

# 媒介经营管理创新思维

MEIJIE JINGYING GUANLI CHUANGXIN SIWEI

马建平 卞 华 / 著

中国传媒大学 出版社

# 媒介经营管理创新思维

MEIJIE JINGYING GUANLI CHUANGXIN SIWEI

马建平 卞 华 / 著

中国传媒大学 出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

媒介经营管理创新思维 / 马建平, 卞华著. —北京: 中国传媒大学出版社, 2007. 8

21 世纪新闻传播学丛书

ISBN 978 - 7 - 81127 - 028 - 0

I. 媒… II. ①马…②卞… III. 传播媒介—经济管理

IV. G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 129903 号

## 媒介经营管理创新思维

---

编 著 马建平 卞 华

责任编辑 蔡开松

责任印制 曹 辉

封面设计 阿 东

出 版 人 蔡 翔

---

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编 100024

电话: 86 - 10 - 65450532 65450528 传真: 65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

---

印 刷 北京京晟纪元印刷有限公司

开 本 670 × 970mm 1/16

印 张 17.5

版 次 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978 - 7 - 81127 - 028 - 0/K · 028 定 价: 36.80 元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

## 作者简介

马建平 湖南株洲电视台综合频道总监，主任记者，中国电视纪录片研究会会员。1992年湘潭大学哲学系毕业，分配到株洲电视台工作至今。先后担任记者、编辑、专题部主任、广告文化传播公司总经理、综合频道总监。从事新闻工作16年，先后有60多万字新闻作品在中央、省、市新闻媒体刊播。其中《生命如歌》、《爱心与你同行》、《小村广播站》、《在国企改革中构建和谐》分别获中国广播电视新闻大奖和中国新闻奖。主要研究方向：地市电视媒体的运行与发展。已发表学术文章约30万字。

卞 华 湖南工业大学教授，硕士生导师。毕业于湖南大学和中山大学，曾受聘于广州电视台、广州有线电视台、株洲电视台和南方传媒等媒体，先后从事编辑、策划、编导和经营管理工作。主要研究方向：创新思维与媒介经营管理。出版有《创造性思维的原理与方法》、《管理创新思维概论》等六部著作。



21世纪新闻传播学丛书

会议新闻学 靖 鸣 著

新闻传播社会学 蒙南生 著

新闻文本学 谢 晖 著

● 媒介经营管理创新思维 马建平等著

.....

