

现代传播文丛  
(第三辑)  
总主编 胡智锋

# 媒介经营管理

## 创新与融合

潘可武 主编

中国传媒大学出版社

# 媒介经营管理

## 创新与融合

潘可武 主编

中国传媒大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

媒介经营管理:创新与融合/潘可武主编. —北京:中国传媒大学出版社,2015.5

ISBN 978-7-5657-1315-6

I. ①媒… II. ①潘… III. ①传播媒介—经济管理—研究—中国 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 055582 号

## 媒介经营管理:创新与融合

---

主 编 潘可武  
策划编辑 秋 实  
责任编辑 李水仙  
责任印制 阳金洲  
封面设计 北京泰丰领秀创意文化有限公司  
出 版 人 王巧林

---

出版发行 中国传媒大学出版社  
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024  
电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405  
网 址 <http://www.cucp.com.cn>  
经 销 全国新华书店

---

印 刷 三河市东方印刷有限公司  
开 本 710×1000 mm 1/16  
印 张 16.5  
版 次 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5657-1315-6/G·1315 定 价 65.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

本文从受“国家社会科学基金”资助

### 丛书编委会

顾 问：陈文申 李培元

主 任：苏志武

编 委：（以姓氏笔画为序）

丁俊杰 王巧林 王 晖 车 晴 田维义

朱光烈 仲呈祥 刘守训 刘 昶 吕志胜

吕 锐 闵惠泉 张 晶 张育华 张鸿声

李兴国 李佐文 李怀亮 李晓华 李焕生

杨正泉 陈卫星 苗 棣 胡正荣 胡智锋

段 鹏 袁 军 夏 丹 高晓虹 高福安

黄升民 鲁景超 雷跃捷 路盛章 廖祥忠

蔡 翔

# 总序

## ◆ 胡智锋

2014年是新中国成立65周年,也是中国传媒大学建校60周年的年头,《现代传播》也迎来了创办35周年。为纪念这些重要节庆,我们《现代传播》编辑部同仁商议,延续以往阶段性整理出版《现代传播》文丛的做法,接续上一套“文丛”,把2009~2013这五年来发表在《现代传播》上的精品文章遴选出来,按刊物的栏目类别汇集成若干卷册,以新的形式展示给广大读者,也算是我们《现代传播》献给国庆、校庆和刊庆的一份礼物吧!

翻读各位编者初编的本套文丛各卷的篇章目录,当时每一期编刊的情形如在眼前!放眼看去选题丰富多样,写法千差万别,汇到一起该如何表述这套文丛的整体特点呢?想来想去,脑海里蹦出一个词——“回应”!是的,以一个“回应”或许可以粗略地概括这些文字的总体探求!以这个“回应”可以切出三句话:回应时代召唤,回应现实需求,回应理论创新。

首先,回应时代召唤。2009~2013这五年间适逢中国共产党建党90周年、新中国成立60周年、改革开放30周年等重要时间节点,我们因此约请或选用了相关文章,在回顾与反思中对于某个领域或方面的发展进程予以重新梳理与揭示。如郑保卫先生的《中国共产党新闻工作群众路线的理论来源与实践传统》(建党90周年),朱虹先生的年度对话《中国广播影视发展新起点》,黄勇先生的《论新中国60年广播电视的发展道路》,吴学夫、黄升民先生的《大国图腾——承载60年国家理想的家国图像》(新中国成立60周年),黄式宪先生的《关于近30年中国电视剧在美学建构上的断想》,周星先生的《改革开放30年中国电视剧发展要评》(改革开放30年)都是这些重要时间节点上的整体性描述的代表性篇章。

