

欧阳宏生 朱 天 主编

区域传播论

西部电视专题研究

Quyu chuanbolun xibu dianshi zhuan ti yanjiu



四川大学出版社

西部新闻媒体面临角色升级

——在西部大开发中看西部新闻媒体的发展

.....	张玉川 (62)
论西部大开发的舆论导向.....	朱常青 (70)

第二编 区域传播与西部电视

西部电视研究应上升到“区域传播学”的高度

.....	蔡尚伟 何 晶 (75)
-------	--------------

共栖环境的生态重构

——解读西部区域文化与电视产业.....	王炎龙 (82)
地域特色与西部电视发展.....	胡 泊 (88)
关于东西部电视传播不平衡问题的思考.....	李 立 (95)
西部电视出击东部频道	
——对西部电视发展战略的新思考	李洪涛 (100)
略论区域文化对区域传播的作用	李 静 (107)
理解西部电视的区域特性	何铁巍 谢 晖 (116)

第三编 西部频道研究

西部频道要打造“六大亮点”	赵化勇 (125)
---------------------	-----------

让世界了解西部 让西部走向世界

——中央电视台副台长王庚年就开办西部频道答记者问

.....	穆 木 李 雁 (135)
西部频道重点论	童 宁 (139)
西部频道的人类学意义	张 明 (144)
论建设“西部频道”的重要意义	殷冠华 尚 伟 (151)
解读西部频道	周占武 (155)

把节目做得更好看

——评中央电视台《正大综艺》中国西部系列节目

..... 姜 焱 (394)

关于电视传播的文化思考

——评中央电视台《正大综艺》西部系列节目

..... 王海洲 (401)

思想性·时代感·娱乐功能

——评中央电视台《正大综艺》西部系列节目

..... 贺红英 (411)

地杰人灵的西部纪录片 解 敏 玉 兰 (418)

王海兵的创作与“西部电视片” 李习文 (426)

西部大开发中农村栏目的关注点 曹 钢 (433)

发挥旅游资源优势 打造西部电视精品 张彦庆 (438)

西部电视应重视农村题材的开掘 曾娅妮 (441)

《直播重庆》的创新思维..... 赖永晴 (448)

解读《发现贵州》 刁泽新 (451)

《发现贵州》的本土化与品牌战略..... 何光渝 (458)

后记..... (465)

第五编 西部电视产业发展探索

西部电视事业发展的三大课题 ——资源、人才、机制

刘建明

一、深入生活，发掘电视节目资源

西部各省区是电视节目资源十分丰富的区域，民族风情和文化底蕴得天独厚，我们应该相信，西部电视定有大放光彩的一天。

1. 开拓电视新闻的报道领域

西部大开发要从传统的“发挥优势”转变到“克服劣势”上来，集中财力、物力，改变生态脆弱、基础设施差、人口聚集程度低和体制转变滞后等不利因素。实施全新的经济战略，将出现一系列新矛盾，产生一些新思想，进行一些新探索，需要报道的东西接踵而至，形成一系列取之不尽的新闻资源，将为电视新闻和电视评论的报道领域提供探索的空间。

2. 走进电视艺术的宝库

我国 55 个少数民族，其中 51 个居住在西部地区。这些民族

大都有自己的生活习惯、民间艺术尤其是风格独特的民歌，也有优秀的民族文学及其经典作品。每个民族在各个历史时期都经受了各自不同的苦难和欢乐。历史文化与民族文化交相辉映，为电视生活片、电视音乐片、电视剧的创作提供了丰富的素材和主题，成为西部电视艺术发展充沛的养料。

西部各省是中国历史遗迹最丰富的地区，保留了数不尽的古代遗迹和文物。今天，这里的风景名胜、宗教圣地、奇特建筑、古老壁画、珍贵工艺品，或巍峨雄壮，或富丽华美，都是电视专题片的绝好题材。

二、打破常规，培养专业的电视人才

西部大开发关键是人才开发，人才开发的核心是智力开发。西部电视人才开发不能简单地走引进的路子，而应采取“就地取材，选能培养，重视素质，强化专业”的思路。

发展西部电视事业，应当吸取东部发展电视事业过程中忽视培养人才的教训。电视编播人才需要丰富的知识，包括了政治、经济、社会、心理学、文学、法学、美学和语言素养等，特别是需要进行严格的语言训练。新闻学、表演学、电视学作为专业知识是必需的。

西部各省有奇特的风土人情和文化内涵，只有从小研习，才能领略当地的乡土文化和城镇风采。所以，从东部引进西部电视发展所需的报道和编导人才未必是恰当的选择，这和引进工程技术、金融证券、经济管理人才是不同的。这些领域的关键人才可以从外部引进，但电视人才如果简单地从外部引进，带来的绝不是成熟的艺术风格和报道风格，而如同把玉米嫁接到梨树上，会因为文化错位而产生人才夭折或退化现象。只有在西部各省长大的人，才能更理解西部的社会问题和历史文化。因此，西部的电视人才要“就地取材”。

