人身份为主页,比如播客。

(二) 新兴的商业公司入网

这种非广播媒体以“电台”的名义入网,目前主要有两种方式:(1)纯粹的经营公司,如各地电信部门开办的所谓“频道”、“广播”。(2)公司与传统的广播媒体联营,如中央台与上海市信息中心合办的“经济科技信息网”等。

(三) 专业的社会团体入网

如高校的校园广播站等。

(四) 业余的广播爱好一族入网

集体的业余电台称俱乐部台,如哈工大俱乐部等台;个人业余电台在当今 200 多万个业余电台中占大多数,如“火树银花”等。

本文主要围绕传统的广播媒体入网这类型的网络广播电台展开论述。目前这类网络广播有直播和点播两种主要播放形式。直播(Live),主要应用于重大活动的即时

与单纯的传统广播相比,网络广播从一出现就显示出不可比拟的优越性。它兼具网络的特长,还有效避免了传统广播的劣势。

（一）视觉化、文字化

过去广播人苦恼的是,广播只能通过声音为受众提供信息,而电视既有声音又有图像,在网络上还可以反复回放。另一方面,广播和电视本来就是“近亲”,主持人、记者、编辑、技术人员等人才队伍方面也完全具备发展视频内容的客观条件。因此,江苏省常熟人民广播电台交通音乐频率在直播间配置了摄像机,改善了灯光条件,于2006年7月推出网络视频广播节目,开始了跨媒体传播,打造综合传媒的新尝试。此前,国内第一个进行视频广播的是江苏文艺台,但它仅仅是用一个摄像头拍摄直播室的直播画面而已,到2007年8月2日,上海最具活力音乐电台动感101(FM101.7)揭开崭新篇章,全国第一家网络视频广播——动感101视频广播正式开播。动感101网络视频广播开播后,听众和歌迷不仅可以在网上听广播,还可以看到直播室里的主持人和嘉宾,同时还可以欣赏到相关歌曲的MV,更可以方便迅捷地开展各种互动,让喜爱音乐追求新事物的年轻人以动感101为纽带聚拢起来。视频广播新产品的开发,是广播人借助新媒体技术进行的一次新的拓展。它不仅是一项对现有广播听众的增值服务,更是为了探索新的广播体验方式和推广方式。

曾经有人就网络视频广播提出质疑，这种模式究竟是广播还是电视呢？其实，这种思想现在已经过时。原来媒体形态是按物理形态划分的，如电子媒体、纸媒体等等，但是随着技术的发展，媒体和媒体的边缘正在淡化，比如中央电视台早上的节目《马斌读报》，非常受欢迎，它就是电子媒体和纸媒体的交融。这种融合起来的媒体形态我们称之为新媒体，这种媒介形态的特点是：保持个性，淡化边缘，相互融合。因此，对于网络视频广播，一定要摸索自己的规律，走自己的路。

（二）扩大了受众的选择空间

传统广播采取的是一种由一点均匀地传向多点的单一方向的信息传播模式，受众在时间和内容上都是被动的，他们接收转瞬即逝的广播信息往往要按照准确的时间进行，如果错过，信息就难以再次捕捉。网络广播则不同，受众可以先通过文字了解广播节目的内容，再根据自己的需要和兴趣来选择要看或要听的内容。除现场直播外，每个人都可以安排自己的节目表，这在很大程度上改变了过去电台播什么、受众就听什么的状况，而是形成了想听什么、看什么，就选听什么、选看什么的信息接收模式，传统广播媒体针对异质大众的去个性化传播在网络广播中被个性化传播方式所代替。《英语之夜》是中央人民广播电台开办的一个广受国内英语爱好者欢迎的学习节目，自从该台将其放到网络上以来，许多上网听众就没有必要为错过这个节目而烦心了，因为人们可以在网上随时点击收听。可以预见，将来在“资讯有偿”的观念下，那些语言学习、在线教学或相声、阅读、旅游等内容丰富的节目，还可以在网上让听众“付费下载”，做第二次出售。

（三）扩展了广播的传播空间

在理论上，网络广播解决了广播有效覆盖难的问题。广播因技术、地形等条件的限制很难达到有效覆盖，特别是音质较好的调频广播发射范围很小；短波虽然发射范围大，但信号不稳定。而网络广播则可以突破这一限制，只要进入互联网，就可尽情欣赏国内外各家电台的精彩节目。特别是对于一些身在异处却始终眷恋着家乡节目的人来说，网络广播无疑是一种不错的选择。从理论上说，通过网络任何一个地方台的广播节目都可以流向世界的某个角落，受众也能通过从网上收听外地广播，获得那些通过传统媒介难以获得的信息。