在专业层面上,也有一些重要时间节点被我们关注,如“春晚”30年、中国电视民生新闻10周年、《今日说法》10周年、《论道》3周年、央视纪录频道元年、江苏卫视品牌定位升级元年等,在这些时间节点上,来自政府、业界、学界不少领导、专家、学者发表了有时效性、针对性、启示性的文字,他们是原国家广播电影电视部副部长刘习良先生,原商务部副部长、中国加入世贸首席谈判代表龙永图先生,电视学界老前辈朱羽君、高鑫、王伟国先生,业界领军人物周莉、景志刚先生,学界重量级学者王一川、尹鸿、喻国明、俞虹、孟建、李幸、时统宇、丁亚平、丁俊杰、张同道先生等。

其次,回应现实需求。不论是国家战略层面,还是传媒业界与学界,过去几年面临的形势与背景或许都离不开全球化,媒介融合与公共服务日渐深入的现实。如何理解这几个重要现实背景?如何在全球化语境下走出有中国特色的道路?如何应对媒介融合的不可阻挡的态势?如何在新的媒介与社会环境下,调整与完善公共服务的领域与空间?作者们给出了令人关注与期待的解答。

如关于全球化命题的研究,有如下大作:黄会林先生的《“第三极电影文化”构想》,叶皓先生的《公共外交与国际传播》,陈圣来先生的《文化强国与中美之梦》,贾磊磊先生的《全球化语境中的跨文化传播——论非文字类文化符号的传播效应》,张国良先生的《沟通与和谐:汉语全球传播的渠道与策略研究》,荆学民先生的《全球化背景下中国政治传播主体意识研究》,夏骏先生的《在文明较量的时间差中坚守——中国电视走向世界的宏观命题探讨》。

而关于全球化语境下的中国传播学发展问题的研究,也有不少探讨值得关注,如胡正荣先生等的《跨学科视野中的中国跨文化传播研究:进程与问题》,陈卫星先生的《关于中国传播学的本体性反思》,胡翼青先生的《传播研究本土化路径的迷失——对“西方理论中国经验”二元框架的历史反思》,刘海龙先生的《传播研究的两个维度》等。

关于媒介融合的研究,有如下大作:朱虹先生的《中国数字电影的现状与发展战略》,黄勇先生的《论中国广电在“三网融合”新阶段的战略方位》,庞井君先生的《媒介融合背景下的中国广播影视产业发展的思考》,李良荣先生等的《互联网与大众政治的勃兴——新传播革命研究》系列,王武录先生的《报业全媒体发展研究》,熊澄宇先生的《对新媒体未来的思考》,黄升民先生等的《三网融合:构建中国式“媒信”新业态》,彭吉象先生的《数字技术时代的影视美学》,王甫先生等的《我国3D电

视发展现状,困境及对策探析》,石长顺先生的《中国报业的 iPad 生存》,刘德寰先生的《手机互联网的 digital 鸿沟》,张红军先生的《中国电视剧的网络化生存》等。

关于公共服务的研究,特别是新媒体快速发展带来的公共领域、公共空间及相关社会治理方面则有如下大作:邵培仁先生等的《信息低保——构建信息公平社会的基本保障》,段京肃先生的《乡村媒介、媒介乡村和社会发展——关于大众传播媒介与中国乡村的几个概念》,袁军先生等的《突发性公共事件与政府形象修复策略研究》,廖祥忠先生等的《论“电子大字报”的传播特点、社会危害及应对之策》,胡泳先生的《在互联网上营造公共领域》,方兴东先生等的《微信传播机制与治理研究》,谭天先生的《论社交媒体的关系转换》,何志武先生的《网路民意与公共政策的“民间智库”》,许加彪先生的《风险社会下中国环境安全的信息公开:新型媒介生态中政府与社会的互动》等。

不论是全球化、媒介融合抑或公共服务研究,上述文字都以强烈的社会关怀回应了我们传媒理论与实践的现实发展需求。

再次,回应理论创新。近五年老中青几代学者都以饱满的激情与理性的思考,贡献出不少理论创新成果。

关于新闻改革的研究,有童兵先生的《“五四”精神与新时期新闻改革》,叶皓先生的《从宣传到传播:新时期宣传工作创新趋势》,喻国明先生等的《中国媒介规制的发展、问题与未来方向》,高晓虹先生等的《美国电视竞争格局及其策略借鉴》,涂光晋先生等的《从“党的耳目喉舌”到“公众话语平台”——“人民网”意见表达与整合研究》,曹劲松先生的《政府新闻传播中的形象设计与塑造》,徐舫州先生等的《我国跨地域跨媒体传播发展研究》等大作。

