



中国广播电视协会学术研究系列丛书

传媒的生命与生存

——第十届全国广播电视学术论文评选佳作集

MEDIA'S LIFE AND SURVIVAL

——WINNERS OF THE 10TH NATIONAL RADIO AND TELEVISION ACADEMIC THESIS CONTEST



中国广播电视协会 编



中国广播电视协会学术研究系列丛书

传媒的生命与生存

——第十届全国广播电视学术论文评选佳作集

中国广播电视协会 编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

传媒的生命与生存:第十届全国广播电视学术论文评选佳作集/中国广播电视协会编. —北京:中国广播电视出版社,2008.12

ISBN 978-7-5043-4536-3

I. 传… II. 中… III. ①广播工作-文集②电视工作-文集 IV. G220-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第178492号

传媒的生命与生存——第十届全国广播电视学术论文评选佳作集
中国广播电视协会 编

责任编辑	聂珊珊 王 萱
封面设计	马 申

出版发行	中国广播电视出版社
电 话	010—86093580 010—86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号
邮 编	100045
网 址	www.crtip.com.cn
电子信箱	crtip8@sina.com

经 销	全国各地新华书店
印 刷	保定地质勘察院美术胶印厂

开 本	880 毫米×1230 毫米 1/32
字 数	360 (千)字
印 张	15.5
版 次	2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷
印 数	1000 册

书 号	ISBN 978-7-5043-4536-3
定 价	29.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

《传媒的生命与生存》编委会

主 任：李 丹

副主任：刘习良 张振华 安景林 张 聪

主 编：张君昌

副主编：单亦砺 张务纯

前 言

本书收录的是第十届全国广播电视学术论文评选获得一、二等奖的作品。与论文评选的类别划分相对应,分为“节目研究篇”、“媒体经营篇”、“决策管理篇”三个部分。之所以定名为《传媒的生命与生存》,那是因为,凡是从事媒体的人都开始认识到的一个朴素的道理:内容为王,经营为要,管理为先。对于广播电视媒体而言,如果处理好节目、经营、管理三方面的问题,就能生存立足,就会兴旺发达。恰好,第十届全国广播电视学术论文评选的获奖论文,从各个角度诠释了上述三方面的问题。

第十届全国广播电视学术论文评选工作,经过报送、复评、终评三个阶段,历时6个月,于8月13日在北戴河降下帷幕。国家广电总局发展研究中心推荐的《视听新媒体与广电节目形态的变化》等10篇论文获得节目研究类一等奖,广东广播电视协会推荐的《多媒体传播格局下内容产品价值评估指标体系图谱简析》等5篇论文获得媒体经营类一等奖,国际广播电台学会推荐的《积极推进媒体外交 拓展国际传播途径》等8篇论文获得决策管理类一等奖。

本届论文评选第一次改革了沿用十几年的项目分类,采用“节目研究”、“媒体经营”、“决策管理”三大类别,既突显广播

电视学术论文的学科特点，又更加贴近当前广播电视学术理论研究的实际。评选结果表明，一批站在广播电视学科前沿，富有时代特色，理论与实际结合紧密的论文脱颖而出。

获奖论文选题恰当，紧扣当前我国广播电视改革发展的迫切问题，深入实际，有理有据，论述严谨，质量高于往届。许多论文得出的结论、建议，可以直接用来指导一线实践。比如，一批研究新媒体变化、节目创新创优规律、突发事件与应对机制的论文，从实践中来到实践中去，应用性强，颇具现实指导价值；一批研究拓宽国际传播途径、品牌经营发展战略、县乡广播电视体制改革、节目评估与受众行为分析的论文，调研扎实，数据可靠，观念超前，具有理论前沿价值。即便是在二、三等奖作品中，也有一批论述信息生命周期管理、区域媒体视角与思维、广电投融资机制、商务电视等方面的论文，添补了以往广播电视学术理论研究的空白或者薄弱环节，给实际工作带来深刻的启发。

第十届全国广播电视学术论文评选，共收到广电总局机关、中央三台学会、28个省市自治区协（学）会、9个计划单列市协（学）会、11个专业委员会，以及传媒大学、海峡之声电台和学术研究基地选送的论文157篇，经过认真评选，总共评出获奖论文93篇，入选率59.23%。其中一等奖23篇，二等奖34篇，三等奖36篇。获奖作者涵盖老中青三代，以中青年人为主。这说明新一代的广播电视学术研究队伍已经基本形成，他们社会责任感强，知识更新快，视野宽阔，手段先进，具备较强的研究能力。