三、把电视艺术片推向市场，建立电视产业的管理机制

发展电视事业，提高电视节目质量，需要建立科学的管理机制。

电视台是新闻传媒，发挥社会的耳目和“喉舌”作用，引导公众真实地了解社会，正确地认识社会。新闻报道和各种新闻电视片的生产是电视台的主业，集中精力、财力和物力搞好对新闻报道队伍的管理，有助于完成电视台的重要使命。当然，电视台播出的内容，在时间分配上占主要比重的是各类文艺节目。电视台播出的文艺节目应当用广告收入向电视艺术公司去购买。这样，面对各电视艺术公司提供的文艺节目，电视台有了选择的自由，文艺节目质量也就有了保证，同时还能够节约大量资金。

目前，我国电视艺术制作机构存在两种并存的体制：一种是独立的制作公司，另一种是归属电视台的制作机构，后一种是最普遍的、大量的。西部电视事业的发展应当建立制播分离的管理机制，成立电视艺术公司。这类公司的起动资金可由国家投入或自筹解决，做到自负盈亏，风险自担，把电视文艺片的制作推向市场。在西部各省，如果这样的电视艺术公司同时成立若干家，在相同的市场条件下展开竞争，电视片的销路决定了电视艺术公司的命运，制片人、导演都不再是“铁饭碗”，其制作出的片子能否有电视台购买，对他们的生存是个严峻的挑战。这一机制的确立，迫使电视艺术工作者不得不提高自身的素质，增强电视片的竞争力，从而促进高质量的电视片的涌现。可以设想，这种机制一旦完善，西部地区的电视文艺作品将出现空前繁荣的局面。

（作者单位：清华大学人文社会科学学院）

西部广播电视产业发展对策

周鸿铎

随着我国西部大开发战略的实施，与此相适应，西部广播电视产业的春天也将到来。

一、正确认识我国西部广播电视产业现状

我国西部广播电视产业同全国广播电视产业一样，真正的大发展是在 1983 年第十一次全国广播电视工作会议以后。但是由于西部地区经济和文化不发达，特别是商品经济不发达以及管理体制方面的原因，西部地区的广播电视产业与我国东部地区的广播电视产业相比还是迟缓的，甚至是落后的。在实施西部大开发战略过程中，要促进西部广播电视产业的发展，其当务之急就是要认真研究西部广播电视产业发展较慢的原因，进而有针对性地采取措施，以适应现代社会经济发展的要求。

有一种观点认为，西部广播电视产业发展较慢的主要原因是国家投资少。因此，它主张用增大财政投资的办法来发展西部广播电视产业。新中国成立以来，我国政府十分重视对西部的开发并进行了大量投资，但是，效果并不明显。原因是什么呢？从现象上分析，广播电视产业经营者只会使用国家有限的投资而不会使这些投资增值。国家的财政投资总是有一定量的，而投资量的增大要靠西部广播电视产业的内部机制的作用。通过其内部机制的作用，实现资金量的增值并使其产生无限量的效果，进而扩大

西部广播电视产业的规模，把西部广播电视产业做大做强。

有一种观点认为，西部的自然条件不如我国东部地区，经济比较落后。因此，主张先发展经济，然后再考虑广播电视产业的发展。这种观点有三个问题没有弄清楚：其一，不明白广播电视产业部门是知识经济时代的重要产业部门，是社会经济的一个重要部门；其二，不明白广播电视产业对经济发展所起的作用；其三，不明白现代社会人们所需信息量中有相当一部分信息是通过广播电视媒体获取的，经济发达程度对广播电视产业的发展是有影响的。反过来说，广播电视产业的发展对社会经济的发展也起着重要的导向性作用，同时它又以社会财富创造者的身份参与社会经济活动。这就是说，经济发展和广播电视产业的发展及其作用是不能分离且必须紧密地结合在一起。

另外有一些人还存在着等、靠、要的思想。这一思想在我国西部的一些地区还严重地存在着。

通过对上述两种观点和等、靠、要思想的分析可以看出，西部电视人保守的思想观念是造成我国西部广播电视产业发展比较慢的一个重要原因。现在我国实行的是社会主义市场经济，我们的思想观念必须适应市场经济的要求，绝不能用计划经济的思想观念来指导我们的行为，那样不仅对社会经济发展不利，而且也会有碍自身作用的发挥。

在广播电视行业内部，思想观念陈旧集中表现在对广播电视性质的认识上。他们不承认广播电视的经济属性和产业功能，只把它当作一种宣传工具，是党和政府的“喉舌”，不去经营，当然也就没有经济效益。由于经济效益较差，也就没有经济力量去支持宣传，社会效益也不可能理想。这种非良性循环是造成西部广播电视产业不能快速发展的一个重要原因。

