

South China Television and Radio Research

嶺南視聽研究

广东省广播电视协会 编

广州出版社

4

[2009年]

South China Television and Radio Research

嶺南視聽研究

广东省广播电视协会 编

广州出版社

4
[2009年]

图书在版编目(CIP)数据

岭南视听研究(2009年)4/广东省广播电视
协会编. —广州:广州出版社, 2009. 10
ISBN 978-7-5462-0037-8

I. 岭… II. 广… III. ①广播工作-广东省-文集
②电视工作-广东省-文集 IV. G229.276.5-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第166800号

《岭南视听研究》编辑委员会

顾问: 蔡辉 陈克 刘炽
梁振快 孙孔华 冯锡增
阙子民

编辑委员会主任委员: 胡国华

编辑委员会副主任委员: 梁浩泉

编辑委员会委员: 胡国华 梁浩泉

刘红兵 白玲 张惠建
梁达初 张小棣 区念中
范旭 蔡铭泽 王茂亮
叶小帆 谭奋博 王琪琛

编审: 梁浩泉

主编: 谭奋博 王琪琛

责任编辑: 敖燕霖 曾晓怡

书名 岭南视听研究(2009年)4
出版发行 广州出版社
(地址:广州市天河区天润路87号9、10楼
邮政编码:510635)

责任编辑 冯少贞
责任校对 黄玉
装帧设计 刘伟建
印刷 广州市家联印刷有限公司
(地址:广州市天河区棠东工业区
邮政编码:510000)

规格 889mm × 1194mm 1/16
印张 20.5
字数 672千
版次 2009年10月第1版
印次 2009年10月第1次
书号 ISBN 978-7-5462-0037-8
定价 60.00元(全二册)

《岭南视听研究》编辑部

地址:广州市环市东路331号2612室
邮政编码:510066

电子邮箱: gdxh@rftgd.gov.cn(社科类)
lnstyj@rftgd.gov.cn(技术类)

封面题字: 赖少其

目 录

MULU

■新论

- 1 借鉴学习 抢抓机遇 促进广东广播影视
大繁荣大发展 / 曾培贤 曾庆琳 冯宇杰
- 9 科学认识制播分离, 深化广东广播电视改革
/ 李燕
- 13 以创新应对挑战
——谈谈传统电视媒体与新媒体的融合与发展
/ 钟玉冰

■2007—2008 年度广东省广播电影电视局 重点研究课题成果

- 17 港澳台媒体对珠三角的影响及对策
——兼论深圳广播电视立足深圳影响港澳
走向世界 / 王茂亮 陈君聪
- 26 关于全面构建广东省广播电视节目监听监看
平台的思考
/ 温炳章 张丽霞 曾庆琳 陈碧莹 池蕾
- 35 国内外广播运营模式的比较研究 / 孙宏利 赵珣
- 61 欧洲优秀电视节目模式研究(上)
/ 刘昶 黄慰汕 甘露 李娜 张玲娣

■纪录片研究

- 70 新思潮、新媒体、新技术语境下的纪录片
突围 / 冷淞
- 74 中国 DV 的多元发展态势 / 冷冶夫

■地方视听论坛

- 79 “草根”围城: 地方电视媒体该怎么办?
/ 谷刚先
- 83 城市电视台频道市场的缺失与对策 / 曾文英
- 86 城市电视深度报道把握受众的思路和实践
/ 汪永辉

88 浅谈地市级媒体如何参与重大题材的报道

/ 刘爽

■新闻改革研究

- 90 电视现场直播的困境及未来趋势 / 周根红
- 93 浅谈县级电视台的现场直播 / 许乃延 许伟文
- 95 浅谈新闻报道的预见性 / 朱浩权
- 99 预告性新闻——一把双刃剑 / 林伟新
- 101 电视民生新闻: 亟待“二次创业” / 李三强
- 105 以平民化视角做好民生新闻
——浅析南方电视台《今日一线》 / 吴洪波
- 108 新闻报道中“百姓视角”的运用 / 谢智毅

■视听专题节目研究

- 111 关于电视法制节目定位的思考 / 谢宁
- 114 评书说案类法制节目的现存问题及对策 / 郑文华

■视听栏目研究

- 118 探析电视栏目生存寿命的困惑与出路 / 徐文娟
- 125 传统音乐栏目如何保“鲜” / 唐琳

■电视剧研究

- 127 《闯关东》: 一部中国气派的民族史诗
——电视剧《闯关东》艺术探析 / 宁群贤
- 131 刻板与多元: 电视剧《奋斗》中 80 后
女性形象分析 / 刘琛 邹丽君

■播音与节目主持研究

- 135 浅谈情感节目中主持人的人文关怀体现 / 吴木青
- 137 浅谈情感类广播节目主持人素质 / 严敏娟
- 139 电台主持人热线节目的两个效益探析 / 池小球

■视听技术研究

141 数字电视 EPG 广告的实现方法 / 刘玮

145 奥运足球转播的音频制作 / 张勇华

150 河源广播电视中心 400m² 演播室声学设计
/ 罗超龙 张庆华

153 HARRIS Z10CD 调频发射机功率跌落故障

分析与检修 / 江文庭

157 浅析中波发射机倒换控制系统的控制原理

/ 董明才

借鉴学习 抢抓机遇 促进广东广播影视大繁荣大发展

曾培贤 曾庆琳 冯宇杰

胡锦涛同志在十七大报告中提出“掀起文化大繁荣大发展”号召并强调：“当今时代，文化越来越成为民族凝聚力和创造力的重要源泉，越来越成为综合国力竞争的重要因素”，“要激发全民族文化创造活力，提高国家文化软实力”。广播影视是国家文化软实力的重要载体和重要组成部分。利用广播影视传播社会主义主流价值、文化意识和伦理观念，对提升我国的世界影响力和国家文化软实力具有重要意义。

2009年8月，笔者参加了广东省第五期高级公务员培训班，赴美国哥伦比亚大学国际关系学院，接受了为期一个月的培训，收获很大。通过一系列培训学习和参观考察，深深地感到：以文化产业作为支柱产业的美国，不仅在国内提供普遍的公共文化服务，其产业化发展更是渗透全球。尤其是其最活跃的广播影视业，好莱坞电影、电视剧、动画及其衍生产品早已成为美国力量的重要象征，其全球化扩张的发展不仅带来巨大的经济效益，更彰显了强劲的美国软实力。本文的写就源自笔者试图通过借鉴学习美国广播影视发展经验，结合广东广播影视发展实际，研究探索广东广播影视大繁荣大发展

的思路和对策，为提升文化软实力作出应有贡献。

一、美国广播影视发展的有益经验

（一）美国广播影视业发展概况

美国是全球广播电视业最发达的国家，拥有广播电台 14000 多家，其中商业电台超过 85%；电视台 1800 多家，其中商业电视台超过 1300 家。目前约有 1.1 亿电视家庭，有线电视家庭用户 6500 多万户，其中数字电视用户接近 4000 万，有线数字化的比例超过 60%；除有线数字电视用户外，地面无线电视和卫星直播电视已全面实现数字化，分别拥有用户约 1000 万和 3500 万；全美现有各类型收音机近 6 亿台，平均每人拥有 2 台以上。

