

陆莹 著

陆莹

论文集

LU YING LUN WEN JI

中国
广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

陆莹论文集

陆莹 著

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

图书在版编目 (C I P) 数据

陆莹论文集 / 陆莹著. —北京: 中国广播电视出版社,
2009.1

ISBN 978-7-5043-4064-1

I. 陆… II. 陆… III. ①文艺学—文集②广播工作—文集③电视工作—文集 IV. I0-53 G22-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第179053号

陆莹论文集

陆 莹 著

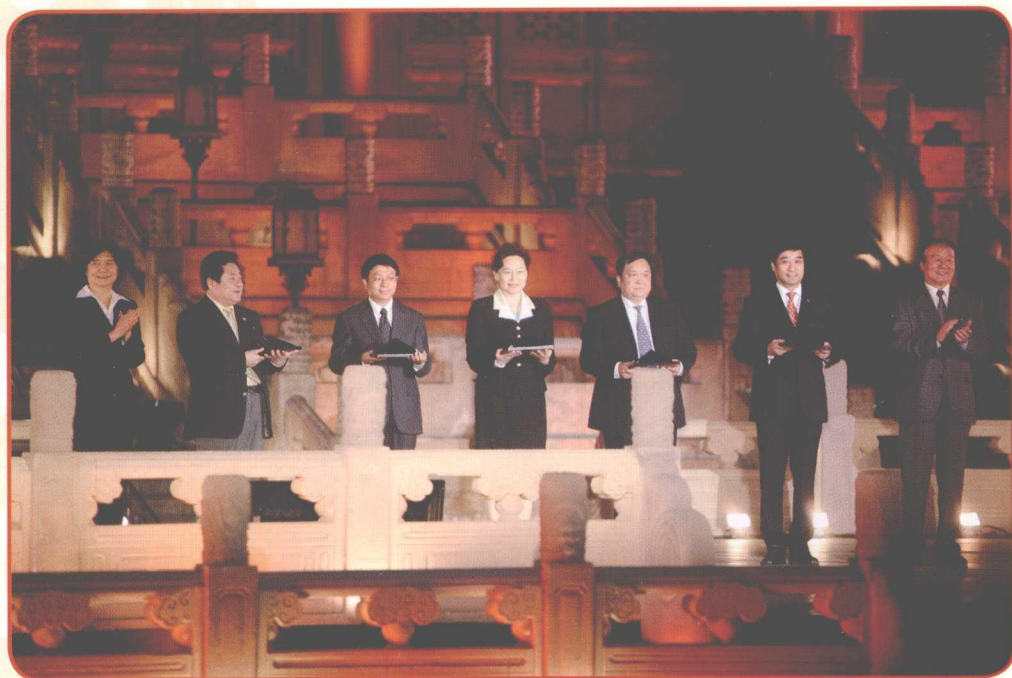
责任编辑	任逸超
封面设计	程新霞
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	010-86093580 010-86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条9号
邮 编	100045
网 址	www.crtip.com.cn
电子信箱	crtip8@sina.com
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京荣泰印刷有限公司
开 本	787毫米×1092 毫米 1/16
字 数	208 (千) 字
印 张	16.25
版 次	2009年1月第1版 2009年1月第1次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-4064-1
定 价	28.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)



北京师范大学2008届博士研究生毕业典礼暨学位授予仪式

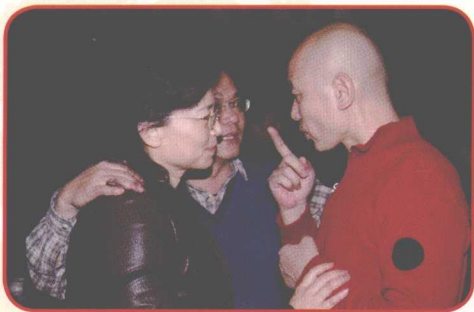




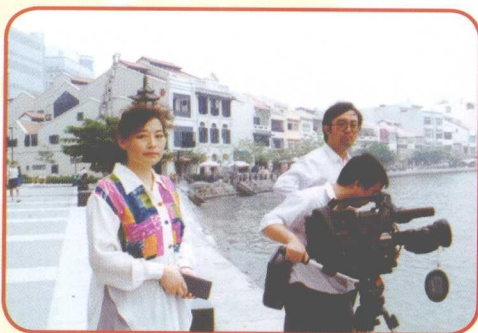












序

一个做过电视又改做广播的人，现在会关注什么呢？这本书可能会告诉你一种选择。

陆莹的传媒经历是跨广播电视的，先是在宣传管理部门做管理，宏观把握，更多的时间是直接在第一线操作广播电视，做过电视专题片，也做过电视剧。难能可贵的是，在最繁忙的时候她又获得了博士学位，其紧张的状态是可以想见的。更难能可贵的是，拥有这些经历之后，她的脚步没有停止，又开始了深度思考，如广播电视的专业化问题，同时目光又投向了新媒体。