经济状况对广播电视产业的发展是有影响的。西部地区经济不发达，这是西部广播电视产业面临的一个现实问题。在确定广

播电视产业发展目标时一定要从这个实际出发。根据信息社会发展规律的要求,当社会经济还处在物质经济向信息经济过渡的时期,一方面是不不断加大信息产业发展的力度,另一方面是不增大传统产业的信息含量,并使二者科学地结合起来。在这个时期,一定要注意解决以下五个问题:(1)充分发挥信息产业在社会经济活动中的作用,(2)正确认识信息产业为社会创造的价值及其实用性,(3)正确处理物质经济与信息经济的关系,(4)科学地把握物质经济在社会生活中的地位及其效益实现的途径,(5)信息技术如何通过物质经济发挥作用。

二、准确把握我国西部广播电视产业发展机遇

人们常说,机不可失,时不再来。要发展我国西部广播电视产业,就一定要抓住现在极为有利的时机。那么,当前西部广播电视产业发展有哪些机遇呢?

第一,我国西部大开发战略的全面实施给西部广播电视产业发展带来的机遇。西部大开发战略包括经济、文化等各个领域,这就是说,应结合本地区的实际,尽快制定出具体的实施方案,各行业也应有自己的发展规划和策略。西部广播电视产业经营者要根据西部大开发战略的总体要求,制定出符合本地区特点的广播电视产业发展战略和策略。比如,由四川省委宣传部、四川省经贸委主办,四川电视台承办的“四川百家知名品牌推介会”,利用四川这块拥有众多优势企业和发展潜力的资源宝库来吸引全国电视媒体,为四川电视营销搭建了一个大平台。这样不仅使四川电视产业走向了市场,而且为四川电视产业走向全国市场做好了准备。再比如,重庆电视台积极进行传媒资本运作,不仅用较少的资本控制大于自身资本的其他社会资本,而且有效地宣传了自己,把重庆电视台推向了全国,推向了世界。重庆电视台还用联合办节目的方式把自己推向市场。重庆电视台用了不到4年的时

间,把一个地市级台改造成了一个省级大台,不仅获得了理想的经济效益,而且社会效益也相当好。由重庆电视台创立的电视成本核算办法不仅在台内全面推开,而且已在许多台得到了推广。这些事例说明,只要认真学习领会西部大开发战略的意义,真正学好、学通、用好、用活党和国家的各项政策,抓住西部大开发战略给西部广播电视产业发展带来的机遇,就可以取得良好的社会效益和经济效益。

第二,我国加入 WTO 后给西部广播电视产业发展带来的机遇。我国加入 WTO,意味着经济建设将采取更加开放的政策,意味着国内市场同国际市场接轨,意味着知识经济将会以更快的速度发展,意味着国际融资渠道的拓宽……在这种大背景下,我国的广播电视产业怎么办?我国西部广播电视产业怎么办?

由于诸多因素的变化,特别是在管理体制上的变化,广播电视产业经营者将会产生强烈的危机感,进而激发经营者的经营意识,不断深化广播电视产业内部的改革,重新整合现有的资源,为广播电视产业的大发展做好准备。

第三,广播电视产业化。广播电视的集团化已在全国形成了共识,已开始组建了区域性的广播电视集团,为西部广播电视产业的发展提供了理论依据和实践经验。这样,西部广播电视产业化经营和集团化虽然比东部地区晚,但是起点高,为西部广播电视产业的发展节省了时间。不过,这种转化是通过人来实现的,它永远不会自行转化。加强对广播电视产业经营者的培养和选拔,对于西部广播电视产业的发展具有重要意义。

三、科学确定我国西部广播电视产业发展对策

根据我国西部广播电视产业的现状和当前的发展机遇,其发展对策应该是:

1. 树立科学的经营理念

第一，树立社会主义市场经济意识。市场经济意识的树立不是空的，它具有实实在在的内容。其主要内容是：在决策上，要注意充分发挥市场机制的作用，少些行政手段，多些经济手段；在行为上，要能够按照价值规律办事，始终保持行为的社会效益和经济效益的最佳结合；在思想认识上，要真正弄明白市场经济的基本理论以及它对社会生活所起的作用；在策略上或操作技巧上，要真正做到公平合理；在管理上，要根据市场经济是法制经济的基本要求，变“人治”为“法治”。