美国广播电视播出机构主要是六大商业播出机构：哥伦比亚广播公司（CBS）、美国广播公司（ABC）、国家广播公司（NBC）、福克斯广播公司（FOX）、联合派拉蒙广播公司（UPN）、时代华纳广播公司（WB）（UPN 和 WB 于 2006 年合并组成新的电视网“CW 电视台”）。该六大广播电视网在全国各地都设有属下的电台和电视台。六大广播电视网对下属的电台和电视台，都规定了各台每天必须

播出所隶属广播电视公司的节目和时间,播出节目大多是新闻、娱乐、影视剧等需要全国覆盖的节目,剩余时间允许各附属电台电视台播出自己本地的节目。六大商业广播电视网的资金来源主要是广告、收视费等商业收入。美国的有线电视网络由几千个有线电视系统和许多全国性的多系统运营商组成,随着跨媒体、跨行业以及数字化的发展趋势,美国的有线电视不断向互动、高清和综合业务发展,提供包括数字视频和音频、高清电视、互联网接入及电话等高级业务。如美国第一大有线电视运营商 Comcast 公司目前已成为全美第三大固定电话服务提供商,其固定电话用户数达到 650 万。美国的直播卫星电视市场近年来发展迅速,控制市场的两家巨头 DirectTV 直播卫星电视公司和 Dish 网络公司分别拥有 1800 万、1360 万用户,它们一直是有线电视的有力竞争者。据 2005 年的统计数据,美国的广播电视广告收入将近 500 亿美元,占各类媒体广告市场总收入的 30%;有线电视市场的营业收入达到 665 亿美元,直播卫星电视收入超过 200 亿美元。

此外,美国的电影是世界电影产业的核心力量。虽然其不是年产电影最多的国家(约占全球 5%~7%),但电影销售市场占了全球的 90% 左右,总放映时间占了全球的 50% 以上。好莱坞影片已经在全世界 160 多个国家和地区、以 50 多种语言放映,占欧洲电影总放映量的一半以上,加拿大有 96% 的影视产品来自美国。2008 年美国全球电影票房收入达到惊人的 281 亿美元,其中包括北美票房(美国和加拿大)98 亿美元,海外票房收入达到创纪录的 183 亿美元。更主要的是美国的电影产业已经发展成为具有完整价值链的整体性结构产业,据有关资料显示,美国电影的票房收入只占到电影产业收入的 27%,而 73% 的收入来自于版权交易和影视衍生产品的开发和销售。随着产业经济的全球化和媒体资源的不断整合,美国电影业也逐渐形成寡头垄断的竞争市场,迪士尼、华纳兄弟、派拉蒙、20 世纪福克斯、环球、索尼娱乐、米高梅、梦工厂等 8 家电影公司主导着好莱坞乃至全球电影的生产制作和发行销售。在长期的市场化运营当中,这些大型电影集团已经形成了完整的市场化投资模式、工业化生产模式、商品化发行模式和消费化放映模式的运作体系。

(二) 美国广播影视发展的有益经验

尽管中美两国的社会政治和经济文化等背景不同,从而形成广播影视发展战略和路径选择上的差异,但随着全球产业经济日趋融合的发展趋势,以

及广电行业自身的发展规律需求,我们仍然可以从美国广播影视发展中获得有益的经验 and 启发。

1. 较完善的法规监管体系。

美国政府对广播电视的监管和规制主要是通过国会立法及联邦通信委员会(FCC)来实现。国会通过颁布和修订各类专门法实现对广电媒体的法律规制。在法规监管方面,如 1927 年《无线电法》、1934 年《通信法》、1967 年《公共广播法》和 1996 年《联邦通信法》等;也有各类专门性规范和监管准则,如 1962 年《教育电视设备资助法》、1990 年《儿童电视法》和《反电视暴力法》、1992 年《有线电视消费者保护及竞争法》等。特别是 1996 年《联邦通信法》修订出台,标志着美国的媒体规制进入新的改革时期。FCC 是一个对国会负责、接受总统直接领导的独立规制机构,主要通过颁发许可证、制定政策标准法令和业务监督处罚等手段行使监管权。根据 1996 年的《联邦通信法》,从 1999 年开始至今,美国的媒体规制处于大的变动期,FCC 一再通过放松媒体所有权的决议,促使广电行业同业的大整合和跨媒体、跨行业的大兼并,媒体购并重组的结果是国际性的、垄断性的超级传媒集团迅速形成。在内容管理方面,美国实行以事后审查为主的内容规制制度,并建立了相配套的节目分级和节目等级标识制度,专门法中设立了一系列媒体应该遵守的内容准则,包括反暴力芯片制度、儿童节目广播义务和对低俗广播节目播出规制及禁止香烟广告播出等。同时,国会还授权 FCC 对违反者进行事后经济和法律的制裁,手段包括运用停止命令、吊销许可证和罚金等。各种规范和监管为广播影视媒体及其行业发挥出其应有的政治、文化和产业功能。

2. 商业和公共广播影视媒体并存体制。

美国实行以商业广播影视媒体为主导、公共广播影视媒体为补充的公商并存体制。商业广播影视媒体是美国广电媒体的主导力量,其运营模式是大公司—广播电视网—下属电台电视台。如哥伦比亚广播公司(CBS)、美国广播公司(ABC)、国家广播公司(NBC)、福克斯广播公司(FOX)、联合派拉蒙广播公司(UPN)、时代华纳广播公司(WB)(UPN 和 WB 于 2006 年合并组成新的电视网“CW 电视台”)等六大广播电视网都是这种运营模式。资金来源主要是广告、收视费等商业收入。此外,和商业广播影视媒体并存的是美国公共电视网(PBS)和公共广播网(NPR)。公共广播电视网也是由各地的公共成员—广播电视台联合组成,是满足公众利

益、提供社会公共广播电视服务的非盈利性广电机构,分别属于各州的不同教育机构或社区、政府等非商业组织。美国公共广播电视的收入主要是社会捐赠、联邦和州政府的拨款、机构(个人)捐献等,一般不接受商业广告。长期以来,联邦政府每年对公共广电媒体的财政支持都有数亿美元,约占公共广播电视总收入的10%~15%。公共广播电视提供本土化的新闻、科学、教育和儿童类节目。虽然在收视率上无法与商业广播电视相比,但作为市场体系补充、确保社会公共需求方面,发挥了普遍服务和普及教育的保障作用。

