

思考的话筒丛书

SIKAODEHUATONGCONGSHU

MINGTIANJIEMUZENMEBAN

◎主 编 黄学有

◎副主编 董晓平 李慧敏 王荣彦

明天 节目 怎么办

2003年9月25日

沈阳电台召开了节目创优研讨会

55篇论文回答了明天节目怎么办



沈阳出版社



论节目创优的前提条件

(代序)

——黄学有台长在节目创优研讨会上的讲话

按照党组的工作部署，今年我们要召开三个研讨会：一是机关建设研讨会，二是经营创收研讨会，三是节目创优研讨会。前两个研讨会已经开完了，今天召开的是节目创优研讨会。可以说，在三个研讨会中，节目创优研讨会准备的时间最长，也备受大家关注。会议共收到 52 位同志提交的 55 篇论文，论文的数量之多，质量之好，前所未有。这充分说明大家对“明天节目怎么办”十分关心，对沈阳电台的发展十分关心。8 位大会发言的同志，思考深入，分析透彻，思路新颖，对策可行，很有启发性和前瞻性。既然是研讨会，那么我也和大家一样，谈点个人看法，题目是《论节目创优的前提条件》。

节目创优是贯穿广播发展的永恒主题。这不仅因为日益激烈的市场竞争要求我们必须努力创优，以赢得竞争的主动权；更因为随着社会的进步和发展，听众的需求也在发生着深刻的变化，听众对广播节目的内容、形式、风格、情趣、品位要求越来越高，甚至近乎苛刻。在这种情况下，要想赢得更多的听众，就必须把节目办得让听众喜欢和满意，这就要创优创新，以丰富的节目内容、新颖的节目形式、鲜明的节目风格适应听众，进而引导听众。

节目创优是一个系统工程，它涉及到广播工作的方方面面，既有宣传报道层面的问题，又有技术保障层面的问题，还有体制机制层面的问题。大家提交的论文，对节目创优问题多有论



述，但涉及节目创优前提条件的却很少。其实，节目创优和其他任何一项工作一样，都有一个前提条件的问题。满足不了这些必备的前提条件，节目创优就没有了基础，就丧失了持续发展的可能。

那么，节目创优的前提条件有哪些呢？我认为，主要包括以下三个方面的内容：

一、要有理性的创新思路

马克思主义认为，理论来源于实践，又反作用于实践。节目创优是一种复杂的实践活动，不仅涉及广播工作的各个环节，而且涉及社会各界的不同诉求和大众传播的诸多领域。针对节目创优中存在的矛盾问题，通过研讨会这样一种形式，发动大家一起分析原因，研究对策，然后集思广益，把好的意见、建议、对策、思路变成实际工作中的有效措施，正是我们组织这次研讨会的目的。8位大会发言和提交论文的同志，对我台在节目创优中存在的突出矛盾和问题，提出了一些很有见地和可操作性的意见和建议，也从一个侧面说明了理论研讨对实际工作的重要指导意义。

听大家的发言，我注意到“创新”这个词出现的频率很高。说明大家对如何解决创优中的矛盾和问题，有一种基本的共识，那就是创优必须创新。广播节目要创优，要出思想精深、艺术精湛、制作精良的广播精品，当然要在节目策划、选题立意、采访写作、录音制作等各个环节精益求精，但仅仅在这些方面做到了精益求精还不够，还必须在这些方面力求有所突破，推陈出新。也就是说，不断创新的创优，才是真正的创优；没有理性的创新思路，广播的发展就没有出路。对于这一点，不少同仁已经有所认识，如经济台今年以来先后召开了5次研讨会，认真研究经济台的节目特色，决心以理性的创新思路，再创经济台的辉煌。



今年以来，各系列台精心策划了一系列有创新有影响的重要活动，如体育健康台别具特色的开播仪式、《792 连心桥》10 周年纪念活动、文艺台 20 场文化广场演出和千古名篇音乐朗诵会、交通台推出的 986 车厢健身操、新闻台科技创意沈阳、经济台对“制博会”和“糖酒会”的现场直播等活动，在组织和实施的过程中充满了创新思维，取得了良好的社会效益和经济效益，充分说明了理性的创新思路对于广播节目创优和树立品牌形象、拓展经营领域的重要性，充分说明了节目创优首先要有理性的创新思路。如果我们在节目创优问题上思路不清晰，或者没有创新的理性思维，那么节目创优就不会有前途。

