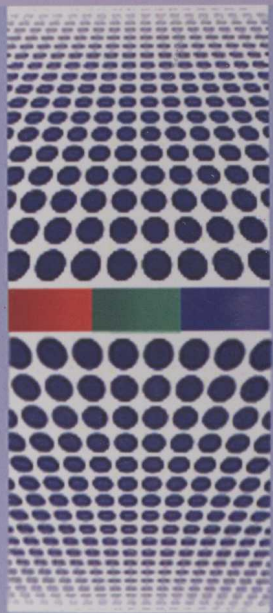


广播电视 实践探索

(下册)

guangbodianshishijiantansuo



主 编 肖建文

副主编 齐元江 刘国华

南海出版公司

广播电视实践探索

(下 册)

主 编 肖建文

副主编 齐元江 刘国华

南海出版公司

2007 · 海口

广播电视实践探索(下册)

编委会

主 任 魏绍水

副主任 肖建文

主 编 肖建文

副主编 齐元江 刘国华

编 委 韩玉玲 胡 红 于大鹏 张福升
祝瑞玲 刘玉飞 范国娟 咸庆海
李 静 黄 伟 李苗苗 姜卫国

序 言

目前,我省的广播电视事业正处于一个快速发展的时期,各级广播电视部门在舆论宣传、节目创新、广播电视覆盖、广告创收等方面,都取得了较大的成绩。尤其在打造精品栏目、节目上加大力度,使宣传方法、宣传形式、宣传手段有了很大的创新,推进了频道的专业化、品牌化,推出了一批具有品牌特色的新节目,扩大了广播电视的影响力。

但是,当前广播电视的许多节目、栏目也存在比较严重的同质化问题,存在模仿、抄袭现象。其主要原因是创新能力不足,理论指导不力。要加快广电事业发展,应着重在这些方面下工夫。

广播电视历来是实践探索走在前头。传媒研究长期被业内外认为严重滞后于传媒实践,理论的指导和实践的针对性之间仍然存在不相对应的关系,传媒研究和传媒实践之间原本互动的关系更多的是单向的,这种状况使媒介理论与媒介实践探索的发展陷入非良性循环状态。面对非常活跃的媒介实践探索,我们必须加强对媒介理论的研究,特别是对媒介实践具有前瞻性和普遍指导意义的理论研究。理论与实践是相辅相成的,没有理论的支持,节目就难以具有持久性的创新力。传媒理论研究需要广大从事实际工作的同志们的参与,因为他们在长期的实践中积累了丰富的经验,对如何发展广电事业,他们是有发言权的。同时,随着广电事业的不断发展,广播电视系统干部职工的素质也得到很大的提高,其中不乏具有较高学历和专业水平的高层次人才。发挥这些素质优良、知识结构合理、富有开拓精神和创新能力的新

型广播影视人才的作用,让他们在实践工作中加强对专业理论的学习,打好扎实的专业理论功底,了解和把握广播电视发展的趋势和学术界的动态,及时将自己在实际工作中成功的案例、遇到的问题进行深入思考和总结,提出改进工作的方式和方法,就一定能够丰富理论研究成果,从而更好地促进广播电视具体工作的开展。

由山东省广播电视系统培训中心主编的《广播电视实践探索》,共收集论文400多篇,内容包括新闻、业务实践、电视节目栏目、播音主持、舆论监督等。这些都是他们在实践中的所思所想,很难说有多少是上乘的理论之作,但能够对我们的工作有这种理性的思考和探索已属难能可贵。如果全省广大广播电视工作者都能做到这一点,许多阻碍广电事业发展的问題可能就会迎刃而解。

魏绍水

2007年6月20日

下册目录

事业发展

浅析县级广播电视的生存与发展	李学成(815)
传统广电业务与宽带走向融合	姜 维(819)
如何提升公交移动数字电视的有效传播	孙迎春(821)
网络时代电视传媒的发展走向	张敬波(824)
浅议网络时代电视传播的发展趋势	王晓丽(829)
新世纪我国电视业发展的机遇和挑战	张海燕(833)
浅析网络英语新闻的特点	王宁宁(837)
变“广电特色”报到“电子媒体”导报	于国蕾(841)
浅谈网络电视的时代生存	李燕良(844)
教育改革中的网络技术应用	温雪梅(849)
浅析市场经济条件下的电视媒介竞争	于丽丽(853)
地方广播电视产业化初探	石 利(857)
市县广播电视台在新农村建设中的作用	渠志国(861)
发展农村有线电视网络的认识与思考	李茂贤(865)
浅论农村有线电视网络的建设和管理	刘 强 陈迪平(869)
浅谈有线电视在建设社会主义新农村中的重要作用	
.....	于冬梅 赵 伟(874)
提炼和培育广电精神加快广电事业的发展	殷炳明(878)
加强思想政治工作促进广播事业发展	程淑远 李 洁(881)