3. “制播分离”的高效运作体系。

竞争是市场经济得以有效运行的保证,通过优胜劣汰的竞争,可以激励企业降低成本、提高质量、改善管理、积极创新,从而达到整体效率的提高。美国的广播影视业正是在发达的产业体系和市场机制的支撑下得以高速发展。其广播电视节目的生产、制作、播出和销售处于高效运行的“制播分离”机制下,节目供应来源主要是广播电视网节目、辛迪加(即节目销售和发行公司)节目和地方制作节目。而“节目辛迪加”是美国广播影视业最体现“制播分离”优势的商业模式。通常而言,广播电视网自己主要制作新闻类节目,其他的娱乐、影视剧、音乐等类型的节目多由专业化的各种节目公司(辛迪加)制作,广播电视网从节目公司手中买来节目,在自己的台播出。这种“制播分离”的运营机制,使得各类节目制作公司可以在长年的节目制作中积累经验,降低节目成本、提高节目质量,实现规模化、集约化和专业化生产,适应内容产业市场的发展需求。而对广播电视网和电台电视台来说,可以更专心地研究自己面对的受众市场,精心、合理地设计播出计划和节目结构,开发市场,增加视听率,同时精心制作本台新闻。“制播分离”的运营模式,使得美国广播电视媒体内容产业发展相当迅速,规模不断壮大。美国已经成为世界上最大的电视节目、电影和音像产品出口国,其影视产品出口创汇已排在所有产品出口创汇的第二位,我们所熟知的好莱坞就是全球最大的影视产品制作基地。“迪士尼”、“时代华纳”、“好莱坞”等极具品牌竞争力的市场主体,更是推动美国广播影视实现其全球化的发展战略。

4. 多元化的投融资体系。

一是投资主体的多元化。美国政府除了直接对公益性的广播影视服务提供部分资助外,尤其注重通过法律法规和税收政策杠杆来鼓励各州、各企业

以及全社会对公益广播影视服务进行赞助和支持;在产业方面,各类金融大财团(大企业集团)纷纷投资商业广播影视业,使得广播影视业获得发展所需的大量资金。二是通过金融制度创新筹措资金。在创新的投资组合理论支持下,各类投资基金蜂拥而至,通过股权融资、优先贷款和发行债券等方式投资广播影视业。

5. 注重高新科技和创新

美国广播影视在科技方面所具有的领先优势是其他许多国家所不可及的,从音像复制技术到电脑特技,从互联网技术、数字技术到卫星技术,美国的广播影视无一不是捷足先登,抢占传媒科技的制高点。他们充分发挥了每一次技术发展给传媒领域带来的巨大发展机遇,拓展广播影视发展空间,不断增强生产制造能力,保证其在全球化竞争市场中的高效运转和高额利润。在注重使用高新技术外,美国广播影视产品还非常注重内容和形式的创新以及对其他国家民族文化的吸收和借鉴。全球化的视野眼光使得其产品能适应各种市场需求,同时,他们不断吸收全世界的民族文化资源,大胆追求创新,进行附加“美国价值”的改造,推销至全球的同时更是展示了强大的“美国文化软实力”。

6. 注重人才的引进和培养。

凭借综合国力优势,利用各种条件,从全世界引入优秀的高端科技人才和文化艺术精英,一直是美国文化产业领先全球的重要原因。好莱坞电影之所以成为全球的“赚钱机器”,很大程度上也是由于其网罗了大量世界上著名的演员和导演、最好的制作人、高端的技术人才和产业运营人才。美国非常注重文化管理人才的培养,文化管理在美国教育中已经成为一个专门学科,他们根据市场的发展需求变化,培育了一大批与文化领域结合的产业管理人才,为保证其产业在全球的竞争优势提供了重要支撑。

二、学习借鉴、认识自我

促进广东广播影视的大繁荣大发展

(一) 广东具有广播影视大繁荣大发展的优越条件

改革开放以来,广东广播影视取得了快速发展:传播能力显著增强,以数字化为核心的科技进步加快推进,体制机制改革创新不断深化,基础设施日益完善,公共服务能力不断提高,产业规模不断壮大,广播影视的发展基础进一步夯实。对全省经济社会发展和文化建设发挥着重要作用。

1. 传播能力显著增强。

截至 2008 年底, 广东全省共有广播电台 22 座、电视台 24 座、广播电视台 103 座, 公共广播频率 125 套, 公共电视频道 152 套。2008 年播出公共广播电视节目分别为 75.53 万小时、65.33 万小时, 分别比 2000 年增长 16.2%、16.6%。广东毗邻港澳, 是我国境内国际传播竞争最激烈的地区。为应对特殊的竞争环境, 广东广播电视不断推进传播能力建设, 涌现出一批深受群众欢迎的频率频道和栏目节目, 打破了境外电视 20 多年来长期垄断本地广播电视收视(听)市场的局面, 扭转了境内外广播电视的竞争格局。

2. 基础设施建设成效显著。

截至 2008 年底, 广东省建有中波发射台 21 座、调频发射台 98 座、电视发射台转播台 86 座, 发射总功率 2046 千瓦, 比 2000 年增长 18.13%。全省广播电视综合人口覆盖率分别为 97.14% 和 97.4%, 有线电视网络 183841.54 公里, 占全国的 5.75%, 有线电视用户 1493.82 万户, 占全国的 9.1%, 入户率 63.34%。有线电视数字化稳步推进, 全省数字电视用户 517.16 万户, 占全国的 11.4%。全省现有城市在册影院 129 家, 院线 8 条, 银幕 400 多块, 占全国的十分之一。

3. 产业实力大幅提升。

2008 年, 广东广播电视行业总资产 293.28 亿元(不包括电影), 占全国的 7.5%; 创收收入 118.98 亿元, 居全国首位, 占到 8.81%; 增加值 64.79 亿元, 占全国的 8.05%。其中, 广告收入 60.74 亿元、网络收入 38.75 亿元, 分别占全国的 8.66% 和 10.49%。全省电影票房 6.618 亿元, 居各省区市首位, 占全国的 15.2%, 院线实力居全国前列。现有影视节目生产制作机构 600 多家, 占全国总量的 20% 强, 其中民营影视节目制作机构 590 家, 总资产 22.35 亿元。内容产业不断发展, 2008 年全省生产制作广播电视节目分别为 49 万小时、12.5 万小时, 分别占全国的 7.54% 和 4.73%; 电影 5 部; 电视剧 53 部 1722 集, 占全国当年电视剧生产总量的 12%。动漫产业正从代加工向原创转型, 成为国家主要的动漫基地之一, 2008 年生产制作动漫动画 1624 部 11939 分钟, 占全国动漫制作总量的 9%, 居全国第三位。《喜洋洋与灰太郎》等一批原创作品已成为全国动漫品牌, 动漫产业链和衍生品开发模式基本形成。

4. 新媒体发展稳步推进。

广东积极推进视听新媒体建设, 已初步形成格

局。2008 年已完成广州、深圳移动多媒体广播电视(CMMB)的首期建设任务和 10 个地级市 CMMB 频率规划工作, 全省地市 2009 年都将开通手机电视。IPTV 业务发展迅速, 2008 年用户已超 12 万。深圳广电集团搭建了公交、地铁、楼宇户外和增值业务运营四大平台, 建成 6 个户外 LED 大屏, 终端数 1.3 万个, 成为深圳最大户外媒体传播网络。广东南方广电传媒集团引入民营资本、风险投资和外资, 开发新媒体资源, 已初步建立包括手机电视、网络电视、移动互联网以及以“三网合一”为基础的新媒体增值业务和新媒体内容加工制作实体, 2008 年完成营业收入超 1 亿元。