# 目 录

## 第一章 媒介经营管理创新思维概述 / 1

### 第一节 媒介经营管理创新思维的含义 / 1

一、思维的含义 / 1

二、思维的本源 / 1

三、思维的分类 / 3

四、创新思维 / 4

五、媒介经营管理创新思维 / 4

### 第二节 媒介经营管理创新思维的心理基础 / 6

一、媒介经营管理创新思维的心理动因 / 6

二、个性与媒介经营管理创新思维 / 17

三、心理健康与媒介经营管理创新思维 / 22

四、媒介经营管理创新思维过程中的心理表现 / 28

### 第三节 媒介经营管理创新思维与社会一般环境 / 31

一、媒介与社会一般环境的关系原理 / 32

二、影响媒介经营管理创新思维的社会一般环境系统  
分析 / 34

## 第二章 媒介经营管理创新思维的基本性质 / 41

### 第一节 媒介经营管理创新思维的本质与作用 / 41

一、媒介经营管理创新思维的本质 / 41

二、媒介经营管理创新思维的作用 / 43

第二节 媒介经营管理创新思维的特征与规律 / 44

一、媒介经营管理创新思维特征 / 44

二、媒介经营管理创新思维规律 / 52

第三节 媒介经营管理创新思维方式与结构 / 57

一、媒介经营管理创新思维方式 / 57

二、媒介经营管理创新思维结构 / 59

第四节 媒介经营管理创新思维的功能与类型 / 62

一、媒介经营管理创新思维功能 / 62

二、媒介经营管理创新思维类型 / 66

第三章 媒介经营管理创新思维的构成要素和智能基础 / 68

第一节 媒介经营管理创新思维的构成要素 / 68

一、观念 / 68

二、知识 / 71

三、问题 / 74

四、责任感 / 77

第二节 媒介经营管理创新思维的智能基础 / 79

一、直觉思维能力 / 80

二、记忆思维能力 / 82

三、想象思维能力 / 85

四、发散思维能力 / 90

五、逻辑思维能力 / 94

第四章 媒介经营管理的矛盾运动与创新思维 / 98

第一节 硬件与软件、集中与分权 / 98

一、硬件与软件在媒介经营管理创新思维中的含义 / 98

|      |                              |
|------|------------------------------|
|      | 二、硬件与软件的辩证思维 / 100           |
|      | 三、集权与分权在媒介经营管理创新思维中的含义 / 106 |
|      | 四、集权与分权的辩证思维 / 109           |
| 第二节  | 有序与无序、稳定与改革 / 112            |
|      | 一、有序与无序在媒介经营管理创新思维中的含义 / 112 |
|      | 二、有序与无序的辩证思维 / 115           |
|      | 三、稳定与变革在媒介经营管理创新思维中的含义 / 119 |
|      | 四、稳定与变革的辩证思维 / 125           |
| 第三节  | 复杂与简单、确定与随机 / 129            |
|      | 一、复杂与简单在媒介经营管理创新思维中的含义 / 129 |
|      | 二、复杂与简单的辩证思维 / 131           |
|      | 三、确定与随机在媒介经营管理创新思维中的含义 / 134 |
|      | 四、确定与随机的辩证思维 / 138           |
| <br> |                              |
| 第五章  | 媒介经营管理创新思维的辅助条件与启发性原则 / 141  |
| 第一节  | 媒介经营管理创新思维的辅助条件 / 141        |
|      | 一、好奇心与媒介经营管理创新思维 / 141       |
|      | 二、游戏与媒介经营管理创新思维 / 144        |
|      | 三、心理状态与媒介经营管理创新思维 / 147      |
|      | 四、文化与媒介经营管理创新思维 / 149        |
| 第二节  | 媒介经营管理创新思维的启发性原则 / 157       |
|      | 一、具体原则 / 157                 |