关于舆情监控与舆论监督的研究,有范以锦先生等的《舆论监督与社会政治生态环境》,罗以澄先生等的《“爆吧”集体行动中公民参与表达的实现与规制——以“69 圣战”事件为例》,吴廷俊先生的《新媒体时代中国舆论监督的新议题:网络揭黑》,柯惠新先生等的《重大事件舆情监测指标体系与预警分析模型的再探讨》,杜骏飞先生的《绿坝事件:信息如何成为权力政治》,顾理平先生的《论虚拟人群的叛逆性行为》等大作。

关于传播伦理问题的研究,有杨先顺先生等的《网络传播的后现代伦理审思》,杨保军先生的《新闻道德:在职业个体与媒体组织之间》,蒋建国先生的《消费主义文化传播、仪式缺失与社会信仰危机》,龙耘先生等的《中国媒介治理中的泛道德主

义》,孙宜君先生等的《论新媒体语境下跨文化传播伦理困境与建构原则》等大作。

关于广播影视艺术发展问题的研究,有高鑫先生的《技术美学研究》,王伟国先生的《摄影机书写电视剧本体真实》,张晶先生的《传媒艺术的审美属性》,颜纯钧先生的《蒙太奇美学新论》,李亦中先生的《中国式大片的传播与接受》,杨乘虎先生的《中国电视节目创新问题研究》系列等大作。

关于新闻传播与传媒艺术相关学科建设问题的研究,有李良荣先生等的《从“小新闻”走向“大传播”——新闻传播学学科建设和科研新取向》,丁柏铨先生的《论新闻学的学科影响力》,欧阳宏生先生的《论电视艺术的学理重构》,石长顺先生的《电视学理论体系建构路径、方法与模式》,谢鼎新先生的《广播电视学科研究演变的三种范式》,张林、杜彩先生的《光环境设计学科建设构想》等大作。

关于媒介评价评估模式创新问题的研究,有丁俊杰、张树庭先生的《视网融合背景下的电视节目影响力评估体系创新初探》,刘燕南先生的《统一与融合:省级卫视综合评估体系探析》,李德刚、李岭涛先生的《理论创新与实践价值:互联网时代电视评价体系的建构》等大作。

关于媒介生存状态问题的研究,有张志安先生的《媒介环境与组织控制——调查记者的媒介角色认知与影响因素》,夏倩芳先生的《“挣工分”的政治:绩效制度下的产品、劳动与新闻人》等大作。

还有一些学者潜心多年,深入探究,推出新作。如赵玉明先生关于江西苏区口语广播,倪延年先生关于民国史研究的视角、难点、原则,周鸿铎先生关于传媒经济发展历程,雷跃捷先生关于广电媒体公信力的受众认知,刘京林先生关于传播心理,杨燕先生关于戏曲传播,舒咏平先生关于广告公信力评估,申启武先生的广播研究等。

还有一些学者或关注前沿,或独辟蹊径,贡献出全新的视角、领域与方法。如朱羽君先生等关于美国大选报道策略,朱虹、尹鸿等先生关于制播分离,喻国明、葛岩先生关于认知神经学用于传播研究,芮必峰先生关于“学习运动”,张君昌先生关于“慢运动传播”,闵惠泉先生关于新媒体的哲学思考,刘利群先生关于媒介与女性,隋岩先生关于传播符号,钟瑛、匡文波、沈浩等先生关于大数据,王四新先生关于“表达自由”,支庭荣先生关于传媒管理等。