5. 体制改革和管理创新取得进展。

一是体制改革取得进展。2005 年, 广东在全省市县两级推进文化、广播电视、新闻出版三局合一改革, 成立综合执法机构; 2009 年完成了电影职能整体划入广电的改革任务, 形成了新的体制格局。成立南方广播影视传媒集团, 探索省、市、县广播电视三级贯通新模式; 整合全省电影制作、发行与放映资源, 成立珠影集团。

二是建立完善安全播出管理体系。在全国率先建立了省、市、县三级技防、人防、联防有机结合的安全播出工作保障体系, 积极利用高新技术, 推进全省有线电视前端卫星信号接收自动监控系统工程建设, 加强监测系统软件的开发, 建立和完善了应急预案机制, 为安全播出提供了有力保障。

三是加强内容监管。省广电局建立了监听监看中心, 采用先进监管技术和手段, 加强对全省各地广播电视节目以及互联网音视频节目的监听监看。同时, 省局还加强了对境外电视监管, 规范境外电视管理, 有效地维护了广电市场秩序。

(二) 广东广播影视大繁荣大发展面临的主要问题

近年来广东广播影视取得了显著成绩和巨大进步, 但也存在一些比较突出的矛盾和问题, 制约着广东广播影视大繁荣大发展和科学发展。

1. 区域广播影视发展失衡。

珠三角地区群众看电视已从模拟电视到数字电视、高清电视, 有线电视入户率和数字化率分别达到 90.72%、47.91%。而欠发达地区的东翼地区只有 45.25%、1.47%, 西翼是 29.23%、7.96%, 北部五市是 46.43%、3.9%。特别是一些边远山区群众连看电视听广播难的问题仍未解决。从资产和收入看, 珠三角地区九市资产占全省广电资产的 87.96%, 占全

省广电收入的 91.99%，占全省广电增加值的 82.44%。全省超过七成的影视企业集中在珠三角，影视及相关产业各门类均在向这一区域高度集中，而其他地区的产业发展基础极其薄弱。2008 年全省电影票房超过 6 亿元，90%都来自珠三角。

2. 有线电视网络小、散、乱。

全省有线电视网络呈现出“三强鼎立、群弱并存、各自为政”格局。2008 年全省尚有 100 多家网络运营实体，每个网络平均用户仅 10 多万户，集中程度远低于江苏、浙江、广西、陕西、贵州、湖南等大多数省、区、市。这种格局既导致产业分割，又影响安全播出，与数字化、信息化建设以及规模化经营和集约化发展的要求很不适应。

3. 财政投入和投融资环境有待改善。

2008 年全省广播电视财政补助仅 56486 万元，与河南、湖南接近，低于浙江、内蒙古、辽宁、吉林和新疆等省区，只有浙江的 85%、内蒙古的 73%。在农村电影公益放映财政投入方面，从 2000 年到 2008 年的 9 年间，省财政投入仅为 2175 万元，只有北京市 2008 年的 9.46%。其中 2008 年省级财政对农村电影公益放映的投入仅 435 万元，仅为湖南省的 15%，不及陕西省延安市财政对农村电影的投入。大多数市县财政对农村电影公益放映基本没有投入。其次是对广播影视产业发展和民营资本投资广播影视的引导及扶持力度不够，创新利用金融渠道融资的手段匮乏。

4. 广播影视产业自主创新能力不强。

省级广电创收能力较强，广告收入占全省广电广告收入的 1/3。从 2004 年到 2008 年，省级广电和副省级城市广电总收入增长 56.79%，地市级广电增长 72.83%，但县级只增长 5.12%。甚至县级广电收入在全省广电收入中的比重由 19.86% 下降到 13.93%，却承担着为占全省人口 47.73% 的县以下农村人口服务的任务。特别指出的是全省广告收入过度依赖电视剧和对香港频道的广告插播。在广东广电创收收入中有 51.05% 来自广告，与全国的比例相近。但是，广东广电广告收入中 60% 依赖于电视剧，而同为发达地区的上海这个比例仅为 50%，北京为 52%。这可看出，广东自办电视节目的吸引力和感染力不如其他两地。且广告收入中有相当部分来自香港落地频道的插播广告，大部分市县反映，其广告收入超过一半来自插播广告，粤西、北地区接近 2/3。

其次是广东影视制作机构数量多，但精品少。众多的影视制作机构基本上处于分散经营、各自为

政的状态，原创能力不强。广东是全国起步最早、实力最雄厚的影视动漫生产基地之一，但贴牌生产居多，原创和品牌较少，竞争力不强。

5. 创意及高端人才缺乏。

当前广东创意及高端人才相对缺乏，队伍结构也不尽合理。在全省广播影视从业人员中，研究生以上学历人数仅占 3.2%，而高中及以下学历人员（含中专）仍高达 18%，不适应知识密集型和智力密集型的广播影视业对人才的需求。在专业技术人员中，内容创意型人才仅占专业技术人员的 10.4%，难以适应内容产业繁荣发展的需求。同时，懂宣传、懂经营、懂管理的复合型人才普遍偏少。

（三）广东广播影视面临大繁荣大发展的良好机遇

广东广播影视业面临问题的同时，也面临前所未有的发展机遇。一是未来十年正是广东省率先实现全面建设小康社会目标和现代化的关键时期，中央对珠江三角洲地区作出“先行先试、科学发展”新的战略定位，国家对文化产业的振兴进行了重大部署，广东省正在实施经济结构转型、发展方式转变和创意产业发展战略，广东省委、省政府提出加快提升文化软实力、建设文化强省的战略思路，为广东广播影视大繁荣大发展提供了极为有利的经济社会与政策环境。二是广东省委省政府提出“提升文化软实力”和“数字珠三角”战略的实施给广东省率先实现广播影视数字化提供了历史性机遇。电信网、互联网和广播电视网“三网融合”的发展趋势将促进广电网络的全面数字化，加快由节目传输商向全媒体服务商和综合信息运营商的转变。三是珠三角的经济一体化和同城化以及泛珠三角区域经济的发展必将推动区域内广电资源的优化整合与集约化经营，催生区域性的广播影视产业实体，促使区域内文化市场的融合，为广东广电产业发展提供坚实的经济基础、丰富的市场资源和巨大的发展空间。四是以数字化为核心的广电科技进步已成为广播影视深刻变革与跨越式发展的重大契机，国际金融危机将对各国各地区未来文化产业发展产生深刻影响，作为文化产业的核心和中坚，广电产业发展正面临难得的历史机遇。五是创意产业已成为拉动广东经济增长的重要动力，广东广电肩负重要使命，也将获得更多政策支持。发达国家的发展经验证明，当人均 GDP 在 5000 美元至 10000 美元之间，拉动经济增长的主要动力在于科技创新、创意产业、高科技产业和服务产业。2008 年广东人均 GDP 突破