二、一般原则 / 159

**第六章 媒介经营管理创新思维的想象与综合**

**艺术 / 163**

**第一节 媒介经营管理创新思维的想象 / 163**

一、想象的特点与功能 / 163

二、想象的类型 / 168

三、想象力的培养 / 169

四、想象在媒介经营管理创新思维中的运用 / 170

**第二节 媒介经营管理创新思维的综合 / 172**

一、综合的含义 / 172

二、综合的作用 / 173

三、综合能力与综合方法 / 174

四、综合在媒介经营管理创新思维中的应用 / 175

**第七章 媒介经营管理与创新思维的发散与转换**

**艺术 / 179**

**第一节 媒介经营管理的发散性思维的含义和特点 / 179**

一、媒介经营管理的发散性思维的含义 / 179

二、媒介经营管理的发散性思维的特点 / 180

**第二节 媒介经营管理的发散求异思维的基本方法和原则 / 183**

一、假设推测法 / 183

二、集体发散思维 / 184

三、媒介经营管理中开发发散性思维的基本原则 / 185

**第三节 媒介经营管理中的视角转换的艺术 / 187**

一、视角的特点 / 187

二、视角分类 / 188

三、视角转换的功能 / 190

四、媒介经营管理中的视角转换方法 / 191

## **第八章 媒介经营管理创新思维的 BS 法与集中导向法 / 193**

### **第一节 BS 法 / 193**

一、BS 法简介 / 193

二、头脑风暴法的基本原则与特点 / 194

三、头脑风暴法的实施秩序 / 197

四、头脑风暴法的适用范围 / 200

### **第二节 集中导向法 / 202**

一、集中导向法简介 / 202

二、综摄法的基本原则与特点 / 203

三、综摄法的实施程序 / 205

四、综摄法的相关操作技巧 / 210

五、综摄法的运用范围 / 214

六、使用综摄法时应注意的问题 / 214

## **第九章 国内媒介经营管理创新思维实务 / 216**

### **第一节 媒介市场经营管理创新思维案例 / 216**

一、解读中数传媒 / 216

二、凤凰卫视市场细分化战略 / 218

### **第二节 媒介产品经营管理创新思维案例 / 220**

一、媒介产品的开发与创新案例 / 220

二、媒介产品销售的创新思维案例(网络营销) / 224

### **第三节 媒介经营管理制度的创新思维案例 / 227**

一、报业结构 / 227

二、内部组织 / 228

- 三、发行渠道 / 229
- 四、资本运营 / 230
- 第四节 媒介人才资源经营管理创新思维案例 / 231
  - 一、封钢模式 / 232
  - 二、王长田模式 / 232
  - 三、夏骏模式 / 233
- 第五节 媒介广告经营管理创新思维案例 / 233
  - 一、城市电视台广告经营管理状况 / 233
  - 二、城市由电视台广告经营管理创新 / 235
  - 三、《第一时间》栏目广告经营管理创新 / 239
- 第六节 媒介组织体制管理创新思维案例 / 242
  - 一、“制播分离”体制中的创新思维 / 242
  - 二、《中国娱乐报道》现象 / 245
- 第十章 外国媒介管理创新思维实务 / 247**
  - 第一节 媒介生产经营管理创新思维
    - 《读者文摘》:由单一向多元化的创新思维 / 247
    - 一、严格把守摘编文章的质量关,采取灵活的经营方式 / 248
    - 二、积极拓展相关业务,不断完善客户的邮购资料 / 249
    - 三、福利终身制和高薪金吸引和稳定人才 / 250
  - 第二节 媒介市场管理创新思维
    - CNN:面向国际空间的创新成长战略 / 251
    - 一、激烈的市场竞争使得 CNN 的权威地位受到挑战 / 252
    - 二、改变“美国式新闻印象”,实施区域化战略 / 253
    - 三、适应时代发展,实施信息传播多样化战略 / 254
    - 四、为实施区域化和多样化战略提供强有力的技术支

持 / 255

### 第三节 媒介组织管理创新思维

贝塔斯曼的管理特色 / 256

一、对管理框架进行适时调整 / 256

二、追求协同效应 / 258

三、秉成一贯的创新信念与作风 / 258

### 第四节 媒介产品管理创新思维

《国家地理》:独特的品牌形象 / 262

一、准确、清晰的市场定位 / 262

二、保证品质、塑造品牌形象 / 265

三、实施品牌延伸策略和多文化的发行渠道 / 266

主要参考文献 / 269

# 第一章 媒介经营管理创新思维概述

## 第一节 媒介经营管理创新思维的含义

### 一、思维的含义

媒介经营管理创新思维是一种极为复杂的心理现象,具有许多重要的属性。为了弄清楚它,我们需要从思维开始研究。然而,人们对于思维的定义,至今也还没有完全一致的看法。不仅不同门类学者从不同学科角度出发对思维产生了不同的认识,而且同学科的研究者如果站在不同角度也会对思维有不同的看法。比如,英国著名的创造学家迪博诺认为:“思维是为了某一目的对经验进行有意识的探究”<sup>①</sup>。我国有的心理学家则认为思维是大脑机能对于客观环境的反映,是在社会实践中或感觉经验的基础上产生的理智认识。当前心理学界一般认为,思维是人脑对客观事物概括的、间接的反映。

从字面上考察,思维中的“思”可理解为思考,或想;“维”可理解为方向,或序。从而,思维就是沿着一定方向的思考,也就是有一定顺序的想。从概念原义上理解的含义,对于创造行为本身而言是很有意义的。