此外,来自美国的丹·席勒、斯蒂芬,芬兰的卡拉,加拿大的赵月枝,中国台湾的郑贞铭等著名学者分别对互联网的政治经济学、社交媒体、世界传播秩序、中国



传播学研究、资讯社会等领域发表了各自的高论。

收入本套文丛的一册《年度对话》虽然与其他各册在时间节点和体例上略有不同,但在回应时代呼唤、回应现实需求、回应理论创新几个方面,与其他几册的立意完全一致,所以此次也编进文丛之中。“年度对话”是从2004年启动的特别策划,每年开年第一期,由本人代表《现代传播》,邀请在业界有重要影响的领军人物或专家,就过去一年传媒发展的成就与问题做一扫描,也对未来一年走势进行预测,给予展望。来自国家广电总局、中国文联、中国社会科学院、中央电视台、中国国际广播电台、中央新影集团、凤凰卫视等传媒管理机构和运行机构的相关领导、专家应邀前来担任对话嘉宾,留下了影响很大的十多个年度对话,成为存留传媒发展进程的重要记录。先后参加年度对话的嘉宾有刘春、汪文斌、王甫、吴涛、梁晓涛、靳智伟、高峰、徐舫州、朱虹、王云鹏、时统宇、仲呈祥、刘文、苗棣、高长力、方兴东等先生。

在本套文丛即将推出之际,我代表编辑部对文章入选本套丛书的各位学者,以及《现代传播》的其他作者多年来对刊物的大力支持表示诚挚的感谢!

本套文丛也是《现代传播》自身历史发展的重要记忆留存。1998年为纪念《现代传播》即将创刊20周年,由1991~1997年间担任学报负责人的朱光烈先生创意并作为总主编,推出了3卷本的第一套“《现代传播》文丛”,分别是:《生存之镜》(姜依文主编),《尴尬与超越》(李立主编),《走近神圣》(闵惠泉主编)。2008年由本人作为总主编,我们又推出1998~2008的第二套“《现代传播》文丛”。这第二套文丛就基本上按照十年间相对比较稳定的专栏为单位,进行文章的选编,分别是:《新闻学十年(1998~2008):多元与分化》(张毓强主编),《传播学十年(1998~2008):阐释与建构》(张毓强主编),《传播文化:全球化与本土化》(张国涛主编),《传媒观察:危机与转机》(张国涛主编),《传播艺术与艺术传播》(李立主编),《媒介经营管理的理念与实践》(潘可武主编),《中国传媒经典个案(1998~2008)》(赵均主编),《广播电视名家访谈》(杨乘虎主编)。近五年来,《现代传播》保持了2006年入选教育部“高校哲学社会科学名刊建设工程”之后的良好状态,连续多年被评为“全国高校社科名刊”,并入选“国家社科基金资助期刊”。本文丛的编纂也是对这些鼓励的汇报吧!

令我特别高兴的是,经过这些年的历练,我们《现代传播》编辑部这支编辑队伍茁壮成长,逐渐成熟起来!这就是本套文丛各卷主编,我们《现代传播》编辑部团队

的主要成员:李立、赵均、张国涛、潘可武、张毓强(特约)、刘俊老师,以及我们的编务张惠云老师,还有长期为我们刊物做版式设计的特约美编卜希霆老师、做英文翻译的麻争旗老师,都默默地为刊物作出了不可磨灭的贡献,在文丛即将推出之时,我要向他们表示诚挚的感谢!

本套文丛的编辑基于《现代传播》这份期刊,而这份期刊的发展离不开中宣部、教育部、国家新闻出版广电总局、北京市新闻出版局等上级领导机构的大力支持,尤其是中宣部国家社科规划办、教育部社科司、广电总局宣管司、《新华文摘》杂志社等单位的多年厚爱,离不开全国高等学校文科学报研究会、北京市社会科学学报研究会等的热心帮助,更离不开中国传媒大学党委与行政的正确领导和着力扶持!在此,我要代表编辑部向长期关心、支持、鼓励我们的上级领导部门、兄弟期刊和学校表示诚挚的感谢!

