

编者按

一元复始,万象更新。带着春天的气息,《西部电视论坛》栏目与读者见面了!

《西部电视论坛》是中国广播电视学会西部广播电视研究中心与中央电视台研究处联合推出的以西部电视为研究对象,以推动西部电视事业发展为宗旨的理论栏目。

栏目将抓住目前中国西部电视事业发展中迫切需要解决的问题,如西部广播电视集团化发展及产业经营、无线电视台与有线电视台合并的现状与发展对策、加入WTO以后西部电视事业面临的机遇与挑战、西部电视与网络传播的关系、西部电视文化传播、“西部片”的发展方向、如何提升中央电视台西部频道与西部地区各省市卫星频道的文化品位和西部特色等一系列课题,展开深入探讨。欢迎广大理论工作者、电视同仁踊跃来稿,本栏目将择优选用。来稿还可参加“西部广播电视学术论文集”评选活动(由中央电视台、西部广播电视研究中心与中央电视台研究处联合承办)的评奖。

稿件请寄:北京海淀区西三环北路26号中央电视台《电视研究》编辑部 邮编:100859
电话:010-68533543 传真:010-68533541 E-mail: dshy@hotmail.com

稿件请寄:北京海淀区西三环北路26号中央电视台《电视研究》编辑部 邮编:100859

电话:010-68533543 传真:010-68533541 E-mail: dshy@hotmail.com

稿件请寄:北京海淀区西三环北路26号中央电视台《电视研究》编辑部 邮编:100859

电话:010-68533543 传真:010-68533541 E-mail: SCURTI2000@YAHOO.com.cn SCURTI@sina.com, caishangw@sina.com

论“西部频道”的建设与发展

◎ 中国广播电视学会西部广播电视研究中心 蔡尚伟 张春华

随着“西部大开发”战略的逐步实施,如何利用电视手段更好地宣传西部、宣传西部开发已成为越来越多的业内人士关注的问题。在这样的历史背景下,中央电视台作为国家电视台,积极酝酿开办一个专门的“西部频道”,着力宣传介绍中国西部与西部大开发进程中的经验与成就,具有十分重要的战略意义;同时,西部频道在与西部各电视台的良好互动中,也能起到促进西部电视业跨越式发展的作用。那么,“西部频道”到底应如何定

位?内容有何特色?题材如何开掘?频道如何组织?“西部频道”与西部各卫星频道应是什么关系?……这些问题就值得我们在西部频道的建设与发展中深入探讨了。

一、西部频道的定位:服务于“西部大开发”的综合频道

“西部频道”不同于一般的专业频道,它应是服务于西部大开发总体战略的综合频道。频道专业化是电视市场细分时代的电视营销理念和潮流,

专业频道一般具有内容定位专一,服务对象明确,整体风格统一等特点。依据这一原则,中央电视台先后成立了经济、电影、英语、科教等多个专业频道,基本上涵盖了不同年龄、不同行业、不同文化层次的受众,满足了他们的多种要求。西部频道是为了更好地满足受众对“西部信息”的需求而开设的频道。由于西部电视业的相对落后,西部对外传播的力度相对不足,西部在外界眼中还有不少盲区,外界对西部也有不少误读。西部开发政策启

动后,人们对西部的信息需求量日趋增大。“西部频道”即为配合西部大开发而设,在某种意义上说它是一种“大区域频道”,它应当将一切与西部和西部开发相关的影像汇聚于屏幕之上,因此必然不同于一般的专业频道和对象性频道。其内容应当具有综合性,包括政治、经济、文化、社会生活等,要说专一则是专一于“西部大开发”这一核心。其服务对象具有广泛性,当然每一栏目应当有较为明确的分众;其整体风格应体现出浓郁的西部特色、西部气派以及西部大开发进程中所充溢的澎湃激情。

“西部频道”按字面解释可以有两重涵义。第一,从传播内容角度,将“西部”理解为地域上的西部,聚焦中国西部,向东部、中部,向海外宣传西部开发政策,树立良好的西部形象,吸引人们关注西部,参与西部大开发的事业。第二,从传播的接受角度,将“西部”理解为西部受众,引导他们去观察、去思考,从而更好地认识自己、认识外界,动员组织他们投身于西部开发的热潮中。由于西部大开发本身的双重要求——一方面是引来东部及国外投资者的投资,另一方面是西部人自身的思想解放,开拓进取,“西部频道”也相应地应当兼备上述两方面的涵义。在让世界了解西部,西进“淘金”的同时,也引导西部人关注东部、关注世界,出去“取经”——双向互动,实现真正的大开放与大开发——这是时代赋予“西部频道”的历史使命。

二、“国家之声”与“西部之声”辩证互动

人类传播具有联系、监视、控制、教育、娱乐等功能。作为现代大众传媒,电视亦不例外。西部地区的“区情”和国家政策也要求“西部频道”配合大开发,充分发挥电视传播优势,有效宣传西部,教育西部群众,监督政策实施,促进多方沟通,做到“国家之声”与“西部之声”的辩证互动。