浅谈广播电视报的现在及未来	成良平 张连利 李成强(885)
地方电视台改革走向初探	赵长征(888)
电视进军互联网	张 峰(891)
县(区)级电视台节目也要注意市场营销	孙付云(896)
谈有线电视的发展趋势及策略	马燕舞(899)
创新是县级广播电视台发展的动力之源	夏海燕(902)
论我国电视媒体在推动社会进程中的作用	崔素霞(906)
县级电视台的发展应面向为农民服务	杨艳玲(909)
广播产业化经营之我见	孙传良(912)
浅谈地方电视台发展策略	管东明(915)
县级电视如何困境中求突破	李永海(918)
立足本地创出特色	牛光文(922)
号脉广电队伍的七大“病症”	宫德胜(926)
浅议广播电视宣传创新	白星超(929)
浅谈数字电视在我国的发展	孟庆丽(932)
浅谈县级广播电视台的生存与发展	庞恩启(936)
论我国新闻频道的发展空间	张 静(939)
县级有线广播电视传输覆盖网的管理	刘 彦(942)
品牌立台与市场尽情共舞——青岛电视台频道制下的营销方略	沈刚权 张采生(945)
品牌化经营——电视媒体的必由之路	于 宁 覃 燕(948)
浅谈电视频道专业化	马海霞(952)
数字化对城市电视台的影响	王龙昌(955)
局属事业单位改革设想	殷炳明(960)
试论频道专业化到对象化的实现	王 静(964)
浅析广播的优势	郭 震(967)
论青岛有线数字传媒的市场化运作	杨大为(970)

浅谈县级广播电台的现状与出路	张正楠(973)
解放思想 改革创新 加快发展——关于地方电视台发展的思考	范学良(976)
媒体多向互动与和谐社会构建	王丽君(979)
广播电视报如何在接近性上做文章	王玉民 慈海萍(983)
浅谈乡镇文化广播站职能现状及对策	张体美(987)
县级广播电视台如何提升影响力	李焕芝(989)
信息时代的电视媒介	韩 颖(992)
试论新世纪广播电视的生存与发展	张海燕(995)
广播文艺初探	李小明 赵 红(999)
浅谈农村有线电视建设和管理中存在的几个问题	张传意(1007)
县乡镇有线电视网络管理工作亟待加强	仲大龙(1011)
广播电视产业化发展探析	李 超(1014)
浅议广播节目的设置	王红岩(1017)
浅谈广播短信互动节目	王 磊(1020)
浅析广播电视报的引导性	谢春明(1023)
以科学发展观为统领的长远规划广电业发展之路	屈剑波 汪孟霞(1026)
网络伦理的现状与前景分析	朱琳琳 姚莉莉(1029)
有线电视收费管理浅谈	赵桂云(1032)
县市电视台市场化经营浅析	田士华 梁 超(1035)
浅谈中国数字电视	肖艳华(1038)
发展农村有线电视网络的途径	田利民(1040)
探讨有线电视费收取和管理的几种方式	王建丽(1042)
浅析广播电视报的发行渠道	谢春明(1045)
互联网文化与电视文化的碰撞与构建	姚莉莉 朱琳琳(1048)

有线电视网络在农村快速发展	张新峰(1050)
广电业务的现状、趋势和思考	韩宗尧(1052)
中国数字电视发展阶段概览	何淑惠(1055)
浅论有线电视的发展	刘秋菊(1058)
关于有线电视网络营销模式的分析	郭 婧(1062)
农村有线电视网络的管理与维护	李发资(1065)
有线电视收费管理探讨	仲大龙(1067)
对农村有线电视网整改的思考	田利民(1070)
扩大与发展新农村有线电视的几点认识	张新峰 王永华(1072)
浅谈如何加强县级电视台的通联工作	张瑞祥(1074)
为新农村建设服务是县级台的神圣职责	王林平(1077)