最后我还要向中国传媒大学出版社领导,特别是李水仙老师为本套文丛顺利出版所付出的辛勤劳动表示诚挚的感谢!

是为序。

2015年2月1日凌晨于波士顿

## 作者简介



**舒咏平** 安徽黄山人,先后就读于安徽师范大学、南京大学。现为华中科技大学品牌传播研究中心主任、教授、博士生导师,研究方向为广告与品牌传播。兼任中国广告学会副会长。曾荣获省级优秀教师、“华科十大魅力教师”等称号。曾在《中国社会科学》《光明日报》《现代传播》《新闻大学》《国际新闻界》等报刊上发表论文 200 余篇。著有《中国大品牌》《品牌聚合传播》《品牌传播策略》《品牌传播与管理》《品牌传播论》《品牌传播教程》《广告传播与公共信任》《新媒体与广告互动传播》《新媒体广告》等著作、教材 20 余种。主持国家哲学社科课题“中国国家形象建构中自主品牌传播困境与对策”,以及省部级课题多项;作为学院派专家,主持或参与了 160 余家的企业咨询课题。



**周鸿铎** 国家二级教授,传媒经济学家;享受国务院特殊津贴,“世界传媒经济贡献奖”“中国传媒经济终身成就奖”获得者;中国传媒大学教授、博士生导师、传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长,第七届世界传媒经济学术会议顾问、学术指导。主要著作有《广播电视经济学》《中国广播电视经济管理概论》《市场营销策略》《中国实用广告知识手册》《电视节目经营策略》《广告策划》等。现在研究的核心课题主要有:文化产业、文化创意产业、中国传媒走势、传媒与城市发展、传媒与企业发展、文化资本论——寻觅文化发展的切入点等。



**黄升民** 广东佛冈人。中国传媒大学广告学院院长、教授、博士生导师。国务院新闻传播学科评议组成员。中国广告协会学术委员会常务委员。中国广告主协会专家委员会常务委员。《媒介》杂志总编、《市场观察—广告主》杂志总编。

1978 年至 1982 年,就读于北京广播学院新闻系编采专业。1982 年毕业分配到中央电视台专题部工作。1986 年到日本自费留学,主攻传播学、广告学、媒介产业等,1989 年 4 月毕业于日本一桥大学研究生院,获社会学硕士学位。1990 年底回国,在北京广播学院任教。

代表著作有《中国广告活动实证分析》《广告观——一个广告学者的视点》《新广告观》《史与时间》。



**宋红梅** 黑龙江人,中国传媒大学广告学院副教授、博士、硕士生导师。主要研究领域有数字媒介文化、区域媒体、广播产业、广告史等。

参与教育部哲学社会科学研究重大课题“数字传播技术与媒体产业发展研究”和教育部人文社会科学研究项目“中国城市广播电视媒介区域化生存与发展”;主持“农村居民消费、传媒接触与广告意识研究”“中国农业电影电视中心广告经营管理研究”“中国县域市场营销价值研究”“中国广播产业调研”“央视七套(农业)经营发展及战略规划研究”等研究项目。

主要著作有:《中国县域市场研究白皮书》《广电媒介区域化进程研究》《中国区域媒体发展研究》《中国广播产业经营管理研究》等。



**刘燕南** 中国传媒大学传播研究院教授、受众研究中心主任、应用传播学和应用舆论学专业博士生导师。

主要从事受众研究、视听率分析、网络舆情等方面的教研工作,主持和参与包括国家哲学社科在内的20余项研究课题,多次参与评估体系、数据挖掘、节目评奖和网络舆情等方面的研讨工作。出版《电视收视率解析》《大众传播研究:现代方法与应用》《台湾报业争战纵横》《电视传播研究方法》《受众研究》《美国商业电视的竞争》《国际传播受众研究》等多部著作、译作及60余篇论文。其中,《电视收视率解析》系国内第一本系统研究收视率问题的专著,2001年荣获国家广电总局高校科研成果一等奖。《电视传播研究方法》2005年获北京市高校精品教材奖。