然而，对任何事物都有一个逐步认识的过程，任何理论成果，都需要实践作出进一步的检验。只有不断实践，不断总结，才能使理论研究上升到较高层次。也正是在这样循环往复的磨砺中，那些空洞的、虚张声势的理论终将被人们唾弃，同时，

一批了解中国实际、具备社会主义核心价值观、洞悉传媒走向的中青年理论先锋终将脱颖而出，他们是中国传媒赖以发展的希望。在编辑完本书的最后时刻，又传来好消息，经与中国传媒大学友好协商，由中国传媒大学提供资金，中断三年的“中国广播电视协会学术理论研究项目”申报工作即将恢复，首批12个课题将在2008年底以前面向全国公开招标。

我们有充分的理由相信，随着我国文化大发展大繁荣的推动，加上科学规划的引导和学术激励机制的促进，广播电视学术研究必定前景喜人，广播电视传媒发展必定生生不息。

编 者

2008年10月7日

目 录

前 言	1
-----------	---

节目研究篇

视听新媒体与广电节目形态的变化

董年初 关字奇 熊艳红	3
-------------------	---

对农电视节目现状分析

黄 辉	11
-----------	----

电视剧叙述中的“时空结”及造型意义

张育华	19
-----------	----

关于目前电视法制节目故事化创作的思考

刘朝晖	27
-----------	----

高度决定影响力

——对电视深度报道栏目《都市写真》打造理念的思考

胡桂林	33
-----------	----

创新观念 努力打拼 实现精品创优的十个转变

史林杰 杨连勇	41
---------------	----

对话理论与谈话节目主持艺术

辛雪莉	51
-----------	----

试议国际传播与国家形象塑造	
罗林平	59
传媒格局变革与广播创新方向	
王宴青	66
言犹在耳	
——关于电视访谈节目语言传播研究的若干思考	
翁佳	73
网络时代电视新闻直播的创新	
方颂先	81
论主题性报道的成就与创新之道	
尤斌	88
互动——激活广播理论宣传	
张东毅 刘骏 费良生	96
给受众呈现一个完整的世界	
——试议国际新闻报道中编辑工作的延伸	
景兵	104
视角地域化与思维超地域化	
刘志强	112
儿童纪录片探索	
王达菲	120
对台广播评论宣传策略分析	
郑永 王轶南	129
强化责任意识 科学报道民生	
张建康	136
从几大误区看“三农”题材报道的价值走向	
任晓润	143

会议新闻传播效果的 4 个 W 考量

李 澍 李春雨 151

试论电视新闻节目的观众参与

敦一夫 159

面对“信任”的角色定位

——媒体“陪你去自首”刍议

姚红骏 169

论纪录片叙事的参与者及交互模式

李炳钦 175

论孔孟思想对播音主持理念的启示

曾 致 186

电视评论节目：电视媒体竞争的利器

曾素萍 193

信息生命周期管理

——媒体资产管理成功的基石

叶 丹 201

媒体经营篇

多媒体传播格局下内容产品价值评估指标体系 图谱简析

朱 毅 211

广播在中国社会转型期的两极分化现象

段 鹏 219

“长尾营销”——广覆盖电台的经营优势

周 伟 229

简析央视科教频道的品牌发展战略	
张广义	237
节目创新价值周期与观众收视行为影响的分析	
郑维东 左瀚颖	245
创新引领发展	
——江苏省广播电视总台(集团)的认识与实践	
周 莉	254
广播影视行业投融资机制和政策研究	
易 凯 齐勇锋	262
“工作电视”：“微内容”时代的新财经媒体	
李 岚	274
以细分化的策略构筑竞争优势	
——电视广告经营的战略管理	
钱 斌	282
媒介改变艺术	
——艺术研究的媒介视角	
隋 岩	291
媒体知识资本管理与核心竞争力	
程小萍	300