说到新媒体，其实也算不上有多么新，只不过永远会有新东西出来吸引目光。所谓新，不过是与传统广播电视比较的一个相对概念罢了，人们关注它、使用它已经好多年了。说起网络，说起短信，谁也不陌生，早已运用自如，甚至出现了所谓“拇指经济”。在这一片热闹嘈杂声中，陆莹的深度思考便显示出了力量。

可以说，这本书的主打是《新媒介资源融合研究》，光它就有将近十万字的块头。听一下文章的名字就能感觉到作者目光的锐度。作者不仅是突破了最熟悉的广播电视，把外延拓展到了新媒介，更重要的是开始思考新媒介资源如何融合。这个切入点是有战略性的。它可能涉及到未来媒体的走向与形态，乃至媒体的社会影响力及其历史作用，是个绝对不可掉以轻心的事情。就说几乎每天都在变化的网络，它到底会对广播电视产生多大、什么样的影响，是改良，包容，还是颠覆，或者几者兼有。这个判断就会影响到媒体的决策人，他要考虑其事业的定位、前景，乃至投入多大，投到哪里。如果还不那么明晰，可以翻翻这本书，作者对新媒介资源融合的产生动因、内涵、现状、内容、模式等等都有不俗的论述。

尽管作者并非是新媒介的职业研究人士，但她的研究方式却是很科学、很现代的。稍加辩识就会发现，作者的思维中既有经济学的方法，也有媒介传播学的方法，还有大量的中西对比的方法。这些严谨的逻辑思维把我们一步步地指引到科学分析的轨道，理性判断的轨道，使原本模糊的东西一点点清晰起来。

能把新老媒介放在恰当的位置冷静观察，再把它们重叠交叉在一起寻求其共性与差异，还要得益于作者的专业训练与素养。于是书本中又出现了有关广播电视专业化的话题。敢谈论专业化，当然要是专业人士，有相当的专业修养。这一点，陆莹颇有资质。应当说，近来讲广播电视专业化的书已有不少，其中许多相当有见地。陆莹的视角主要集中在专业化经营上。作者谈到了市场和产业链问题，谈到了技术创新的大环境，也谈到了电视频道的专业化问题，这对从业者、一线操作者是很有理论和实践意义的。

这是一本跨媒体的书，凡是搞媒介传播的都可以读。这又让人想到一个问题，做传媒的，有机会还是跨一跨好，跨了，容易对做过的传媒反思总结，容易对跨过来的新领域有新的认识，不会当局者迷。陆莹就是这样。当然，前提条件是你必须是一个有心人，一个善于思考的人，一个对事业执著的人。