**尹鸿** 清华大学教授、新闻与传播学院常务副院长兼影视传播研究中心主任。兼任中国文艺评论家协会副主席、北京电影家协会副主席、中国电影家协会理论评论委员会会长、中国电视艺术家协会高校委员会副主任、中国传媒经济与管理研究会副会长、中国高校影视学会副会长、中国广播电视协会电视剧导演委员会和编剧委员会指导委员。享受国务院特殊津贴。



**丁俊杰** 中国传媒大学学术委员会副主任,国家广告研究院院长、亚洲传媒研究中心主任、崔永元口述历史研究中心主任、首都传媒经济研究基地主任、党报党刊研究中心主任,广告学院教授、博士生导师。先后在广告系、新闻系、新闻学院担任领导职位,2004年12月至2010年10月任中国传媒大学副校长。社会兼职主要有中国商务广告协会副会长,中国广告协会副会长及《国际广告》主编,《广告导报》社长。研究领域为广告学、媒介产业经营、新闻学、新闻传播教育。



**张树庭** 中国传媒大学广告学教授,博士,任广告学院副院长、BBI 商务品牌战略研究所所长、IAI 国际广告研究所副所长。

主要研究领域为消费者行为与营销策略、品牌营销、广告业发展等。代表性著作有:《有效的品牌传播》(主编)、《有效的广告创意——从个案解剖到行业解析》(主编)、《广告教育定位与品牌塑造》《有效的广告创意——从实例分析到理论探索》(主编),论文有《品牌忠诚营销》《论品牌作为消费交流的符号》《国际广告业发展趋势》《媒介广告公司无可非议》《国家名片——国家与文化、产品、品牌联想研究》《中国广告业三大支柱关系研究》等。



**支庭荣** 江苏人,1969年12月生,中国人民大学文学(传播学)博士、北京大学图书情报与档案管理博士后,现任暨南大学新闻与传播学院教授、执行院长、博士生导师,主要研究领域为传媒经济学、传媒社会学,主持翻译《传播理论百科全书》和《危机管理百科全书》,出版《媒介管理》《传播与认知科学》等著译作9部,入选教育部新世纪优秀人才支持计划、教育部“马克思主义理论研究与建设工程”专家,兼任教育部全国卓越新闻传播人才教育培养指导委员会委员、广东省新闻传播学类专业教学指导委员会秘书长、广州市新闻学会副会长、暨南大学舆情与社会管理研究中心《舆情观察》和《中国形象全球调查》编委。



**初广志** 中国传媒大学广告学院教授、博士生导师,中国广告协会学术委员会委员、中国国际公关协会会员、全国公益广告优秀作品奖评委。主要研究方向为广告传播、品牌传播、整合营销传播、数字营销等。曾主持多项国家及省部级科研项目,著有教材和专著六部,在国内外学术期刊发表论文多篇。曾先后赴日本、韩国、新加坡等国家和我国台湾地区进行学术交流。2013年,入选“教育部新世纪优秀人才支持计划”。



**王志勇** 华东师范大学传播学院教授、博士生导师。研究方向为新闻传播史、大众传媒与社会变迁。主持和完成国家社科基金课题“近代以来中国报刊发行体制变迁研究”、上海市社科规划课题“中国古代报刊发行研究”。出版著作《中国报刊发行体制变迁研究》《韬奋经营管理方略》。在《新闻与传播研究》《现代传播》《新闻大学》《社会科学》等期刊发表论文数十篇。

上海市学位委员会新闻传播学科评议组成员,上海师范大学人文与传播学院博士生导师,复旦大学上海视觉艺术学院客座教授,世新大学(台湾)舍我纪念馆协同研究员,中央人民广播电台节目评估听评专家,中国新闻史学会理事,上海公共外交协会理事,美国国际传播学会(ICA)会员。