5000 美元,已经进入发展方式转变的新阶段,广电作为主要的创意产业,大有可为。

(四) 借鉴学习、抢抓机遇,促进广东省广播影视的大繁荣大发展

贯彻落实国家《珠江三角洲地区改革发展规划纲要》和《文化产业振兴规划》以及广东省委省政府《关于加快提升文化软实力的实施意见》,紧紧围绕广东省建设文化强省、加快提升文化软实力的发展战略,广东广播影视要抓住当前的重点和难点问题,学习借鉴先进经验,树立新思维,确定新战略,实施新计划,出台新政策,推动全省广播影视大繁荣大发展。

1. 再认识再提高,创新大繁荣大发展思路。

广播影视既有较强的意识形态和公益属性,又有明显的产业属性。广播影视是上层建筑的重要组成部分和政权建设的不可缺少的媒介资源,具有强烈的意识形态属性,是社会主义核心价值体系建设的中坚力量;同时作为现代公共文化服务的主要内容和主体平台,广播影视具有突出的公益属性,是人民群众文化权益的基本内容。因此,广播影视的意识形态和公共服务属性决定了它是公益性事业,其事业发展应以政府为主导,各级财政应把广播影视事业列入当地政治社会经济发展规划,确保财政投入到位。

与此同时,广播影视又具有明显的产业属性。广播影视产业涉及节目内容制造业、设备制造业、产品销售的现代服务业等众多领域,是高新技术、信息产业、文化产业、现代服务业的重要方面和主要形态。在美国,广播影视产业已经成为国民经济增长的重要力量。因此,要将广播影视可经营性部分纳入市场经济发展范畴,实行产业化发展、市场化经营,使其成为经济结构转型、发展方式转变的重要方式,进一步推进经营性广电事业部门转企改制,加快国有广电企业公司制、股份制改造,推进投资主体多元化、融资渠道社会化、投资方式多样化,实现跨媒体、跨区域、跨层级发展。因此,必须通过对广播影视意识形态和产业属性的再认识再提高,进一步创新广播影视发展思路,坚持一手抓公益性广电事业,一手抓经营性广电产业,促进广播影视事业和产业的科学协调发展,实现广播影视的大繁荣大发展。

2. 着力构建法规和监管两大体系,保障大繁荣大发展。

广播影视具有强烈的意识形态属性和公益属性,

决定了广播电视必须建设完善的法规和监管两大体系,以确保导向正确和安全播出。首先是要加快完善广播影视法规体系建设。制定立法规划,加快研究和制定公共服务建设、产业发展、视听新媒体发展、知识产权保护等方面的法规规章,依法管理广播影视。同时要加快行业自律和职业道德建设。建立健全行业自律机制。加强各类广电行业协会的建设和管理,组建省市两级视听新媒体协会,提高行业协会服务协调能力,积极发挥行业协会在规范广播影视市场、加强行业自律等方面的作用。建立健全执行有法规、行业有自律、职业有道德、安全有保障的令行禁止、政令畅通的法规保障体制。

此外,要加快构建监管的体系建设:一是加快构建全省有线数字电视监管体系。随着电视数字化进程加快,原监管模拟电视信号的监管体系已不适用,需要更新改造省级技术监测体系,尽快建立市级技术监测体系,以加强有线数字电视的监管。二是加快构建广播电视宣传报道舆情分析体系。三是加快构建广播电视安全播出应急指挥体系,建立省市县三级贯通的安全播出应急指挥体系。四是加快完善全省节目监听监看体系。在完善提高省广播影视节目监听监看中心基础上,加快建立市级监听监看体系。五是加快构建互联网视听节目监管体系建设。通过构建五大监管体系建设,充分保障各广播影视播出机构的宣传渠道,培育一批品牌新闻节目和精品栏目,打造区域性国际传播平台,不断拓展广东广播电视在全省和港澳地区乃至全国、国际的市场份额,提高弘扬时代精神和广东人文精神、树立广东现代文明新形象、塑造社会主义主流价值观念的舆论引导能力,增强舆论的凝聚力和向心力。

3. 深化体制改革,为大繁荣大发展提供强大动力。

深化改革是进一步解放和发展广播影视生产力、掀起广播影视大繁荣大发展的强大动力。只有进一步深化广播影视体制机制改革,逐步构建广播影视公共服务体系、市场运营体系、政府监管体系、中介社会服务体系,才能形成具有广东特色的广播影视新体制。为此,一是加快推进“制播分离”改革。美国的成功经验可以借鉴,如美国“节目辛迪加”是最能体现广播影视业“制播分离”优势的商业模式,“好莱坞”、“迪士尼”、“时代华纳”是全球最大的影视产品制作基地。广播电视台制作新闻类节目,其他的娱乐、影视剧、音乐等类型的节目从播出机构分离出来,由社会化、多元化、专业化的节目公司制作,广播电视台从节目公司手中购买节

目,在自己的广播电视台播出。这种“制播分离”的运营机制,使得各类节目制作公司可以在长年的节目制作中积累经验,降低节目成本,提高节目质量,实现规模化、集约化和专业化生产,适应内容产业市场的发展需求。而对广播电视台来说,可以更专心地研究自己面对的受众市场,精心、合理地设计播出计划和节目结构,开发市场,增加视听率,同时精心制作本台新闻。所以要加快“制播分离”改革,逐步将文艺、音乐、交通、体育、娱乐、财经、影视剧等节目制作与播出机构分离,组建节目制作企业,实行公司化经营、市场化运作。使广播电视媒体内容产业迅速发展,规模不断壮大。二是深化广电事业单位内部改革。贯彻“增加投入、转换机制、增强活力、改善服务”的方针,推进公益性广电事业单位内部劳动人事、收入分配和社会保障制度改革,引进竞争和激励机制,进一步激发内在活力。三是加快推进经营性广电事业单位转企改制。当前在巩固珠影集团改革成果的基础上,重点抓好广东电视台影视制作中心等经营性事业单位转企改制改革,建立现代企业制度和法人治理结构,培植合格市场主体,做大做强。四是继续深化和完善市县广播影视体制改革,坚持权责一致,理顺管理关系。

4. 推进公共服务体系建设,落实大繁荣大发展。

推进广播影视区域协调发展是贯彻落实科学发展观的重要内容。广东省广播影视虽然取得了显著成绩和巨大进步,但是区域协调发展不平衡仍较突出。发达地区可以看数字电视、高清电视,而部分山区农村特别是欠发达地区群众看电视听广播难问题仍未解决,这种区域发展的严重失衡不但使人民群众的文化权益得不到保障,也与广东经济社会发展和建设文化强省不相适应。因此必须推进广播影视事业的区域协调发展,贯彻落实科学发展观,彻底解决山区农村特别是欠发达地区群众看电视听广播难问题,维护人民群众文化权益,让人民群众共享广电改革成果,建设以公共财政为支撑,网络健全、技术先进、运行有效、惠及全民的广播影视事业公共服务体系。一是继续实施有线电视向农村延伸工程。凡是人口相对集中,已通电50户以上和有光纤能伸到的地方,都要争取把有线电视光纤延伸到那里,真正让人民群众稳定地看上电视听到广播。二是继续推进农村广播电视“村村通”工程建设。国家和省对农村广播电视村村通工程相当重视,2008年广东完成了中央台广播电视村村通工程,使