### 二、思维的本源

思维是人脑的产物。思维的出现,有自然界的功绩,也有社会

---

<sup>①</sup> [英]迪博诺:《创造学研究》,上海科学普及出版社1987年版,第83页。

的功绩。人脑发展到具有高级组织的机制,通过分子运动和化学运动,由物质能量转化所产生的功能,就是思维。思维与脑有直接关系,是脑的重要功能,就思维的本源来说,人们总要追溯到原始思维。原始思维即原始人的思维,写有《原始思维》一书的法国学者列维—布留尔说:“要理解原始人的思维,我们就应该尽可能多地在自己身上恢复那些与原始人相似的状态。”原始人的状态有什么特征呢?就是“手实际上构成了脑的一部分”,以“用手说话”构成了“用手思维”,于是“文明的进步是由脑对于手以及反过来手对于脑的相互影响而引起的。”布留尔还认为,原始思维既是神秘的又是原逻辑的,是“同一个基本属性的两个方面”,“如果单从表象的内涵来看,应当把它叫做神秘的思维,如果主要从表象的关联来看,则应该叫它原逻辑的思维”。不过“原逻辑”并不是说原始人的思维是处在“先于逻辑思维的什么阶段”,同时它不是反逻辑的,它不是非逻辑的。原逻辑思维首先要服从于互渗律。互渗律是以原始思维极其多种多样的人和物之间确立的神秘关系为基础的<sup>①</sup>。通过布留尔提出的这个互渗律,我们发现了一个很重要的问题,原来原始思维针对的也是存在的世界物质间的关系。

管理起源于人类的共同劳动,几乎和人类的历史一样久远。在对劳动分工与管理之间的关系再思考中,我们还能引出新思路。大自然恩赐给动物界的生存本能,就本能性分工和本能性管理来说,有生命就有其存在。身体各部分的分工是先天已安排好的,脑则是从整体上对各部分进行管理的机关。不过身体分工仅仅是个体自身的分工,不是群体分工,没有因果联系。大脑先天就具有管理分工的机能,只不过此时它只属于一种本能。以劳动生存为先决条件,先天的自然分工本能和脑自然管理分工的机能,扩展到群体,就出现了群体中的自然生存分工和自然管理。我们把劳动时间坐标上的这个区段认定为人类社会的低级阶段,也叫原始阶段。

---

① [法]列维—布留尔:《原始思维》,丁由译,商务印书馆1981年版,第71页。



原始思维和原始管理共同存在的也正是这个阶段<sup>①</sup>。我们在这里讨论的媒介经营管理思维也正是从此引申而来。

从人类出现开始就有了媒介。劳动创造了社会,创造了诸如语言、手势、图画、实物、示意等媒介,同时也扩大了人的欲望——知晓欲与呼告欲。人的思维正是在劳动的促使下产生出来的,人类通过在劳动中和种种事物的接触,使神经系统受到外界多样化的刺激,改进了神经系统的反应机能,锻炼了认识和区别这些事物的能力,从而促进了思维的产生。

### 三、思维的分类

由于人们对思维概念理解角度不同,因而对思维的分类也不尽相同,这就产生了不同的分类方案。

从认识阶段和认识水平角度,可将思维分成以下五类<sup>②</sup>:

**直观行动思维** 又叫动作思维,是指通过直接的动作或在操作过程中进行的思维。如儿童搭积木,不是想好再玩,而是玩起来再想,边玩边想,边想边玩。在发明创造过程中的一些实验,其操作或制作阶段,均含有一定的动作思维。

**形象思维** 是借助于具体形象从整体上综合反映和认识客观世界而进行的思维。形象思维经常会表现出较高的创造性。

**逻辑思维** 又叫抽象思维,是以概念、判断、推理的方式抽象地对某方面进行条件分析,符号式地反映和认识客观世界而进行的思维。

**辩证思维** 是指按照辩证规律而进行的思维。辩证思维注重从矛盾性、发展性、过程性考察对象并从多样性、统一性来整体把握对象。

**灵感思维** 是指凭借直觉而进行的快速顿悟性的思维。

① 陈勇勤:《管理思维导论》,经济管理出版社2000年版,第16~17页。

② 罗伟涛等:《创造性思维的原理与方法》,国防科技大学出版社2001年版,第2页。

其他的分类方式还有:按思维主体角度来分,可将思维分为个体思维、群体思维和社会思维;从其产生的效应分,可分为先进的思维和落后的思维。此外,还可从其他角度将其分为发散性思维与收敛性思维、横向思维与纵向思维等思维方式。