第一,“西部频道”应宣传西部的独特魅力。中国西部是什么模样?在外

人眼中,西部似乎除了神秘,便是愚昧、落后与黄沙漫漫、唐蕃古道、丝路花雨……外界眼中的西部,不少是“历史的西部”、“想象的西部”、“符号化的西部”,而“现实的西部”、“多样化的西部”可谓“养在深闺人未识”,迫切需要有为之掀起盖头,呈现亮丽丰姿。改变人们旧有的偏见,国家电视台责无旁贷,应当站在全局的立场上大张旗鼓地宣传西部历史与现状、西部人民的智慧与勤劳。当然,西部各省市区也应当勇敢地抬头面对现实,面对世界,借助央视这一权威媒体来自我宣传,实现自己的区位优势与比较优势(人文资源、生态资源、物质资源、市场潜力、优惠政策)。央视应当走进(西部)去,当他们的喉舌,帮他们说话,请(西部)进来,给他们平台,让他们自己说话。“引荐”与“自荐”相结合,利用“西部频道”进行高密度宣传,西部才可能凸显其特有的魅力。

第二,“西部频道”应引导西部人民转变观念。有识之士认为,西部落后的关键在于思想封闭、观念落后、体制陈旧,以致其丰富的资源无法转化为巨大的生产力。然而,不少西部人甚至领导干部仍未意识到这一点。“西部频道”应当以宏观的视野,通过鲜活的事例(比如,“东部人看西部”,某落后地区转变为先进的历程等等),在西部与东部的对比、理论与实践的结合中,让西部人认识到贫困的症结所在。西部开发并非权宜之计,“西部频道”应以群众喜闻乐见的形式将保护生态平衡、合理利用资源、优化投资环境的观念与法律意识、科技意识等深深植根于群众的头脑中。

第三,监督西部开发政策的实施。西部开发是一项长远浩大的工程,在此过程中如果缺少强有力的舆论监督,不可避免地要出现这样那样的问题,如权大于法,有法不依,官僚政治经济、违背市场规律、思想保守,体制僵化等等。西部媒体由于受制于当地政策体制,或者本身看问题高度不够,往往难以充分履行监督政府及其工作人员的职责,“西部频道”则完全可以

站在中央的立场对西部各级政府进行监督。西部群众和有识之士,也可以借助“西部频道”这一喉舌对政府传达自己的声音,督促政府部门提高工作效率,保证西部大开发政策的顺利实施,促进西部地区的跨越式发展。

第四,为中央、东部和西部提供一个交流的平台。西部大开发是一项系统工程,既需要国家的宏观调控,又需要东西部之间的交流与互动。除了“西部频道”,东部和西部任何一家电视台都不可能长期地提供一个专门的平台,让西部整体亮相,表达“西部之声”,并让东部提出自己的要求与建议,让中央相关政策得到有效传达。中央电视台具有任何一家省市电视台都不可比拟的“站得高,看得远,联得广”的独特优势,中央、东部、西部将借助“西部频道”形成一个没有约定时间和固定地点的“西部论坛”,生疏、困惑与冲突,都将在这里得到化解。国家的宏观指导,西部的比较优势,东部及海外的先进经验,将在这里融会,构建成一个稳固的“品”字结构,支撑起西部频道。

三、多维度、多层次西部电视报道体系的龙头

“西部频道”服务于西部大开发的宗旨决定了其受众具有广泛性——包括国家领导人,国内外投资者、旅游者、相关学者,西部地区干部群众及一切关注西部、关注西部开发的人士。这就难免有抢西部各省市区卫星频道及省市电视台的饭碗之嫌,但只要处理得当,二者之间不仅不会发生冲突,而且能互相配合,相得益彰,形成一个以中央电视台“西部频道”为龙头,以地方台为龙身的多维度、多层次,既有中央权威,又有地方特色的西部开发电视传播体系。

首先,在对外(指西部以外)宣传方面,“西部频道”区别于西部各省卫星频道。各卫星频道均是站在本地的立场上进行宣传,这当然有情况帮实之利,但难免有王婆卖瓜之局限。另外,由于技术设备、制作水平等方面的

原因,各卫视台难以将亟待开发的“电视资源”大规模地充分地转化为电视精品。央视凭借其权威性及其一流的人才、设备,正好可以弥补这一下不足,同时由于其有站得更高、看得更远的优势,应当将西部各省市,东部与西部乃至国外类似的开发经验汇于一堂,在联系与对比中突出西部各省市区的比较优势。还有一点是毋庸置疑的,若有央视其他频道如国际频道的配合,其覆盖面将远远大于一般卫视频道,加之其国家电视台的地位,在走向世界方面的能力是西部各地电视台无法企及的,这有利于加大西部开发宣传的力度和广度。