（四）广播与受众的互动性增强

广播与网络融合后，使听众的主动性有所增强。就传统广播而言，传播一方控制着媒介，处于主动地位，听众经过媒介收听，只能在传播者设定的范围内选择。



而网络广播的出现,打破了传统广播传者与受者的明确界限,自从1996年底珠江经济广播电台开播后,广东电台开创了把热线电话植入直播间的先河,这种做法变单向灌输为双向交流,在广播改革史上具有重要意义。然而,这种交流和参与受广播传播方式的局限,主持人与热线电话听众的对话交流一般只能是一对一,听众的交流参与面十分有限。广播与网络融合后,由于因特网的双向互联性,网上有绝对的中心控制,主持人与网友从原来的双向交流拓展为多向交流,因而网上广播受众的反馈参与大大增加。1998年12月广东电台城市之声《夜行人》节目连续三个晚上做了“阿虹的故事”特别节目,在听众中反响极大,尽管热线电话十分火爆,但一个晚上只有十多个,而因特网上的讨论,仅电子邮件就有近万封,其受众反馈参与之多是电话参与难以比拟的。现在网络广播的主持人在节目直播中还常常通过贴吧、聊天室等,与受众即时交流,这是现在网络广播与受众最常见的也是独有的互动形式,比如北京音乐台的中国歌曲排行榜DJ齐麟在节目直播时会在他的百度贴吧里开贴,预告节目内容,在节目间歇时间跟听众聊天,不仅互动性强而且互动很即时。同时,还可以开展网上调查,这些网上调查不仅能及时得到听众对节目的反馈意见和建议,还能针对社会上的热点问题进行调查,及时了解听众的想法,并适时加以引导,达到一定的舆论监督的目的。

(五) 弥补传统广播广告市场的局限性

传统广播因容量有限、线性传播等特点,广告市场不太理想,而网络与广播结合则可承载更多的广告,还能利用声音、图像等表现形式将广告尽可能做得有可听性、可看性,以此来吸引广告客户。另外,由于点击率是衡量一个网站实力的重要尺度,因此,广告客户往往看中那些人气较旺的网站来投放广告,这就使网络广播在办好网站的前提下,会随着点击人数的增加吸引更多的广告客户,从而达到网络广播与广告客户双赢的效果。

尽管网络广播是一种很有发展潜力的广播新技术,但由于其自身在现阶段的某些局限性,这一新兴手段还不可能在较短的时间内替代传统的广播节目落地手段,它们之间还只能是一种互补的关系。

三、传统广播入网后未来的发展

(一) 节目形态传播的进一步拓展

利用网络广播网站提供音频即时通信,探索增值服务的营利模式;全力发展音频搜索,让具体可感的有声语言成为网上搜索的听觉线索;开发音频电子邮箱,让

网友得以通过网络广播网站链接传送有声甚至语音电子邮件；尝试开设有声论坛或语音 BBS 等。若进一步细分，则可针对某一受众群体的偏好来进行适位化传播。例如，在网络音乐方面，可向不同年龄段的网友侧重提供经典老歌、流行音乐、最新单曲或少儿歌曲；向不同地域的网友侧重提供流行唱法或民族唱法的不同版本；向不同文化程度的网友侧重提供外文曲目或地方戏曲等。

（二）全天候新闻发布体系的建立

媒体调查公司的网上调查显示：许多网民上网后的首要任务是到新闻网站浏览新闻。中国国际广播电台的网络媒体《国际在线》的主页就体现了以新闻发布为主体的特点。除今日要闻外，国内新闻、国际新闻、体育新闻、文化新闻，以及国际纵横专题等都在《国际在线》占有重要位置，其中国内和国际新闻已实现了动态发布，时效性很强，这意味着，一则消息在广播中播出之前就已被送上互联网。网络广播要发展，就需要利用当前电台新闻传播的优势，在原创的前提下大量提供新闻，并在新闻采集的过程中对原有的媒体新闻进行深度加工，拿出与传统媒体不同的媒介产品。