二、要有成事的人才队伍

节目竞争最根本的是人才竞争，是具有专业素质尤其是高素质人才的竞争。研讨会上，大家提出了许多好的意见、建议，这很好，但这些好的意见、建议不能停留在口头上，不能只是为了研讨而研讨，必须付之于实践，这就要靠那些高素质的人才去操作、实施。如果没有高素质的、有责任心的人才，任何好的意见、建议最终都可能仅仅是纸上谈兵。比如，现在听众在我们的《沈阳新闻》中，很少听到当天的消息，更听不到现场同步报道，听到的多是昨天的消息，甚至前天的消息，这怎么能够发挥广播先声夺人的优势。再比如，我们的编辑怎样才能把文字功夫练得更好，具有那种“天机云锦用在我，剪裁妙处非刀尺”的编辑水平。当然，有些问题涉及机制、体制，不仅仅是编辑、记者、主持人的问题，但在同样的机制和体制条件下，编辑、记者、主持人自身的素质高低、责任心强弱，对节目创优的影响就非常明显了。素质高、责任心强，具有杜甫那种“语不惊人死不休”的精神，可以弥补机制和体制的不足，创造出优秀的节目；反之，机制和体制再好，职工素质不高、责任心差，工作无所用心，想出好节目是不可能做到的。



可见，节目创优离不开高素质的广播人才。所谓高素质的广播人才，一是要有专业素养。要精通广播理论和节目制作技能，熟知节目涉及的专业领域。二是要有责任意识。要忠诚党的新闻工作，坚持正确的舆论导向，讲政治，讲大局。三是要有敬业精神。要有职业操守和职业精神，“铁肩担道义，妙手著文章”，兢兢业业，勤勤恳恳。前不久的一个双休日，体育台为了扩大影响，在出租车上张贴宣传语，总监孙志伟带领体育台的同志们顶着炎炎烈日，从上午9时贴到傍晚，这种敬业精神，着实令我感动。

有了敬业精神和责任意识，再加上编辑、记者、主持人的专业素养，节目创优、创新就会有坚实的基础，广播事业的快速发展大发展就有了人才保证。

三、要有科学的运行机制

节目创优不是一个人或几个人的创优，而是全台同仁的共同努力，所谓一枝独秀不是春，万紫千红春满园。因此，我们必须努力营造有利于优秀人才脱颖而出的运行机制，依靠机制的力量，激励优秀的人才，进而调动全体职工的积极性、主动性和创造性，推动全员节目创新和创优。

科学的运行机制是人尽其才、才尽其用的重要保证。我们要通过人事制度、分配制度、奖惩制度的改革，使政策、福利向优秀人才、关键岗位倾斜。关于明年的改革问题，最近一个时期，台党组已经连续开了几次会，结合贯彻文化体制改革精神，专门进行了研究。总的指导思想就是要通过改革，让沈阳电台想干事的优秀人才能干事、干成事；让不愿干事、干不成事的人也想干事并能干成事。

最近几年，有一些编辑、记者，特别是主持人调离了沈阳电台，到省、市其他新闻媒体工作，有的还在那里成了名人，成了骨干，担任了中层干部。大家戏称沈阳电台是其他媒体的



培训学校，忧虑电台的人才流失。应该说，人才流动是大势所趋，利益选择也无可厚非。但这并不是说我们对电台人才外流的情况就没有责任，就一味地听之任之。留住人才是事业发展的需要，也是市场竞争的需要，我们必须采取措施，努力留住人才。靠什么才能留住人才呢？我想，第一要靠事业，要让大家在沈阳电台有更大更好的发展空间，对优秀的节目和节目主持人，电台要进一步加大对他们的宣传和推介力度，鼓励他们出名，帮助他们出大名。第二要靠感情，要努力营造良好的工作环境，让大家在沈阳电台感觉到家的温暖和亲情。第三要靠待遇，要努力办好电台的福利待遇，让沈阳电台的职工走到哪，都昂首挺胸充满自豪。