大部分山区群众解决了看电视听广播难问题。但是广东省级广播电视节目尚未在全省实现无线覆盖。所以应加快实施省级广播电视节目“村村通”工程,以解决有线电视延伸不到的农村群众看电视听广播问题。该项工程省财政2009年预拨部分资金,启动了部分省级广播电视节目无线覆盖工程。三是大力实施农村电影公益放映工程。国家和省为解决农村群众看电影问题,实施农村电影公益放映工程并取得一定成效,但农村电影公益放映经费不足,难以保障实现全省农村“一村一月放映一场电影”的要求。所以各级要加大对公共服务项目的扶持力度,以保证农村电影公益放映工程顺利实施。四是进一步加快珠三角广播影视的产业化和数字化、网络化、融合化进程,发挥珠三角对东西北三个地区的辐射带动作用。以现代广播影视基础设施建设和公共服务建设为重点,通过政策扶持、转移支付和区域合作以及对口支援等方式,加快东西两翼、北部五市广电发展,实现全省区域协调发展。

5. 发展广播影视产业,增强大繁荣大发展后劲。

大力发展广播影视产业是增强综合实力、竞争力,建设广播影视强省的重要举措。必须坚持一手抓公益性广电事业,一手抓经营性广电产业,力争到2012年前把广东的广播影视内容产业、网络产业、广告产业及新媒体产业、衍生品产业、相关设备制造业等综合实力和创新能力进入全国前列,进一步提高广电产业产值占文化产业和全省GDP中的比重。一是积极推进“制播分离”,组建节目制作公司。各电台电视台除新闻时政类节目外,其余节目如影视剧、动漫、体育、娱乐、纪录片和视听新媒体等视听节目的原创、制作、生产和销售全部由电台电视台分离组建或由多元化的视听节目制作公司完成。各节目制作公司要建立现代企业制度,建立法人治理结构,培育节目制作公司龙头企业和骨干企业,做强做大,将广东省建设成为我国视听新媒体节目原创、制作、销售、汇集、聚合的重要基地和业务模式研发中心。二是大力推进有线网络整合和数字化整转工程。广东有线电视网络有了很快发展,全省有线电视用户达1500万,其中数字电视达500多万户。但广东有线电视网络呈现“小、散、乱,三强鼎立,群弱并存,各自为政”格局。2008年全省尚有100多家网络运营实体,每个网络平均用户仅10多万户左右,既不利于全省有线电视网络安全播出,又严重制约广东省有线电视网络竞争力,障碍有线电视网络发展。所以要加快推进全省有线

电视网络的整合和数字化改造。以有线电视网络整合和数字家庭计划为契机,以资产入股为纽带,以利益格局的合理再分配为核心,以市场运作为主导,以政府推动为动力,着重解决资产入股、利益分配、人员分流安置等重点问题,尽快整合全省“一张网”,提升全省有线电视网综合实力和竞争力。同时,大力推进有线电视数字化整转工程,通过数字化拓展广播电视数据点播、宽带数据业务、信息服务、个性化服务、网络资源服务等有线网络增值业务,把广播电视网络建成多功能全业务数字网,推动广播电视传输机构向广播电视服务商和综合信息提供商转变,实现网络产业的战略升级。三是实施电影电视剧振兴工程。广东实施电影电视剧振兴工程得天独厚。全省不但有珠江电影集团,还有600多家影视剧制作企业,是全国最多影视剧制作企业省份。实施电影电视剧振兴工程,首先要以珠江电影集团为龙头,发挥全省影视剧制作企业的原创制作积极性和创造性。其次是积极加大财政扶持和改善影视剧制作企业的投资环境,从而使企业多出影视精品,把广东建设成为中国电影重要制作基地与区域市场中心。第三是加快推进中小城市数字影院和城镇数字影厅建设,大力培育和扶持省级和全国性影剧院院线公司,丰富和满足人民群众精神生活。四是实施视听新媒体发展工程。抓住数字化、融合化机遇,推动视听新媒体的跨越式发展,努力成为视听新媒体建设的先行区和示范区。重点建设广东网络电台和网络电视台,加快手机电视的发展,引导IPTV良性发展和有序竞争,积极发展车载移动电视及楼宇电视等新媒体。五是实施广播影视设备制造业为“三网融合”和数字化服务工程。广播影视设备制造业是广播影视产业的重要组成部分。必须依靠科技进步,积极开展产业结构调整、扩大规模,做强做大广东广播影视设备制造业。必须实施广播影视制造业为“三网融合”和数字化服务工程,大力推动以数字电视网为基础的下一代网络相关设备的研发与市场推广,逐步把广东建成全球重要的广播影视相关设备研发中心、制造中心和营销中心。

6. 拓宽融资渠道,支持大繁荣大发展。

积极推进广播影视业投资主体的多元化、融资渠道社会化、投资方式多样化,是支持大繁荣大发展的重要举措。一是加快国有广播影视企业的公司制、股份制改造,发挥国有资本在广电市场中的主导作用,形成以公有制为主导、多种所有制共同发展的广播影视产业格局。其次是加大引导扶持民营

广电企业力度,调动和保护民营企业投资广播影视产业的积极性。三是各级财政要增加扶持广播影视产业发展专项资金的规模,通过贷款贴息、项目补贴、资本金注入等方式促进产业发展。四是加快培育现代广播影视产业市场体系,充分发挥市场机制的作用,进一步打破行业、条块、地区和城乡分割的格局,鼓励跨媒体、跨区域、跨层级进行广电产业运营主体兼并重组,鼓励有条件的广播影视企业上市融资。

7. 推动广播影视“走出去”、提升大繁荣大发展软实力。

积极推动广播影视“走出去”工程,是提升大繁荣大发展软实力、开创“走出去”新局面的关键措施。所以要拓宽广播影视“走出去”渠道,加强广东广播影视节目和影视剧出口以及广播电视频率频道境外落地,鼓励支持有条件的广播电视企业到境外与当地广电机构合办频率频道和节目。加强与港澳广播影视机构的合作,建立广东与港澳海外市场拓展协作机制。加强跨国传媒网络建设,采取卫星直播、境外网络电台等手段,扩大对欧美主流社会宣传。

8. 实施人才引进和培养工程,智力支持大繁荣大发展。

广东创意及高端人才相对缺乏,队伍结构也不尽合理,已制约广播影视发展。实施人才引进和培养工程,一是全面提升广播影视人才队伍整体素质,重点加强行业领军人才、广电专业技术拔尖人才、复合型经营管理人才队伍建设。培养一批高素质的名编辑、记者、播音员与主持人、导演、制片人,以及懂宣传、懂科技、会经营的经营管理和新媒体经营复合型人才。二是加强国际广播影视人才的合作与交流,培养和引进一批文化素质高、精通外语、具有国际视野和对外传播业务能力的外宣人才。三是建立广电行业人才信息库和人才引进目录,选择具备条件的省内外高校共建广东省广播影视人才培养基地。四是筹建广东广播影视职业技术学院,加强人才工作基础设施建设。广播影视事业和产业发展需要大量人才支持,以争取财政资金支持一点、利用社会多元化资金筹一点以及自有资金出一点等“几个一点”的办法,筹建广东广播影视职业技术学院,为广东和南方乃至全国培养广播影视高素质人才,为大繁荣大发展提供智力支持。

