

[第四版]

电子媒介经营与管理

Electronic Media Management

彼德·K. 普林格尔

Peter K. Pringle

迈克尔·F. 斯塔尔

Michael F. Starr

威廉·E. 麦克加维特

William E. McCavitt

北京广播学院出版社


Focal
Press

[第四版]

电子媒介经营与管理

Electronic Media Management

[美] 彼德·K.普林格尔 / 迈克尔·F.斯塔尔 / 威廉·E.麦克加维特 著
潘紫径 / 王雪 / 冯晓娜 / 张艳 译
高福安 审校

北京市版权局著作权合同登记图字:01-2003-2712

图书在版编目(CIP)数据

电子媒介经营与管理/[美] 普林格尔,[美] 斯塔尔,[美] 麦克加维特著;潘紫径等译.
-北京:北京广播学院出版社,2004.1
(中美大学生影视专业同步在读精品教材/李兴国主编)

ISBN 7-81085-165-9

I.电… II.①普… ②斯… ③麦… ④潘… III.①广播电台-经济管理-高等学校-教材
②电视台-经济管理-高等学校-教材 IV.G221-39
中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第025270号

Peter K. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt

Copyright © 1999 by Peter K. Pringle and Michael F. Starr

All rights reserved. Jointly published by Beijing Broadcasting Institute Press/Focal Press.

This simplified Chinese edition is only for sale in the People's Republic of China

(excluding Hong Kong, Macau SARs and Taiwan).

ISBN 0-240-80332-9

本书中文简体字版由北京广播学院出版社和焦点出版社合作出版。此中文简体字版只限在中国大陆地区销售(不包括香港、澳门、台湾地区)。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,翻印必究。

电子媒介经营与管理(第四版)

作 者: [美] 彼德·K. 普林格尔/迈克尔·F. 斯塔尔/威廉·E. 麦克加维特

译 者: 潘紫径 王 雪 冯晓娜 张 艳

策 划: 李兴国/蔡 翔

审 校: 高福安

责任编辑: 欣 雯/张 旭

封面设计: 阿 东

印制监制: 阳金洲

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄南里7号 邮编:100024

电话:010-65738557 65738538 传真:010-65779405

网 址: <http://www.cbbip.com>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京中科印刷有限公司

开 本: 730×988毫米 1/16

印 张: 28

版 次: 2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷

ISBN 7-81085-165-9/K·85

定价:58.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

顾 问： 刘继南
杨伟光
仲呈祥
王伟国

主 编： 李兴国

北京广播学院影视艺术学院
中美大学生影视专业在读精品教材

编委会成员

毕根辉
张一心
曹培鑫
霍文利
吴秋雅
王 宏
邢北冽
蒲 剑
蔡 翔
闵惠泉

主编的话

新千年初始的2000年2月，我们立项并承担了国家广播电影电视总局人文社会科学研究项目“中美大学影视专业在校生同步在读教材比较研究及双系列教材丛书”的出版任务。首先启动的是23本中国大学影视专业教材“21世纪中国影视艺术系列丛书”工程的前期论证、确定教材内容、写作和陆续出版工作，目前该套丛书已出版了14部。与此同时，“美国大学影视专业教材系列丛书”的前期调研、论证也在有条不紊地进行。一直以来，我们与美国几十所大学影视学院、系保持着良好的学术上的交流和教学上的联系，对他们的教学与教材建设有较多的了解。此外，东西方文化理念上的差异、各自悠久历史和传统的互补、影视艺术语言的融通性、人才培养的意识与迫切需求，使我们萌生了引进并翻译一套美国大学生影视专业在读教材的想法。经过专家、教授和北京广播学院影视艺术学院学术委员会细致的调研、论证、教材挑选，最后决定翻译并出版这套教材，首批出版的教材有：《图像 声音 运动——实用媒体美学》、《电视制作手册》、《电视现场制作与编辑》、《视觉传播：形象载动信息》、《摄像基础》、《电子媒体经营与管理》、《生活中的媒介》、《技术的艺术：影视制作的美学途径》、《影视导演技术与美学》。