**彭健** 2010年7月至今,中国传媒大学文化发展研究院助理研究员。

2013年获澳门科技大学行政与管理学院DBA博士;2008年获清华大学经济管理学院EMBA硕士;1997年获中国传媒大学新闻学院广告学学士。

在国家核心刊物《现代传播》上发表四篇学术论文:《媒介二级交易》《潜力巨大的电影广告》《中国演出管理中心的演出商业模式创新》《电视剧制片企业的共主体营销模式》等;在《现代传播》《半月谈》《中国证券报》《国际广告》等杂志等报刊发表十余篇论文。

**罗以澄** 二级教授,博士生导师。曾任武汉大学新闻与传播学院院长,现为该校新闻传播学科主要带头人、教育部人文社科重点研究基地“媒体发展研究中心”学术委员会主任,兼任国务院学位委员会新闻传播学科评议组成员、中国传播学会副会长、中华全国新闻工作者协会特邀理事、马克思主义理论研究与教材建设工程“新闻采访与写作”项目组首席专家等职。2008年被教育部授予“国家教学名师”称号,2014年入选“国家高层次人才特殊支持计划”教学名师(第一批)。

主要研究方向为新闻传播实务和媒介发展战略,先后主持并完成十余项国家和省部级重大科研课题,撰写、出版《新闻采访学教程》《新闻采访学新论》《新闻求索录》《新闻写作现代化探析》等学术著作和教材8部,在国内外重要学术期刊上发表论文160余篇。

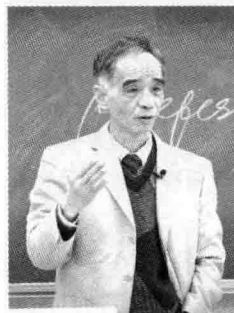




**邓理峰** 清华大学文学博士，现任教于中山大学传播学院。曾研修于美国宾夕法尼亚大学安南堡传播学院，并曾任职于北京零点研究咨询集团和中国青年政治学院新闻与传播学系。研究兴趣包括企业的非市场战略与传播管理、制度理论与企业社会责任，以及企业伦理与公共关系职业研究。



**王坚** 现任美国南加州大学安南堡传播学院副教授，南加州大学公共外交中心主任。爱荷华大学博士，曾先后在美国著名咨询公司麦肯锡和美国普度大学传播学系等机构任职。主要研究兴趣包括国际传播和公共外交。著有 *Soft Power in China: Public Diplomacy through Communication*，以及 *Shaping China's Global Imagination: Branding Nations at the World Expo* 等。



**芮必峰** 教授，安徽大学博士生导师，华中科技大学兼职博士生导师。国家教育部新闻传播学科教学指导委员会委员，中国新闻教育学会理事，安徽省第九届、第十届、第十一届政协委员，安徽省记协常务理事。

主持国家社科基金项目两项，省部级项目五项，是国家级精品课程“新闻学概论”、新闻学国家级特色专业和新闻学省级重点学科的负责人。先后在全国重要学术期刊发表《西方媒介哲学评介》《人类社会与人际传播》《健全的社会与健全的传播》等学术论文 50 多篇；出版《新闻学基础理论》《新闻理论趣谈》《新闻报道方式论》教材和学术专著三部。



**喻国明** 1989 年毕业于中国人民大学新闻系，获博士学位。现任中国人民大学新闻学院副院长、中国人民大学舆论研究所所长、博士生导师。同时兼任中国传媒经济与管理学会会长、中国传播学会副会长、《中国传媒发展指数（蓝皮书）》主编、《中国社会舆情年度报告（蓝皮书）》主编等。