(作者单位:广东省广播电影电视局)



科学认识“制播分离”， 深化广东广播电视改革

李燕

2009年8月，国家广电总局向各地广电局下发了《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》，明确提出鼓励大众娱乐类和社会服务类节目进行“制播分离”的改革。这也标志着“制播分离”摆脱旷日持久的理论探讨与论争，正式进入试点推行，继而全面铺开的阶段。适逢广东从文化大省向文化强省转变，广

东广播电视如何从根本上实现文化生产力的大解放，促进文化大繁荣大发展？本文试从本次“制播分离”改革的背景与目的、内涵与范围、实施主体与相互关系，以及改革中的主导权与控制力等几个方面着手，探索“制播分离”对于广东广播电视改革的重要作用。

一、广东广播电视行业“制播分离”改革的现状与不足

20世纪90年代以来,“制播分离”就进入了中国广播电视界关注的视野。“制播分离”之于中国广播电视,从其政治属性而言,是敏感的,因为它将变革中国传统的广电体制,这必然涉及新闻舆论的正确导向作用;而从其产业属性来说,这种分离所引入的竞争所带来的效率提高、成本降低以及节目质量水平的提高,好处不言而喻。这种敏感与模糊,导致不同历史阶段,中国广播电视行政主管部门在政策提法、实践操作方面存在着不同程度的反复。

在以往的“制播分离”改革中,广东广播电视行业均有不同程度上的实践,在取得一定成绩的同时,也存在许多不足。这主要体现在:真正实现“制播分离”改革的单位并不多;一些实施“制播分离”的项目也不彻底;产权归属、人员安置等许多固有矛盾被激化,严重阻挠“制播分离”的实施等等。因此,要想以“制播分离”为推手,真正实现广东广播电视行业发展,必须对“制播分离”的相关概念范畴有一个清晰的认识,从而理顺关系,解决改革发展中存在的问题和矛盾,促使“制播分离”真正成为广东广电事业改革的助推器。

二、关于广东广播电视行业“制播分离”改革的背景和目的

Web3.0时代以降,数字化技术日新月异,传统媒体面临全新机遇与挑战,中国传媒更是面临着后WTO时代全球传媒竞争加剧、西方国家输出文化影响力加剧的态势。如何解放和发展文化生产力,如何增强中国文化的传播力与影响力,如何满足人民群众日益增长和多元的文化需求,这些构成了中国传媒前进路上不得不解决的问题,也顺理成章地成为广东广播电视行业发展壮大所必须攻克的难题。

在《中共广东省委办公厅广东省人民政府办公厅关于加快提升文化软实力的实施意见》中,广东省委、省政府明确了广东将在未来5到10年,实现从文化大省向文化强省的飞跃。在历史发展的转折点上,广东广播电视行业如何促进广东广电工作再上台阶,如何促进广东文化建设与经济、政治、社会建设协调发展,如何树立广东文化强省的形象,如何更好地为广东进一步科学发展继续“探路”,都是值得认真思考的课题。

“传播力决定影响力”。^[1]广东广播电视行业必

须打破不利于事业发展的条条框框,必须采取“制播分离”改革在内的一切手段,必须“坚持以发展为主题,以改革为动力,以体制机制创新为重点,深化文化体制改革,一手抓公益性文化事业,一手抓经营性文化产业,不断增强我国文化的实力和竞争力”,^[2]从而在根本上保障人民的基本文化权益,提高国家软实力。

三、关于“制播分离”改革的内涵和范围

从世界范围内“制播分离”的实施来看,其内涵的原意是指电视播出机构将部分节目委托给独立制片人或独立制片公司来制作,其着眼点在于调整节目制作与节目播出的关系,属于操作层面。但鉴于“制播分离”的概念事实上处于一个动态开放、不断充实的过程之中,中国广播电视政策决策层当下在谈及“制播分离”概念时,已经是将其与电台、电视台事业产业分类运行管理的组织机构改革,与用人机制和分配制度等改革联系在一起,即通过“制播分离”,逐步推进经营性事业单位转制为企业,带动电台电视台机制创新。^[3]

关于“制播分离”改革的范围,《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》规定得相当明确,即在新闻类、时政访谈类、监督调查类节目之外,具体包括影视剧、影视动画、体育、科技、娱乐等不具有政治性、新闻敏感性的大众娱乐类和社会服务类节目。这与中共中央、国务院在2005年《关于深化文化体制改革的若干意见》中,明确将广播电视按其性质,区分为公益性事业和经营性产业的精神是一脉相承的。

因此,广东广播电视行业必须正确把握“制播分离”改革的范围,一包括文艺、体育等经营性娱乐类节目,二包括大众教育、科普等公众利益最大的公益性节目。这意味着本次“制播分离”改革,不包括新闻类、时政访谈类、监督调查类等节目。对于这种区分需要一种清晰的把握。如广东电视台卫星频道在2009年9月的全新改版中,首先统一思想,做大《广东卫视新闻》等新闻报道和评论节目,做好时政访谈、监督调查类公益性和舆论导向性节目;其次,积极改革,在电视剧制作领域,放活电视剧制作机制,运用以投代购、自主投资等多种方式制作独播剧,并在文娱综艺品牌的打造方面,优化现有综艺节目的制作流程,引进和模仿国内外优秀综艺节目制作形式,与社会制作公司合作,整合全国性优秀综艺资源。这种明确的思路使分属“制

播分离”改革范围内的节目制作部门,分别按照事业单位、产业组织的特点进行分类管理。

四、关于“制播分离”的主体及其关系

“制播分离”在“制作”与“播出”的关系上,重在対传统的“制播合一”体制的突破,即强调二者的对立与分离;“制播分离”的真正实现必然要求“制播交换”,即“制作”与“播出”二者的交互与流通。作为实现信息有效传播的两个承接环节,“制作和播出是电视节目生产流程的不同过程。将制作和播出进行分离,不是简单地把他们割裂,二是希望通过这种形式,能够实现资源的有效配置,形成制作和播出的良性互动。”^[4]毕竟,“制播分离”是信息传递活动的起点而非终点,“制播分离”的目的就在于更好地建立一种公平有序、高效节约的“制播交换”平台与机制,从而更好地服务于广播电视的观众和听众,即信息传播的受众。

所以,就“制播分离”的主体来说,传统上的广东广播电视行业只有一个主体,即制作者与播出者于一身。那么在“制播分离”改革后,广东的广播电视行业将有三个主体:一是播出者,指的是掌握播出权的电台电视台;二是制作者,指的是节目制作公司;三是中间机构。这三者的关系具体来说:

首先,播出者。从信息传播的角度来看,播出者作为信息传播主体,仅仅是信息传播活动的一个环节;从信息产品价值的实现看,播出只是渠道,而节目的制作才是根本,因为信息产品质量的优劣才是传媒竞争、信息产品实现价值的核心竞争力。电台电视台作为广播电视节目的播出机构,在我国属于国家所有,在制播关系三主体中,对节目栏目、节目播出、社会影响起着把关人和承担者的作用。而在当前中国广播电视的实践中,由于历史原因,电台电视台在事实上把持着广播电视节目最终能否播出的决定权。

因此,广东广播电视行业必须将广播电视媒体中的广告、印刷、复制、发行、传输网络部分及影视剧等节目制作与销售部门,分期分批完成转制为企业,从而明确电台电视台在非新闻政治类节目中,主要是作为节目播出部门而存在的作用和地位。在此问题上,广东的报业集团无疑是走在了全国的前列。譬如广州日报报业集团就将其名下的广告、印刷、发行等非核心业务注入上市公司“粤传媒”,在传播者自身改革方面走出了坚实的一步。

其次,制作者。随着“制播分离”的推进,除

影视剧外,电视台从市场购买节目的比例将增加,一方面,这将意味着电视台外的节目制作公司将通过“制播分离”改革占有节目制作的份额;另一方面,也意味着电视台本身在这类份额之外还要继续提供节目。那这一部分节目将由谁提供?由电视台的节目部自己负责制作?这无疑是不符合“制播分离”改革精神的。因此,这也必将造成广播电视节目的制作者,将包括非国有资本控制的节目制作公司、电台电视台的节目制作业务通过转企改制组建面向市场的节目制作经营公司、电台电视台控股的节目公司等节目制作主体这样一种多元并存的态势。

在广东,一方面,非国有资本控制的节目制作公司发展迅速,成绩斐然。在2003年1月10日,作为国内第一个影视节目制作行业协会——“广东省影视节目制作机构行业协会”宣告成立。截至2006年底,广东全省正式注册成立的民营影视节目制作经营机构468个,约占全国总量的四分之一,注册资金超过18亿元。在2005—2006年度,全省民营影视机构制作生产电视剧45部1345集,占全省电视剧生产总量的63.4%。^[5]

另一方面,由于《关于做好广播电视制播分离改革的意见》提出,要根据“先台内后社会”的原则,要求电台电视台优先发展和壮大台属或台控股公司。后两类节目制作公司,鉴于与电台电视台千丝万缕的联系,事实上极容易误解“先台内后社会”的内涵,在“制播分离”的实践中企图以非市场化的途径,占领节目制作市场,这将最终导致“制播分离”改革不彻底,从而与“制播分离”改革的预期目标相左。这是在节目制作者领域,广东广播电视行业“制播分离”改革可能遭遇的问题。

诚然,“先台内后社会”,或许有一个对刚成立的国有资产占主导的节目制作公司“先扶上马送一程”的考虑,但是真正盘活中国广电系统几千亿的资产,必须走现代化企业的道路。按照1997年英国BBC改革的经验,^[6]可以通过将电台电视台原有节目制作中心进行分离,成立专门的制作公司,进行现代企业管理,成为独立核算单位,成为完全的市场主体。在这个过程中,电台电视台的机构和人员编制将得到精简,并形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。

最后,中间机构。传统的制播合一所带来的自产自销、效率低下、产品数量供不应求、产品质量不高,体现的是落后的文化产品生产关系与生产力之间的不适应。这正是“制播分离”所反对的。那么,

“制播分离”后的播出者、制作者，如何才能实现节目等生产要素之间的流通？流通市场上的中间机构是关键。

在播出者与制作者之间，居于节目流通环节中心地位的就是中间机构。在“制播分离”开展最早也最为彻底和成熟的美国电视节目流通市场上，起枢纽和核心作用的是电视节目辛迪加。它是电视台外节目制作企业的联合组织，是企业之间资源共享的合作组织，也是节目储存、流通的商业运作中心和媒介。正是电视节目辛迪加，或通过现金交易，或通过广播时间的交换，或是现金交易+广告时间交换，从而实现广播电视节目播出者与制作者之间在信息产品和诸生产要素之间的良性循环。

在我国，《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》明确规定到2010年时，必须完成文化领域各种行业组织的建设和改造，行业组织与政府部门分开，从而成为在制播交换中名副其实的中间组织和中立机构。该中立机构可以由播出者、制作者组成，通过认真履行监督服务、市场协调、行业自律、维权等职能，就广播电视节目的质量进行评比、审定，就电视节目是否播出、播出频道、播出事件等问题，在电台电视台和节目制作公司之间起到桥梁、中介组织的作用。

五、“制播分离”改革的主导权与控制力

首先，掌握控股权和人事任免权。这主要是针对从电台电视台的节目制作业务部分，通过转企改制组建面向市场的节目制作公司，以及电台电视台控股的节目制作公司。这一部分节目制作公司，事实上是国有资产的重要组成部分，尤其是在资本运作步伐加快、公司上市有法可依的情况下，必须牢牢掌握国有资本的控股权和高层管理人员的人事任免权，从而杜绝国有资产的流失，进而实现国有资产增值保值。

其次，强化行政监督和社会监督机制。这主要体现在对节目内容的管理上。鉴于受众重要性的凸显，包括对少儿节目、独立制作节目、广告播出、涉及性与暴力的数量和时间，一方面还是要发挥行

政主管部门的行政监督和管理职能，另一方面搭建受众反馈的平台和机制，以社会舆论的监督实现对节目内容的良性制约。

最后，明确法律监督机制。上述所提，均应以法律法规的形式予以规定和确认。如在日本，关于外资在日本广播电视媒体中的股权比例、高层人事任免，均由《电波法》、《放送法》和《广播电视法》明确规定。在我国，鉴于新闻实践活动日趋活跃并呈复杂化的情况，制定一部完整的、有一定稳定性的《新闻法》和其他相关法律的重要性和紧迫性就日益凸显出来，这是“制播分离”改革这样一个系统工程所不能或缺的。

“制播分离”改革不仅可以转变广播电视管理机制，加快产业化进程，更能调整广东文化生产力与生产关系，促进文化软实力的提高，对广东建设“文化强省”具有不可低估的作用。加强对“制播分离”的理论认识，客观分析广东广电改革现存的问题，并以科学的方法解决问题，不仅可以盘活广东广播电视领域的国有资产，促使文化产业的发展，而且对满足人民群众日益增长的文化需求，抗击境外文化产品和思潮的冲击都具有十分重要和深远的影响。

注释：

[1]王太华. 星光灿烂花满园——中国广播影视在改革进程中发展繁荣[J]. 求是，2009（1）.

[2]国家“十一五”时期文化发展规划纲要.

[3]分见王太华2006年1月、2008年1月在全国广播影视局长会议上的讲话.

[4]纪朝阳. 电视制播分离如何推进[J]. 声屏世界，2007（8）.

[5]谭天，谭奋博，杨加发. 广东民营影视产业发展路径初探[J]. 岭南视听研究，2007（3）.

[6]李良荣等. 当代西方新闻媒体[M]. 上海：复旦大学出版社，2006：179.

（作者单位：广东电视台）