靠事业留人，靠感情留人，靠待遇留人，这就是我们改革人事分配制度的出发点和落脚点。有了制度的保证，优秀人才才能脱颖而出，广播节目才能越办越好，创优创收才能更有动力和后劲，沈阳广播才能有更快、更大的发展。



目 录

淘尽泥沙始到金	苗 姜 (1)
关于广播发展的思考	苗 姜 (7)
要让听众喜欢和满意	苗 姜 (11)
节目创新的瓶颈成因及对策初探	廉 杨 (14)
广播在大众传播中的文化责任	单承斌 (21)
努力搞好广播体育产业经营	礼桂华 (26)
重新认识广播优势	廉 杨 费良生 (34)
美在和谐	吕 东 (42)
新闻播报面对面	王学山 (49)
广播今后该怎么办?	孙小竹 (53)
努力提高《记者视线》的节目质量	王康宏 (56)
试论命题作文的三个支撑点	杨玉龙 (62)
地方电台新闻的四种来源	龚 波 (71)
科学地办好监督类节目	那 杰 (77)
发挥主观能动性, 把握自己的命运	唐 诗 (81)
空间多大 节目多好	蔡 昊 (84)
浅说主持艺术流动的真善美	海 霞 (89)



主持人应该走独特的个性化之路	郝楠 (97)
谈谈“说”新闻的真假高低	金水 (102)
对国际时事节目贴近性的一点感悟	金岩 (108)
发挥整体优势, 打造精品节目	李琦 (114)
音乐娱乐节目≠单纯的娱乐	王丹 (118)
广播广告如何增强吸引力	小乔 (122)
听众调查对广播节目的指导作用	艳艳 (128)
小板块娱乐节目如何吸引听众	张荣 (133)
增强策划意识 提高新闻水准	张毓敏 (137)
监督类节目要坚持正确的舆论导向	高青 (142)
“活动”在商业广播中的价值	宋湛 (149)
从资源整合的角度看系列频率建设	王铁夫 (154)
双轨制——广播改革不容回避的问题	王铁夫 (164)
浅谈舆论监督节目导播的工作艺术	王明正 (171)
树立广播节目主持人的“形象”	孙明 (176)
“细节”让新闻作品更鲜活	刘旭 (179)
节目风格与主持人风格的关系	刘玉蕾 (185)
广播媒介人力资源运行机制之我见	关金 (190)
以创新的精神经营广告	胡毅红 (195)
直播与节目主持人的情绪	徐佳佳 (202)
紧跟时代, 创建先进的广播文艺	徐珊 (208)
做好情感类谈话节目需要“三心”	于红 (212)
专业致胜 品牌立台 内容为王	周妍彬 (217)
论交通广播的音乐使用	孙阁 (223)
浅论广播广告代理制	张晶 (229)



提高收听率, 实现广播节目市场化	宋建明(232)
如何办好交通广播的旅游节目	生奇志(234)
交通广播迎接新世纪挑战	安 榕(240)
主持人是节目创新的魂	周 丹(248)
专业台如何凸现个性特色	孙志伟(251)
体育节目整合刍议	林 萧(256)
广播与网络联手, 机遇与挑战并存	陈 曦(261)
广播广告要拓展新路	王 莹(266)
节目制作要加快改革与发展	张信斌(270)
将 Internet 安全引入广播局域网	季振东(275)
数字技术给音频广播带来的变革	赵莫阜(280)
异地同步现场直播的技术保障	栾忠旗(285)
自动化播出网络安全策略分析	胡青波(288)
后 记	(293)



淘尽泥沙始到金

——对加快沈阳广播电台发展的思考

苗 美

在经济全球化程度更高的 21 世纪，广播作为党和人民的喉舌，无论是从事业还是产业上，都要把工作的着力点放在发展上。广播电台的发展水平和实力，已成为当今世界衡量一个国家、一个地区综合实力的重要标志之一。那么，如何才能加快沈阳广播电台的发展呢？笔者认为，重要的是，要坚决破除一切阻碍沈阳广播电台发展的陈旧观念和机制、体制上的弊端，即要像淘金那样，“千淘万漉虽辛苦”，淘尽泥沙始到金。这里就如何加快沈阳广播电台的发展，作些粗略思考。