主要研究领域有：新闻传播理论，舆论学，传媒经济与社会发展，传播学研究方法。出版学术著作 23 部，发表学术论文和调研报告 400 余篇。



**张宏** 中国传媒大学广告学院教授、博士生导师。同时担任中国传媒大学与成龙慈善基金会合作成立的善行公益慈善传播研究中心主任,媒体资产管理研究所所长。

1991~2001年公派留学,先后学习了商学、营销学、管理学和经济学,并先后获得商学士、经济学硕士和博士学位。

曾在核心期刊发表中、日文论文20余篇,出版专著《媒介营销管理:智能化融媒时代的理论、政策与战略实践》等。



**石长顺** 1952年生,湖北人。华中科技大学新闻与信息传播学院教授(二级)、博士生导师,华中科技大学广播电视与新媒体研究院院长,“华中学者”。兼任中国新闻教育史学会会长、中国广播电视学与新媒体研究会副会长、中国电视艺术家协会电视节目研发委员会副主任、湖北省新闻与传播教育学会会长。

主持国家社科基金项目两项,其中重点项目一项,主持省部级重点课题多项。

出版专著:《电视话语的重构》(2010)、《公共电视》(2007)、《电视新闻报道学》(2004)等9部。



**杜国清** 中国传媒大学广告学院公共关系副主任、教授、硕士生导师,广告主研究所所长,《新趋势》杂志的发行人与主编。中国广告主协会专家委员会委员,中国国际营销传播大会顾问委员,中国金融品牌营销专家委员会常务副主任。业界知名的广告主营销传播活动研究专家,媒体广告经营策略咨询专家。

出版独著和合著10部,如《广告即战略》《企业发言人策略与实务》《中国广告主营销传播趋势报告》《新媒体激变》《中国户外媒体发展趋势研究报告》等。独自和合作发表论文100余篇。主持和参与各类课题50余个。



**许加彪** 安徽庐江人,复旦大学新闻学博士,现为陕西师范大学新闻与传播学院教授、副院长,陕西师范大学数字传媒技术国家级实验教学示范中心主任,陕西省政府新闻发布工作咨询专家。主持教育部社科项目、博士后基金项目、陕西省社科项目、陕西省社科界重大理论与现实问题研究项目、西安市社科重大项目多项,主持陕西师范大学卓越新闻传播人才教育培养基地工程。出版著作《提升媒介素养》《法治与自律:新闻采访权的边界与结构分析》《中国新闻采访权的建构》,译著《新闻、科学与社会:新闻和公共关系中的科学传播》,合著《新闻卷:范式与典例》等。





**陈致中** 暨南大学新闻与传播学院副教授。主要研究方向为传媒经营管理、传媒经济学、组织行为与组织文化、文化产业研究等。

毕业于台湾政治大学新闻系,台湾中山大学传播管理研究所硕士、美国夏威夷大学亚太工商管理硕士,后获得清华大学经济管理学院博士学位(人力资源与组织行为方向)。

著有《赢在认同感——中国背景下的组织文化认同研究及对传媒的考察》《港澳台报业》《文化产业案例选萃》《中国周边舆情报告》,译著有《娱乐产业经济学》《高效继任规划》《ASTD 培训经理手册》等。主持及参与多项国家级和省部级研究课题,在《现代传播》《国际新闻界》《当代经济科学》等 CSSCI 期刊发表论文 20 多篇,另有多篇英文论文发表在国际期刊,其中十余篇被 SSCI、EI、CPCI-SSH 收录。



**张建中** 西安外国语大学新闻与传播学院副教授,陕西省“百人计划”特聘专家。中国传媒大学传播学博士,中国人民大学新闻学院博士后。出版专著《大众媒介与社会转型:墨西哥个案考》。在《现代传播》《国际新闻界》等核心期刊上发表学术论文 20 多篇。主要关注媒介民主化与社会转型、新媒体创新、新闻教育等领域。



**曾凡斌** 暨南大学新闻与传播学院副教授。先后就读于上海财经大学、中国社会科学院研究生院、中国人民大学新闻学院。主要研究方向为网络新媒体、媒介经济。

著有《付费电视的购买意愿研究》,先后在《国际新闻界》《现代传播》《新闻大学》等期刊上发表论文若干。