其次,在对内(西部地区)宣传方面,西部频道区别于各省市电视台。二者的受众都是西部干部群众,指导他们解放思想,改革体制,认识自身优势,借鉴先进经验,加快西部大开发步伐。西部各省市电视台由于所处地域的局限,很可能因为“身在北山中”,在及时准确认识自身状态方面存在一定困难,央视则能以其纵贯古今、横贯东西的独特视角,挖掘其深层次的矛盾及得天独厚的竞争优势,作出具有科学性、前瞻性和针对性的报道。另外,二者还是存在一个分工问题“西部频道”宜注重宏观把握,西部省市台则应着重微观深入,加强服务性与实用性,体现区域特征及独有的接近性。

再次,西部频道与西部各省市电视台还可联手打造西部电视广告市场,把西部广告市场做得更大。有人担心,西部频道的问世,会直接影响西部各省市电视台的广告收益。其实,西部频道与西部地区的省市台应是兄弟台的合作关系,他们不仅在节目上合作,也应在广告及其他经营上进行全方位合作。只要操作得当,它不仅不会抢占西部的广告份额,还会把东部乃至国外的广告资源引入西部,对开拓西部电视广告市场有利无弊。

四、新题材的拓展与老题材的新开掘

随着西部大开发的深入,一段下

同寻常的历史将在这里演绎。一方面,新入新事新风貌将在这里诞生。另一方面,一些老的题材也会有新的变化,新的阐发。对电视人而言,这里充满着机遇和挑战。在改革开放的浪潮中,中国电视界涌现出了京派、海派、粤派等具有浓郁区域文化风味的优秀电视作品,它们以改革开放的火热生活为背景,渗透着浓厚的时代气息与强烈的历史感,引领着当代中国文化的现代化转型。在西部开发的进程中,一定会出现更多可歌可泣的故事,这里有许许多多值得挖掘的全新题材,西部电视和西部频道只要抓住机遇,抓住震撼人心的西部魂,定能创作出一系列优秀的“西部片”,掀起一股更加强劲的“西部风”,为电视屏幕添一股雄浑、厚重之气。

经过多年的探索,西部电视创作群体已成功开掘出一部分具有宣传价值的题材,如人文资源、民风民俗等等,并且一部分作品特别是西部电视纪录片已在国际上产生了一定的影响,如四川电视人王海兵的“三家”(《藏北人家》、《深山船家》、《回家》)、青海电视人刘郎《西藏的诱惑》等。这些好的资源,虽然在下同的时期以下同的方式被开掘过,但西部的电视资源本身就是生生不息的活的资源,从新的角度切入,以新的形式表现,总是能够创作出富有时代气息的优秀电视作品的。生活在变,一切都在变,当代电视人有责任有义务记录下这一历史的进程,他们完全应当也能够拍出西部大开发中的“藏北人家”、“深山船家”,以历史的眼光来记录“老、少、边、穷”的深刻变迁。另外,换个角度关注西部的人文历史资源也是一种有效的创新的手法。例如,《武汉晚报》女记者范春歌带着“人类文明史上第一次大规模的航海为什么没有带来地理上的发现”、“为什么郑和7次下西洋后中国又采取了闭关锁国政策”的问题重走郑和路,写出了富有启发性的作品。历史上也曾经有过几次“西部大开发”,为什么没有带来西部的复兴?围绕这一问题,就有很多可以挖掘的东西。运

用理性,展开逆向思维、侧向思维,“点子”是无穷的,老题材的新开掘也是无穷的。

五、汇天下之精华,扬独家之优势

“西部频道”的建设是一项长期而又艰巨的工程,必须得到西部各省市电视台、央视各兄弟频道,相关经济学家、社会学家、民族学家、历史学家等方面的支持,同时也离不开相关广播电视研究人员提供理论支持。

真正了解西部,并能充分认识体验西部历史、现状及西部人精神与观念的,恐怕还是西部自己。外来节目开发者由于对西部人文精神、创造精神、奉献精神理解不深,很可能导致传播内容的倾斜,使西部地区的真实状况下易被东部和国外了解。因此“西部频道”迫切需要西部电视台、电视人的支持,甚至可以为之留出一定的播出空间,让他们自己阐释西部独特的文明与文化。

西部聚居着51个民族,他们有着各自下同的宗教形态。“西部频道”下不可避免地要接触到民族与宗教等敏感问题,他们的采访、制作都需要得到民族学家、宗教学家的指导、分析,以促进民族团结,最大可能地发挥良好的社会效益。对于经济、科教、农村方面的报道,“西部频道”应得到专业素养更强的“经济频道”、“农村频道”和“科教频道”各种形式的支持,在走向世界方面,需要央视国际频道的支持,力避重复建设,提高节目质量,在理论方面,则需要得到有关高校广播电视研究所、中国广播电视学会有关研究机构的支持。

总之,“西部频道”应当熔铸西部电视资源及中央电视台的人才资源、技术资源,“汇天下之精华,扬独家之优势”,当好西部大开发宣传运动的生力军,有力地促进西部大开发的全面推进。

□本文编辑:刘自武