（三）发展多元化网络广播电台

网络广播实际上内容很广泛，并且其内涵在不断丰富，外延也在不断拓展。网络广播正逐渐挣脱电台与互联网两媒体的窠臼，不断演化为电台、互联网、移动网、固定电话网与广播网五大媒体的高度融合。因此，网络广播急需多角度开发，以拓展其增值空间。如发展“手机电台”，利用手机这一便捷、普及的接收终端，实现传统广播媒体与新兴手机媒体的融合；加强与网站、即时通讯媒体（如微软 MSN、腾讯 QQ、微博等）的多元合作，进一步增强网络广播的市场生命力。

四、结语

最后涉及一个问题，网络广播出现以后，传统广播会消亡吗？

网络广播的出现和发展，不是为了消灭传统的广播，而是为传统广播提供展示能量的空间。在网络时代，未来的空中广播只有向节目设置更加专业、节目类型更多、与听众的互动更加频繁、娱乐性和服务性更强等方向发展，才能增强传统空中广播的竞争力，创造出网络时代下传统广播繁荣的新格局。

广播与因特网融合带来的是一场深刻的变革，它开辟了广播的新天地，对于广播来说，利用因特网广播信息数字化技术和高速度、高容量的光纤通信技术及交互技术等高新技术，可以克服传统广播的弱点，跨越时空的限制，极大地扩大传播



范围, 改变传播的方式, 为广播的发展提供一条全新的道路。

(作者单位: 广州市花都区广播电视台)

参考文献:

- [1] 张海鹰, 滕谦. 网络传播概论 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 2001.
- [2] 张鹏. 是水乳交融还是虚假婚姻——对网络广播前景与现状的思考 [J]. 中华传媒网, 2003, 5, 15.
- [3] 神伟. 网络广播的传播特点及发展趋势 [J]. 中国传媒科技, 2004 (12).
- [4] 张文俊. 当代传媒新技术 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 1998.
- [5] Jonathan Marks. More variety on various platforms[J]. 南方广播研究, 2000 (2).
- [6] 谢奇峰, 王宇. 网络广播发展及前瞻 [J]. 现代传播 (双月刊), 2003 (3).
- [7] 高钢. 当新闻传播瞩目国际互联网的时候 [J]. 华声报 (电子刊) <http://www.hsm.com.cn>.
- [8] 李冬梅. 网络广播: 喜忧参半中前行 [J]. 中华新闻报 2004, 5, 26.
- [9] 王泽华, 姬米刚, 韩春秒. 网络广播的优势及发展思路 [J]. 光明日报, 2007, 4, 22.
- [10] 曹璐. “声播”与“网播”互动的现代广播新格局 [J]. 南方广播研究, 2000 (2).

新媒体时代广播节目的创新

——以广州电台为例

徐 青

当前，随着各种新媒体的强势崛起，与新媒体的融合成为广播业又一次深刻的革命。新媒体时代的广播节目创新是具有重要现实意义的课题。新媒体时代的广播节目创新不是孤立的，必须用多元视角深层次地去探索与广播节目相关的诸多方面，包括广播的体制、理念、技术和节目内容、形态、主持风格等等方面的创新。本文阐述了新媒体时代广播及节目创新面临的挑战与机遇；通过理论分析和对我国广播节目创新改革实践的回顾，阐述了广播节目创新是应对新媒体挑战的关键环节，并结合广州电台改革的实践，对实现广播节目创新提出了几点思考。

一、问题：新媒体时代广播及节目创新面临的挑战与机遇

什么是新媒体？它是指以数字技术、网络技术为技术支撑，以网络或卫星为传播渠道，以电脑、电视或手机等为接收终端，向受众提供信息和娱乐的传播形式^[1]。20世纪90年代起由于网络技术和数字技术的发展，信息化浪潮席卷全球，今天置身于新媒体时代，我们应该正视新媒体给广播及节目创新带来的挑战与机遇。

1. 新媒体时代广播及节目创新面临的挑战

当前，随着点播、流媒体、富媒体、P2P、RSS等技术的不断应用与逐步成熟，从WEB1.0到WEB2.0、从博客到播客、从2G到3G、从音频到视频，以互联网和手机为代表的新媒体迅速发展，对传统传播形态产生了巨大的冲击，广播及节目创新面临着严峻的挑战：

挑战之一：广播业必须从体制机制上进行全面深刻的改革。新媒体带来的变革远远超出了技术的范畴，涉及广播的体制机制，以及广播的生产、服务、盈利、管