国家广播电影电视总局副局长 胡占凡

2009年1月

目录 Contents

Lu Ying Lun Wen Ji

新媒介资源融合研究 / 1

前 言 / 1

新媒介资源融合的动因 / 12

技术的推力 / 12

市场的拉力 / 18

效益的诱惑力 / 25

政府的助力 / 34

新媒介资源融合的现状和关联层次 / 37

新媒介资源融合的概念 / 38

新媒介资源融合的现状 / 41

新媒介资源融合的关联层次 / 57

新媒介资源融合的模式 / 64

新媒介资源要素融合模式 / 64

新媒介企业并购重组融合模式 / 84

新媒介政府—市场资源融合模式 / 101

我国新媒介资源融合模式选择 / 114

新媒介资源融合的发展趋势 / 128

新媒介叠加多元层级发展趋势 / 128

新媒介的直接经济趋势 / 134

新媒介的艺术化生活趋势 / 144

目录 Contents

Lu Ying Lun Wen Ji

试论电视频道专业化经营 / 148

频道专业化经营在影视产业化中的位置与策略 / 156

频道专业化经营管理模式初探 / 164

中国电影音乐的创作与“大音希声”的美学精神 / 172

广播媒介与新媒介的资源融合 / 182

紧扣时代脉搏 推进事业发展

——在北京国际电视周研讨会上的发言 / 193

来自大洋彼岸的撞击

——电视剧《北京人在纽约》一席谈 / 203

相互理解才能同心协力

——电视系列专题节目《同心曲》创作体会 / 209

为了北京的祝福

——音乐舞蹈交响诗《北京祝福你，香港》音乐创作情况点滴 / 212

民主的思想 真实的形象

——谈《一生》、《祝福》、《为奴隶的母亲》和《生人妻》中的劳动
妇女形象 / 217

追赶者的足迹

——评浩然近年来的小说创作 / 231

后 记

新媒介资源融合研究

前言

20 世纪 40 年代以来,以微电子技术为中心,以信息技术、生物工程、新材料和新能源技术为支柱的新技术革命在西方蓬勃展开。随着光导纤维通信技术和卫星通信技术等新技术的迅速发展,因特网应运而生并与计算机技术相融合。自 20 世纪 60 年代,美国社会开始流行“新媒介”一词。¹20 世纪 70 年代以后,新媒介被西方大学和政府所采用,主要承担收发电子邮件、传输文档、远程登录等功能。20 世纪 90 年代以后,新媒介被应用于商业和研究开发以及图书馆。此后,新媒介逐渐用来发布简单信息和商品销售。到了 20 世纪 90 年代中期以后,随着因特网技术与计算机技术的不断进步,信息传输速度和传输量进一步提高,集图片、文字、图像和声音等于一身的多媒介以及内部网络应运而生,新媒介已在包括我国在内的世界范围内扩展,并呈现出爆炸式增长。²这意味着经济社会全球化下的新媒介时代已经来临,同时也意味着一个以新媒介为

¹ 蒋宏、徐剑主编:《新媒介导论》,上海交通大学出版社 2006 年 4 月第 1 版第 12 页。

² 新媒介爆炸式地发展起来,是梅特卡夫法则在起作用,即当一个网络达到数量 N 点的节点时,它的价值将超过成本。一旦达到这一临界点,成本与价值之间的差距会随节点数量的增大而导致增大(实际上是无限的)。其内在机理,就在于互联网的接入需求和用量需求两者是互补的关系,并且都产生外部性。其外部性主要表现为某个特定网络的用户能够联通的其他用户越多,则该网络越具有价值。反过来,该网络也越能吸引更多的用户。在一个开放的环境下,互联网内容供应商只要善于结合各种市场环节以发挥就可实现服务创新。包装商和中间商只要把各种服务组合配对,就能生产出新产品。个人也可凭借个性化优势进入互联网市场。而其需求一旦超过“关键多数”,新媒介就能借以迅速发展。

核心的资源融合时代已经到来。

从新媒介诞生和发展的实际情况看，新媒介诞生和发展的过程即是新媒介资源融合的过程。首先，新媒介的诞生和发展是以新媒介技术的诞生和发展为基础的，新媒介的诞生和发展本身从根本上说就是微电子技术、信息技术、新材料和新能源技术等多种技术资源融合的结果。其次，任何一种新媒介形式的出现都是新媒介技术创新和应用的结果，新媒介越来越呈现出的多样化发展趋势，这从根本上说是网络技术和计算机技术逐步完善和相互融合的结果。随着新媒介技术的发展，新媒介以越来越多的形式呈现，主要分为网络媒介和手机媒介两大类和若干种，如网络报纸、网络电视、手机电视、手机广播、手机报、手机短信、手机彩信、手机游戏、网上即时通讯群组、对话链、虚拟社区、博客、播客、维客、搜索引擎、简易聚合等。³ 其中，既有新媒介内容产品形式，也有不少属于新媒介硬件、新媒介软件或者新的媒介经营模式。这些新媒介形式大大丰富了新媒介内容，为新媒介资源融合提供了资源基础。再次，新媒介的诞生和发展不仅丰富了传统媒介的内容，从根本上影响甚至改变了传统媒介的生产和营销模式，而且还会带来媒介形式的无序化和新媒介形式的多样化，从而促进了新媒介商业化、市场化和产业化的进程，进而导致新媒介市场化竞争，要求把不断分化出来的各种有价值的传统媒介和新媒介资源取长补短，重新组合，提高协同效用，为受众提供更新方式、更高质量和更高水平的信息，从而使新媒介之间以及与报刊书籍、广播电影电视等传统媒介之间的资源融合逐渐成为势不可挡的世界潮流。

从新媒介时代的资源融合过程看，新媒介既是媒介市场的核心

³ 闵大洪博客：《数字时代与数字传媒》，2006年11月3日。