业务理论

媒体在现代社会的角色定位	高 川 张元鹏 柳晓辉(1081)
关于转型时期大众传媒的文化思考	崔海红(1084)
论权力对中国新闻传播事业的制约与影响	徐洪波(1091)
媒体精细化管理之我见	裴 蓓(1094)
解析中国体育产品明星品牌攻略	吕 涛 李建军(1098)
电视自我营销的前提条件	阎威臣 许 颖 李建军(1102)
论电视媒体在发展中应承担的社会责任	王晓丽(1105)
从艺术理念与电视技术的变化看电视包装的发展	孙春丽 樊晓健(1109)
抓住机遇努力做大做强国产动漫产业	崔兆厚(1114)
试论电视纪录片的真实性	胡松梅(1118)
地方台电视新闻节目创新初探	李红梅(1122)
浅谈政绩新闻报道	李红梅(1125)

隐性采访的分类及利弊分析	滕金芳(1129)
地市级广电传媒的经营浅议	张 丽(1134)
谈新闻资源的开发与再利用	周 刚(1137)
娱乐时代的纪录片	王 展(1140)
由广告引发的对银行品牌建设的思考	陈心悦(1142)
也论娱乐“革命”	李之文(1148)
浅谈新兴互动媒体——手机	何东亮(1151)
西方主流媒介社会角色描述	徐洪波 廖 莹(1155)
浅谈大众传播媒介的伦理问题	徐洪波(1158)
浅论电视经济报道的发展方向	韩 峰(1161)
影之魅——浅谈对影视美学的一点认识	乔彦荣(1165)
人生第一场生别离——观纪录片《幼儿园》有感	徐 伟(1172)

档案财务思想政治

创建先进文化传播窗口 开发声像档案服务功能	汪孟霞 庞 岩(1175)
浅谈档案信息资源的开发利用	吴春燕(1178)
加强声像档案管理工作迫在眉睫	陈洪跃(1181)
浅谈做好有线电视用户档案管理工作	丛地连(1184)
提高认识,更新观念,做合格档案专业人才	吴 娟(1187)
如何管理农村有线电视用户档案	刘 忠(1193)
浅谈如何改善干部人事档案管理	崔 莉(1196)
家庭档案的搜集整理	王淑平 董文秀(1201)
浅议声像档案的管理	马 运(1204)
浅谈干部人事档案管理中的几个问题与对策	巩 霖(1207)
浅谈档案管理中的保密工作	周 玮(1211)
中小型企业档案管理初探	马 运(1214)

浅谈内部审计的意义和存在的问题	张学玲(1217)
浅议广电网络公司的财务管理	王文波(1221)
财务分析报告制度在广电事业中的运用和规范浅议	张宗利(1226)
谈新企业会计准则下的税务风险管理	马骁骥(1230)
浅谈对会计监督的认识	陈 钰(1233)
构建会计信息诚信体系,防范会计造假	宋述美(1237)
财务管理能力在现代企业中的核心作用	闫春玲(1241)
浅析稳健性原则在财务分析和管理中的运用	张宗利(1245)
论新闻记者的职业道德	王淑荣 王艳荣 刘爱国(1249)
浅谈办公室主任的领导艺术	周学彬(1255)
职业精神三议	朱晨阳(1258)
电视媒介如何建树自身的公信力	郭晓利 贾桂芳(1263)
广播电视在公民道德建设中应发挥的作用	张海燕(1266)
论市场经济条件下新闻工作者的职业道德	王 萍(1269)
办公自动化建设浅析	石 琳(1273)
加强和改进党员教育管理工作的思考	姜卓曼(1276)
浅谈做好办公室工作的几点认识	崔兆厚(1279)
浅议管理心理学在管理中的应用	高 炜(1282)
思想政治工作者的重要职责——用沟通促进和谐	于桂芳(1286)
“情”与思想政治工作的关系浅说	姜卓曼(1291)
深化人事制度改革,提高人事管理水平	耿 雁(1296)
让每个职工都把学校看成是自己的	宋明刚(1299)
大学生就业心理及对策分析	王 志(1303)
西方文化背景知识的积累对英语学习的作用	孙垂青 王慧梅(1308)