第二，确立广播电视产业的“双重效益”观。在广播电视产业的经营过程中，我们一直强调其社会效益和经济效益的结合并把社会效益放在首位。目前的现状是：一种倾向是借口抓社会效益冲击经济效益，把二者人为地对立起来；另一种倾向是讲经济效益大于社会效益，仅把社会效益当作一种口号、招牌。在过去很长一段时期内，第一种倾向占据主导地位，根本不讲经济效益；后来由于利益的驱动，第二种倾向又占据主导地位，即公开讲社会效益，实际着力抓的是经济效益。广播电视产业经营活动的社会效益和经济效益本来是一致的，是相辅相成的，根本不存在重视社会效益就必然影响经济效益，也不存在提高经济效益就一定影响社会效益。理论和实践都证明，在现代社会，广播电视产业同其他媒体一样，它既具有经济性又具有政治性，还具有产业功能和“喉舌”功能。

第三，树立区域性经营的新理念。这里所讲的区域性经营理念主要是指西部广播电视产业经营要有我国西部的特色。现在我国的电台、电视台的节目多是反映宏观方面的问题，很少有地区的特色。所以，我们应该利用西部大开发所提供的机会，把西部广播电视产业引导到规范化经营的轨道上来。

2. 建立具有西部特色的广播电视管理体制

建立具有西部特色的广播电视产业经营管理体制，应注意这样几个问题：

第一，关于正确认识西部大开发战略。西部大开发战略既不同于新中国成立初期的支边，也不同于 20 世纪 60 年代至 70 年代的“三线建设”。它完全是建立在市场经济基础上的一种新型的战略。以前我国对西部地区的财政投资是建立在计划经济基础上的，是不计回报率的一种指令性的投资。现在在西部大开发战略实施过程中的投资可区分为三种类型，即国家财政投资，国内大型企业或其他实体的投资，国外的投资。不管是哪种类型的投资，都是有回报率要求的，不是无偿的。这种投资环境和投资者目的的改变要求人们思想观念也必须改变，否则，是不可能吸引到投资的。

第二，关于西部广播电视产业发展模式。对其产业发展的模式，大致有两种看法：一种看法是，产业化和集团化是广播电视产业发展的一种必然趋势，运用行政手段将省、市自治区的广播电台、电视台、电影公司合并组建广播影视集团，取消有线电视台和教育电视台，县级电台电视台与广播电视局合并，执行转播任务；另一种看法是我国已实行市场经济市场机制，并已发挥着越来越大的作用，可以根据优胜劣汰的原则，通过竞争、兼并、收购、重组、联合等形式，建立以资金为联结纽带的广播电视集团，更充分地开发和利用广播电视资源。从模式的角度分析，第二种看法是符合社会主义市场经济要求的，能够调动各级广播电视产业部门的积极性，能真正地把广播电视产业做强做大，不断提高西部广播电视产业在国内外媒介市场上的竞争实力。

第三，关于广播电视产业的内部管理。现在广播电视的产业功能已充分地表现出来，因此，在其内部管理上必须按照产业化的要求，确立节目制作播出以及节目销售的管理制度。当前亟待

解决的是节目成本及其管理问题。

第四，关于广播电视产业内部的分配制度。这一问题包括两层含义，即内部生产消费分配和内部生活消费分配。生活消费分配是为了满足广播电视产业的发展和扩大其规模而实行的分配；生活消费分配是根据贡献多少而实行的分配，生产消费分配和生活消费分配是相辅相成，不可偏废的。

第五，关于建立健全广播电视产业内部的激励机制。任何一种社会形态内的财富都是由劳动者创造的，因此，调动劳动者的积极性是创造财富和实现财富积累的根本所在。激励机制不是单一的，它是一个体系。因此，建立健全广播电视产业内部的激励机制应从宏观、中观、微观的角度去把握它，不能只考虑其中的某一个方面而忽视了其他方面。

3. 实施更加开放的政策

人们总是把开放理解为对国外开放。对于西部广播电视产业来说，对外开放不仅是对国外开放，而且包括对国内其他地区的开放。利用国内其他地区以及国外的资金来开发本地区的广播电视资源，实现广播电视产业部门的经营目标。

4. 强化人才培养

当前西部广播电视产业部门亟须的真正适应产业发展要求的人才特别是经营管理人才相当缺乏。所谓经营管理人才包括两个层次：一是指决策者，二是指实施决策者。现在广播电视产业界有一种误区，即只要经营管理者懂管理就行了，编辑记者以及其他工作人员没有必要懂管理。而现在提出要强化人才培养的重点就是强化在职人员的经营管理意识。

5. 推行广播电视资本运营策略

市场机制作用的结果，意味着资本的作用将越来越重要。随着信息社会的到来，整体的资本运营比其他任何时候都重要，它可以在较短的时间内增加资本量，为广播电视产业的发展做好资

金方面的准备。

广播电视产业资本运营是一个新问题，推行其资本运营需要做好理论上、思想上和策略上的准备。根据我国西部广播电视产业的状况，其资本运营应采取重组策略和联合策略等。

（作者单位：北京广播学院）