首先，要“淘尽”观念上的“泥沙”，牢固树立有为意识。沈阳广播电台过去曾经有过辉煌，近年来自己和自己比，每年也在进步，但与那些发展快的城市电台相比，却已经明显落后。我认为，落后的一个重要的原因是思想观念上的落后。我来电台后，有些人和我讲过这样的话，说广播是弱势媒体，很难与电视台、报纸等媒体相比；也有一些人的精神状态给我的感觉是，他们有一种小进则满、小富即安的满足心理。也就是说，在一些广播人中，缺乏一种有为意识，缺少一种奋进精神。所以，电台要加快发展，广播人首先要更新观念，首先要增强做好广播工作的信心，这就要牢固树立有为意识。作为广播人，应该充分认识广播的特点和优势，把握新世纪广播发展规律，要根据时代的发展和社会的需要来设置广播节目。一方面把自身的特点和优势发挥出来，如充分发挥广播移动、互动、低成



本的独家优势和特点，促进广播业的快发展、大发展；另一方面积极学习和借鉴其他媒体的长处，使广播更好地吸引听众，服务听众；再一方面，广播要善于融合，以鲜明个性铸造多元化广播，如广播要与影视融合，与纸质媒体融合，与新媒体融合，由此开发出一大批业务来。近年来，广播事业的发展在各地呈现极不均衡的状态，根本的原因就在于有的单位思想解放、勇于创新，有的单位思想僵化、因循守旧。可见，要想有地位，必须有作为，“不作为”的心态不克服，就不会有作为，也不会被人重视，自然也就没有地位。当然，我们也应清醒地看到，目前广播的发展面临着诸多的困难和问题，如广播受到电视、报刊和新媒体的冲击较大，广播发展的基础明显薄弱等，广播确有其“弱势媒体”的一面。但这不应成为我们甘于无所作为的理由，而应成为我们奋发进取的动力。正因为广播是“弱势媒体”，就更需要广播人比其他媒体的人多一些思想解放、多一些改革创新意识，多做一些努力、多付一些代价。“人一之，我十之；人十之，我百之”。这是什么意思呢？意思是说，别人付一分的力量，我要付十分的力量，别人付十分的力量，我要付百分的力量。俗话说，成绩不负苦心人。谁勇于开拓创新，谁付诸艰苦奋斗，谁就能得到长足的发展。山东、北京等省市电台的成功经验，已充分说明了这一点。

其次，要“淘尽”用人上的“泥沙”，大力创造成事氛围。市场经济说到底人才的竞争，人才的竞争的焦点是高素质人才的竞争。电台要发展，广播要进步，最根本的是要把人用好，努力造就一支积极想事、善于谋事、能干成事的干部队伍。这就要坚决突破原有用人模式的束缚，真正建立起既符合党和国家政策要求、又符合广播电台特点、能够有效调动和提升干部努力干事的积极性、主动性、创造性的用人办法和制度。这里重要的是，要建立科学的、合理的竞争机制和激励机制，实行全员聘用制。实践证明，竞争是硬道理。在用人上没有竞争，



就没有压力，没有活力，也就没有奋发进取的动力。真正的竞争机制和激励机制决不允许处在竞争中的贤者居下、愚者居上的现象存在，这种机制客观上要求：一是必给贤能者以相应的职务和施展才能的舞台，要让他们人尽其才、才尽其用，特别是要“创造一种环境，使拔尖人才能够脱颖而出”；二是要给贡献大、业绩突出的从业人员以丰厚的报酬，多劳必须多得，绩效优秀的一定要重奖；三是庸闲者的出口要随时疏通，对那些工作无所用心混日子的庸人，对那些拿着工资不创造效益的闲人，对那些占着权力岗位捞个人好处而对集体贡献为负值的贪人，不及时“淘掉”行吗？！实践证明，用人机制是一种导向，而在用人上真正实行竞争机制，则是谋事、干事、干成事的重要保障。而且，人才和事业又总是紧紧地联系在一起的。在一个职位上，用了最佳的人，才能干出最佳的工作、创造出最佳的效益。广播电台作为一个事业单位，同时又是一个产业，它的运行主体是人，用什么样的人，不用什么样的人，特别是对领导层人员的任用，决定着电台的兴衰。所以，在用人上必须摒弃一切不利于电台发展的做法，要坚持德才兼备的原则，突出生产力标准，坚持凭政绩、重效益用干部，这样才能激励大家一心一意谋事业、卓有成效干成事业。