#### 四、创新思维

每一个正常的人都可以进行思维创新活动,这种活动既可以表现在重大科技的发明中,也可存在于对日常具体问题的处理过程中,这种活动具有狭义与广义之分,所以创新思维的概念可从狭义与广义两方面进行探讨。

狭义的创新思维是指在人类认识史上首次产生的、前所未有的,具有较大社会意义的高级思维活动。大多对创新思维这个词不太熟悉的人,都会把它和任何一个领域中高品质的新产品联系起来。特别是在艺术方面,例如贝多芬、凡高、詹姆士·乔伊斯等艺术家都是公认为具有创新思维的典型人物。

广义的创新思维则认为,对某一具体的思维主体而言,凡是具有新颖独到意义的思维,都可称之为创新思维。这种观点强调的是新颖、独到,认为创新思维就是“想到了别人没有想到的观点”,它把世界上的任何产品、任何创造都视为创造性思维的结果,当然主要是指那些表现良好的创造。在这种说法下,所有手艺精巧的工匠、建筑、艺术家都是具有创新思维的人。创新思维发挥到极致时,也会产生实体的结果,例如一个计划,一篇乐曲,一幅画甚至一首诗等等。但大多数创新思维都相对较为平凡、粗浅,没有什么杰出的结果,也产生不出什么产品。

#### 五、媒介经营管理创新思维

广义的媒介管理包括媒介经营,在狭义上,媒介管理和媒介经营也可做适当的区分,前者主要指媒介的内部管理。本书的研究针对广义的媒介管理,即包括媒介经营和管理创新思维。媒介经

营管理创新就是形成创造性的媒介经营管理思维并将其转化为媒介经营管理实践的过程,创新思维的能力是决定今后媒介经营管理成功与否的一个重要因素。媒介经营管理与创新思维的有机结合,已成为全球越来越多的专家学者研究的方向。

媒介经营管理创新思维是一种能产生独特创意结果的思维,它主要强调的是新颖性,其新颖性程度越高,那么媒介经营管理思维的创新性就越强。媒介经营管理创新思维是相对传统媒介经营管理思维而言的一种经营管理思维方式,它有其一些具体的规定:

第一,它体现出鲜明的创新性。因为,媒介经营管理创新思维相对传统媒介经营管理思维而言,对同一客体思考会体现出其特有的媒介经营管理创新特质,这一点与传统媒介经营管理思维形成鲜明的对比。这种创新性在媒介经营管理思维活动中的体现是广泛的、多方面的,既可表现在论证方式上,又可表现在思考角度,运用材料的方法和思维成果等方面上。

第二,从思维运行的过程来看,媒介经营管理创新思维是一个由各种媒介经营管理思维要素与媒介经营管理思维能力相互作用、共同进行的系统化的思维过程,它具有思维的整体性。有些学者认为媒介经营管理创新思维是一种单一的媒介经营管理思维活动形式或是几种媒介经营管理思维形式的简单叠加。其实不然,媒介经营管理创新思维是存在于媒介经营管理者头脑中高度复杂的活动过程,其各种思维活动形式及其思维活动的各因素之间,在不同程度上会产生相互作用、相互制约的联系。

第三,从思维的角度来看,媒介经营管理创新思维是广义管理创新思维的进一步细化,是管理创新思维在媒介领域中的运用,它不是单方面的、一次性的,而是贯穿于整个媒介经营管理体制改革与创新的过程中。