队伍建设

- 浅析地市广电队伍建设中存在的问题及对策 丁照斌(1315)
- 充分发挥广播电视在社会主义新农村建设中的职能作用
..... 丁文龙(1321)
- 把握先进文化前进方向 正确引导热点舆论导向
..... 王 虎(1327)
- 让经济报道充满生活气息 王 丽(1330)
- 县级广播电视部门建立音像资料档案之我见 丁文红(1333)
- 浅析广播电视在公民道德建设中的应有作用 张惠敏(1336)
- 关于广播电视舆论监督的几点思考 刘廷昌(1339)
- 争当学习标兵 适应时代发展 王永华(1342)
- 提高政策水平 把握舆论导向 王忠民(1344)
- 着力打造新闻工作者的良好形象 张红娟 闫茂营(1348)

受众研究

- 电视隐性采访的观众态度研究 张福升(1353)
- 抓住听众心理办好广播节目 王统计(1357)
- 从频道专业化看收听率 沈宝明(1360)
- 浅析从受众出发改革新闻报道 王 君(1364)
- 新闻宣传过程中受众兴趣心理初探 姚 芬(1367)
- 老年受众接触传媒行为研究 李 莉(1370)
- 经济新闻报道中的受众心理 徐凤玲(1374)
- 电视广告艺术品性与观众的心理同构 朱 芳(1378)
- 浅论广播与听众沟通和交流的有效性 刘 艳(1381)
- 对音乐广播频率目标受众的分析与思考
..... 赵 红 李小明(1383)
- 浅谈发挥受众在新闻传播中的作用 杜庆学(1387)

新闻传播中的受众本位心理浅析 姚 芬(1390)

广 告

试论县级电视台广告节目的现状 王 霞 陆国华(1393)

浅论地市级电视媒体中的汽车广告 郑殿军(1397)

漫谈虚假医药广告 莫丛悦(1400)

漫谈广告的引导作用 郑立红(1403)

浅论感性诉求电视广告创意原则 黄旭升(1406)

好广告创意的几个要素 孙旭东(1409)

浅谈广播广告的优势及创作要求 刘希兰(1412)

广播广告如何走向专业化运营 王 奎(1417)

浅析电视广告宣传中常见的误区 范 静 刘洪路(1419)

电视广告创意策划随想 李 莹(1422)

浅谈电视广告的“忌讳” 李振新(1425)

广告与明星的责任 薛全红(1428)

浅议电视广告的文化内涵 肖守祥(1430)

论媒体形象广告语创作 许家富(1433)

突破电视广告经营中的价格“瓶颈” 李素红(1437)

电视广告的策略 王广杰(1440)

试论电视广告如何突出“第一印象” 朱彩虹(1444)

谈虚假广告的治理 苗维金(1448)

浅议广告管理中的思想政治工作 于桂芳(1450)

文化广告业的发展 张 健(1454)

把客户关系管理引入电视台广告运营中 黄乃璋(1456)

浅析《广告法》操作层面的缺失 尚 雅(1460)

论广告策划 段晓婧(1463)

广告的媒体自律及社会责任 胡砚群(1468)

对广播中医疗服务类广告的思考 李金武(1471)

浅谈如何提高广告投放效果	于向军(1474)
浅析广告的亲情诉求	万桂杰 崔 华(1477)
浅谈县级电台提高广告创收的几点做法	
.....	周明明 王玉萍(1481)
浅谈广告业的经济效益和文化潜质	王文胜(1484)
小议平面广告版式设计的形式	孙英杰(1489)
浅谈电视二类广告的版面资源与经营	刘怀昌(1492)
广告投放战略研究	相德蕊(1495)
浅谈品牌形象代言人与品牌塑造	许 颖 阎威臣(1498)
报纸形象广告:媒介新的风景线	吕 涛 李建军(1502)

浅析县级广播电视的生存与发展

李学成

在经济全球化、信息网络化的今天,全国各省、市广播电视台也在积极探索媒体发展新思路,加快媒体集团化发展步伐。面对形势的挑战和信息网络化对广播电视发展带来的机遇,县级广播电视要在竞争中走出一条自我生存、自我发展的新路子,应注意以下几个方面。

一、坚持社会效益是广播电视生存之本

我国的广播电视业是各级党和政府的“喉舌”,具有强烈的意识形态,负有社会教育使命。因此,它不可能像国外的广播电视一样全部推向市场,节目也不可能全部由市场来决定取舍。坚持社会效益第一,是我国广播电视生存、发展之本。但是从社会效益和经济效益相统一的观点来观察、考虑问题,就不能不考虑听众、观众的精神食粮的多样性。因为没有人听、没有人看的节目,肯定是没有社会效益、没有经济效益的。如何坚持社会效益与经济效益的统一,使广播电视节目让大家喜闻乐见呢?重点要把握好以下原则:

其一是政治性。我国的广播电视从它诞生开始,就是执政党打击敌人、教育鼓舞引导人民的工具。“喉舌”这种属性不是中国的专利,是世界各国通用的。一个国家、一个政党必须牢固掌握这个工具。在改革开放的今天,广播电视既要把党的方针政策法令法规传达贯彻到人民群众之中去,教育引导人民群众怎样去遵照

执行,又要将人民群众贯彻、执行党的方针政策的实施过程,以及取得的效果和他们的呼声要求反馈出来,成为连接党和人民群众的桥梁。对此,最重要的一点就是坚持正确的政治导向。导向正确与否,不仅仅影响着社会舆论,同时也最大限度地影响着自身。

其二是大众性和社会性。广播电视作为一种传播媒体,从广义上讲,它的服务对象包括所有的人,广播电视的第一属性就是大众性。广播电视是社会化的产物,他的第一责任就是把人们引向正义的、符合道德与伦理的正确轨道上来,提高人们辨别是非曲直、邪恶和正义、真与假、伪与善的能力。大众性和社会性决定了广播电视要多宣传报道社会现实生活中的人和事。

其三是知识性和艺术性。知识性和艺术性有基础知识、科普知识等无所不包。同时,又是分层次的,什么样的人接受什么样的知识和艺术,什么样的知识和艺术应该用什么样的方式去传授,很值得研究和推敲。现有多数地方台,缺乏对知识性、艺术性的整体构思,既无系统又少趣味,呆板僵化,枯燥无味。因而办知识性、艺术性节目大有文章可作,大有潜力可挖。特别是现在人们对广播电视的知识性、艺术性要求愈来愈高,粗制滥造的节目已越来越没有市场,再好的选题,再好的主持人,如果缺乏艺术的造诣和包装,也不会受欢迎。

其四是服务性。广播电视的服务不是特定的专对一人一事的,而是一种对社会的整体服务,它们有的以广告面目出现,有的通过制作的节目形式出现,已经形成了一种提供社会服务与经济效益相结合的形式,并产生了相当可观的社会效益和经济效益。作为广播电视部门,一定要牢固树立服务意识,主动地为合作方提供真诚有效的服务。如果我们能真正做到让服务深入到市场和生活领域当中去,服务性节目的生命力将会更强。

二、“经营广播电视”的思维是广播电视发展之基

新世纪,面对新生媒体、先进媒体的挑战,面对新形势、新任务

的挑战,广播电视要发展壮大,就必须要有“大”思维,要杜绝急功近利和小富既安的思想,参与市场、参与竞争,多渠道向外延伸拓展发展项目,寻求新的经济增长点,才能把新世纪的广播电视不断做好、做强,做大。

一是要有产业意识,有经营广播电视的思维。随着改革开放的不断深化,随着国内外竞争的日趋激烈,广播电视的产业属性已被越来越多的广播电视同仁所认识。如何经营好这份产业,就要求我们有生存与发展的战略思维。这就好比一个企业要生存发展,首先要有适销对路的产品,这样才能赢得市场。

二是要多渠道探索创收途径,为广播电视发展寻求新的经济增长点。目前当务之急是要与市场相结合,针对市场趋向,开辟相应的消费类节目,例如视频点播、股市行情等。一方面能增加创收,同时也给观众听众提供大量的实用信息和专业知识,另一方面利用广播电视传媒优势,以扩大广告、提供技术服务、创办实体等方式扩大创收。“一业为主,多业并举,利用媒体优势跨业经营”已在很多地方成为现实。像湖南广播电视台在自身广播电视节目办的异常活跃、新颖的同时,它的第三产业诸如世界之窗、宾馆等也十分庞大,为弥补事业发展经费不足,解决就业门路等起到了十分积极的作用。

三、深化人事制度改革和内部管理,是广电生存与发展的关键

媒体的竞争说到底人才的竞争。这在县级广播电台还表现得不够突出和明显,但在中央级、省级一些大台我们就可看到。一个名播音、一个名主持人会带动一个节目甚至一个台的收听收视率。

一是要进行人事制度改革,引入竞争机制。实行全员聘用聘任制和末位淘汰制,逐步建立一套与市场经济相适应、符合广播电视行业特点的单位自主用人、人员自主择业、组织合理调配、配套措施完善的管理体制,做到人员能进能出、职务能上能下、待遇能