再次，要“淘尽”体制上的“泥沙”，真正适应市场经济。一个广播电台健康发展的重要标准，就是在确保正确舆论导向的前提下，一是节目质量提高，影响力明显提升；二是创收能力增强，职工收入明显增加。按照这一标准的要求，必须加大改革特别是管理体制改革的力度，使广播的经营能够真正适应市场的需要。为此，必须按照“频率专业化，管理频率化”的改革思路，整合广播资源、调整节目布局，理顺内部关系、改革运营机制，以最大限度地激发活力、增强动力、提高效率。频率专业化，是市场的细分化，它包括内容的专业化和对象的专业化，其理想境地应该是两者的有机结合，通过各个专业频



率独有特色的内容，锁定各自的有效的受众群，变广播为“窄播”，由“窄播”变成“有效播出”，以达到事半功倍的收听效果，获得最大的社会效益和经济效益。在这方面，那些先行一步的电台积累了成功的经验。概括他们实行频率专业化的经验，其要义是：各个频率划定自己的“势力范围”，彼此不进行资源的竞争，都按自己的目标受众，在市场上开掘自己适当的位置，而放弃以综合节目为主的综合频率；各个频率的分工不能有重叠，但可以有适度的交叉，这有利于进行内部有序竞争，以避免市场出现空白点，而这个适度交叉与适应组合的评价标准，就是占有市场的最大化，是在市场上获得社会效益和经济效率的最大化。应该说，沈阳电台在频率专业化上已经迈出了步伐，但与那些先进电台相比，尚有不小的差距，还应从实际出发积极探索，做出不懈的努力。管理频率化，北京电台的做法，就是把责权利下放到频率去，以频率作为相对独立的经营单位；在频率单位内，实行总监负责制，赋予总监相应的人事、财务和分配权，放权内部运作，实行责权利相统一；台里对各频率的职责里，把握导向，统一政策，建立制度，加强宏观管理和监控。北京电台台长说得好：“管理”是20%的“管”，80%的“理”；台里的工作重点在调理，即使是“管”，也应重在制度管理，是法治而不是人治。实践证明，实行管理频率化，可以变一个积极性为多个积极性，能够灵活有效地应对市场、适应市场，从而实现社会效益和经济效益的最大化。沈阳电台应该学习和借鉴北京台的经验，结合自身实际，在管理频率化上迈出实质性的步伐，而且，迈步早受益就会早，迈步好受益也就好。当然，实行管理频率化，这对各个频率的总监的创新意识，以及运筹帷幄，协调管理才能，都将是一个考验。作为台领导班子，必须选好总监，并要做好服务、指导和宏观调控工作。

再其次，要“淘尽”作风的“泥沙”，确保广播安全运转。我们的广播，是党和国家的，是喉舌、是工具。作为广播人，



必须具有政治意识、大局意识和责任意识；要确保广播的安全运转。必须明确，无论我们的广播工作如何改革、创新、发展，坚持舆论导向、保证安全播出，这是必须首先做到的，这是在任何时候、任何情况下，都不能动摇、不可忽视、不得懈怠的。为此，必须加强作风建设。一要加强思想作风建设。要把安全播出意识落实到每一个人身上，力求每个人、每个环节的工作都不出问题。广播人要以高度的政治责任感来对待本职工作，既要兢兢业业、勤勤恳恳，又要认真负责，一丝不苟，确保安全播出意识到位，从严管理到位，技术服务到位，电讯保障到位，编采人员和主持人水平到位，节目质量到位，防止任何思想上麻痹和工作环节上的漏洞给推进广播发展带来危害。二要加强工作作风建设。广播人的工作作风必须是扎扎实实，求实、务实，求真、较真，那种忽忽悠悠、只说不干的作风，马马虎虎、粗粗拉拉的作风，那种拖泥带水、磨磨蹭蹭的作风，必将成为广播安全运转的隐患，是必须摒弃和杜绝的。为了保证广播人养成良好的思想作风和工作作风，确保广播安全运转，必须建立严格的规章制度。这个制度一要配套，不能有漏项，不能有真空地带；二要落实到人，不管哪个节目、哪个部门、哪个时段、什么责任，都要一清二楚，认真追究，决不含糊。广播的安全运转至关重要，或者说是责任重如泰山，如果在安全运转上出了问题，其他方面取得的成绩再大，也要大打折扣。所以，广播人必须从思想上时刻绷紧确保广播安全运转这根弦，并以一丝不苟的工作作风和扎实的工作将安全运转的各个环节一一落实到位。