决策管理篇

积极推进媒体外交 拓展国际传播途径	
徐朝清	311
创新发展思路 打造重庆模式	
——区县广播电视资源深度整合的现实与未来	
李晓枫 梁启蒙	319

县乡广播电视管理体制变革研究

杨明品 李江玲 327

广电体制改革走向二论

李盛之 335

城市电视台的生态危机与对策

王晓峰 344

从“珠江模式”到跨越式发展

白 玲 352

论新闻传媒对突发公共事件的引导和化解

田安莉 361

融合与突破:对广电业发展趋势的一种解读

石长顺 石永军 368

外宣与危机公关

范韩生 377

网而不“网”之我见

李向阳 385

广播对农节目弱化的分析与对策

贾挺明 393

试析信息传播对农村公共危机事件的影响

——以浙江省海宁市两起农村公共危机事件为例

石月平 401

刍议提升主流媒体舆论引导力

谢跃进 408

以科学发展观指导中国广电业改革发展的
若干思考

邢建毅 416

试析中国广电数字化的误区与对策	
孙宝国	425
加强译制工作 繁荣发展少数民族广播电视事业	
穆合塔尔·买合苏提	432
论绿色收视率体系的构建	
李立功	440
后现代主义思潮对我国大众传播的影响	
方毅华	449
深化中国特色社会主义广播电视理论研究若干思考	
徐明明	457
发展,发展,命运之所系!	
赖谦进	464
附 录	472
关于发布第十届全国广播电视学术论文评选结果的公告	
.....	472
第十届全国广播电视学术论文获奖目录	
.....	473
第十届全国广播电视学术论文评选委员会名单(复评、终评)	
.....	480

传媒的生命
与生存

CHUANMEIDESHENGMING
YUSHENG CUN

节目研究篇

视听新媒体与广电节目形态的变化

董年初 关宇奇 熊艳红

自广播电视作为大众媒体普及以来,广电节目的形态就一直在不断变化之中。上世纪90年代以前,新闻类、社教类、文艺类和服务类几乎是节目制作与节目奖项评选的唯一标准,后来这四类节目形态被更为细致地区分为新闻报道类、新闻评论类、综合晚会类、游戏娱乐类、生活类、青少类等,而且经济类、体育类、音乐类、益智类、法制类等节目形态日渐成为受众关注的焦点。数字技术、IP技术的发展赋予了广电节目更为丰富的内涵和表现形态,今天的广电节目形态不仅在类型、格式、来源等方面更趋多样化,其互动性、分众性特征也越来越明显,而且节目形态还进一步延伸到了电视商务等非广告类经营活动中,逐渐开始形成跨平台、多业务的节目运作模式。

一、节目形态的多样化

在谈到“节目形态变化”时,人们最直接的印象通常是广电节目类型正变得越来越丰富多样。尽管传统广电节目已经积累了比较丰富的节目形态,但新媒体时代的节目在来源、内容、表现形式、技术手段、传播渠道和方式等方面都取得了进一步

突破。总体而言，节目形态的多样化可以归纳为以下三个方面：

1. 节目来源的多样化

在传统媒体时代，广播影视内容多来自于专业的广播影视内容制作机构。然而，随着新媒体形态的涌现和新技术手段的普及，内容制作的门槛不断降低，最终导致节目的生产提供不再限于台、站和节目制作公司，对象化制作大量涌现，专业、业余界限日渐模糊。

首先，新媒体对内容的巨大需求使得各类传统意义上的非广播影视类媒体机构（报纸、杂志、通讯社等）积极介入内容创造。如新华社早在2001年就与中国电信合作，在上海成立了新华电信网络有限公司，建立了包括新闻、财经、游戏、电视剧等多个频道的网络平台XINTV。这类机构一直从事媒体方面的工作，通常拥有固定的用户群体，并且掌握着比较丰富的原始图文内容资源。但和传统媒体制作机构相比，它们在视听内容制作方面的经验和技巧仍然不足。

其次，许多新媒体运营商开始积极涉足自主开发节目的领域。这一方面是由于其意识到新媒体节目市场的庞大潜在商机，另一方面是因为第三方内容往往缺乏良好的质量或匹配性。当前新浪、搜狐、腾讯等主要门户网站均有自己的网络节目品牌；移动、联通等移动通信服务商也开始自主制作彩铃彩信、短视频等；北广传媒移动电视有限公司自制了多个信息服务类节目，在其移动电视平台上播出；世通华纳公司也专门成立了世通华纳影视制作公司，制作适合在公交车上播放的节目。运营商在内容制作方面的针对性、个性化、灵活性等特征比较突出，但它们目前同样缺乏专业的节目制作技术。

最后，用户已经成为新媒体节目内容的重要来源。便携音视频采集设备的普及让个人付出不多的成本即可拥有获取音视频的能力，个人电脑上面对初级用户的视频编辑软件使得一般