此外，还要“淘尽”三产中的“泥沙”，努力发挥广播的资源优势，广播电台的三产主要的不应是搞房地产等项目，而是与广播资源相结合，积极开发广播的延伸产品，做到一业为主，多种经营；要“淘尽”资产中的“泥沙”，盘活存量资产，优化资产结构，使现存资产获得最大的效益，总之，我们要“淘尽”



一切不利于电台发展的“泥沙”，通过不辞辛苦的探索与努力，获得“真金”，从而把广播业做强、做大、做优。



关于广播发展的思考

苗 姜

一

发展是党执政兴国的第一要务，亦是当今时代的主流。紧紧把握住发展，就从根本上把握了人民的愿望，把握了“三个代表”重要思想的本质要求。广播作为党和人民的喉舌，应该站在时代的前沿去引导和拉动发展，置身于改革大潮中去推动和促进发展，这就要求广播自身首先要根据时代变化和实践发展不断改革、不断创新、不断发展。

二

广播发展的主题是什么？是让听众喜欢和满意。紧紧围绕这一主题作“文章”，就必须从贴近实际、贴近生活、贴近听众入手，真实反映改革开放和现代化建设的实践，深深扎根于听众之中，想听众之所想，办听众之所需，解听众之所忧；就要以听众喜欢不喜欢、满意不满意作为广播发展的出发点和落脚点，坚持全心全意为人民服务、为社会主义现代化建设服务，使广播真正成为国民精神的火炬、人民奋进的号角、听众喜欢的媒体。

三

广播发展要真正走频率专业化的道路。也就是说，专业化要真“专”，不能挂着专业台的牌子，做的都是综合台的节目。



要通过整合广播资源、调整节目布局、促进节目覆盖，最大限度地满足人民群众不同层次的需求。广播人要坚决摒弃那种“大而全”、“小而全”的办广播观念，各频率要按自己的目标听众，在市场上开掘自己适当的位置，锁定并不断扩大本频率的听众，以最大限度地实现有效播出。若各频率都去办“综合台”，其结果必然是脱离听众，虽然主观上对听众都想“照顾”，但客观上却谁也“照顾”不好。既然如此，又何必去办那种“大而全”、“小而全”的广播呢？

四

广播的发展离不开阵容的扩充。广播要善于巧借外力，多方融合，把事业做优、做大、做强，这样，才会有影响力、凝聚力、竞争力。应该看到，当今社会媒体已不是独立存在的了，广播的发展需要与其他媒体加强合作，实现双赢多赢。为此，广播要打破“守台”观念，要克服那种“小作坊”式的经营方式，要大胆融入各路媒体，包括与影视融合、与纸质媒体融合、与新媒体融合，要办看得见的广播，从而不断创新节目品种。过去广播只是报纸等印刷媒体的有声版，现在新闻节目、谈话节目、广播剧等样式已经在实践中发展为以服务周到为鲜明特色的新的节目样式。这表明，广播应该、也能够在与其他媒体的融合中创造出新的节目形态，形成发展的再生产力。

五

广播要提高在受众市场上的知名度，就要形成自己的风格和特色。实践证明，广播节目是否有特色，决定着对听众是否有吸引力，同时也决定着在受众市场上所占份额的大小。为此，应做到三点：一是要充分发挥自身的优势。广播要充分发挥自身移动、互动和低成本的独家优势，使广播真正成为移动人群的“贴身媒介”、“伴侣媒介”，更好地在新闻、娱乐、谈话、