这套精选的“中美大学生影视专业在读精品教材”，与我国目前使用的自编教材，具有较强的互补性，其特点体现在：

通俗易懂。教材丛书的作者多结合自己丰富的媒体工作实践，科学而又有说服力地将影视纳入媒体及艺术范畴内进行理论分析与归纳，使影视专业的知识建构系统而合理，并与其它艺术进行横向的比较分析。书中影视专业知识深入浅出、难易结合、立意新颖、知识构架严谨。每一本教材在美国均经过了较长时间的教学实践检验，具有较好的教学效果和良好的媒介评价。

艺术与技术融会贯通。影视艺术总是离不开技术的作用与支持。艺术与技术的互动依存关系是影视艺术的一大特点，这一特点也体现在这套教材之中。技术的进步与突前发展，对影视艺术的形态、创作意识、审美领

域、制作手段带来了新的思考与变化。艺术与技术的相互作用与融合，将影视艺术带入了一个崭新的思维领域与空间。

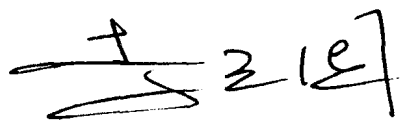
拓展知识领域。该套教材以影视艺术为本体，边缘涉及美术、音乐、文学艺术以及视觉、色彩、心理等内容。同时将影视艺术与计算机、多媒体网络、平面制作设计结合起来，形成较为全面、完整的知识结构体系。

该套教材十分可贵的是：它能调动读者的整体感受，激发读者美学思考。它带给我们一个全新的思维方式并带领我们进入一个新的艺术与技术融会贯通后的知识领域。该书不仅仅给予我们新的知识，还给我们提供了一个供影视专业学生培养自己创新观念与思维的手段、条件与方法。

近年来，国内影视专业不乏优秀的译介作品，可是能够把相当数量的美国大学生影视专业在读教材成套翻译，并与中国大学生影视专业教材同步出版、比较学习，并不多见。我们将在这种比较学习和研究中，得出更多的有益思考，用以指导我们影视专业教学，用以指导我们的影视艺术实践。这套教材不仅适合北京广播学院及各类院校的影视专业，同样对活跃在电影、电视实践领域的一线的导演、摄影、美术、录音、技术制作以及市场经营等都有意想不到的支持、启发、帮助，从而更新从业人员的创作理念、思维，更新制作手段，使影视艺术观念和创作不断进步。作为这套教材丛书编委会主编，我衷心希望读者能与我们一同分享西方影视教育的前沿研究成果。

这套“中美大学生影视专业在读精品教材”的出版是多方努力的结果。首先感谢原书作者 Herbert Zettl, Paul M. Lester, Ronald J. Compesi, Peter K. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt, Jean Folkerts, John S. Douglass, Glenn P. Harnden, Michael Rabiger 提供的如此优秀的影视专业教材，感谢北京广播学院出版社购买丛书的版权并给予出版。感谢这套丛书的译者付出的辛勤劳动以及全体译校人员的通力合作，使这套丛书圆满完成翻译、审校和定稿任务。

本套教材丛书原著题材广泛，翻译和校译人员较多，原著文笔和译文风格不尽一致，难免有不妥之处，希望学生、老师和影视工作者批评指正。



2003年5月

前 言

在本书第三版推出后的几年里，传媒领域发生了重大的变化：ABC（美国广播公司）和 CBS（哥伦比亚广播公司）等两大广播网先后易主；有线传媒巨头时代华纳兼并特纳广播公司；网络广播时代来临；60多年来第一次大规模修订电子通讯法。

新版《电子媒体经营与管理》旨在为新千年的电子媒体专业的学生提供管理知识，并指明电子媒体管理面临的空前挑战。因此，媒体领域的诸多变化到底意味着什么，就成为本书重点考察的内容。

本书在结构上仅做了一点调整，即在每章都增加一个单元，对该章所探讨的话题进行前景展望，而不是试图在最后一章里对无限广阔的未来进行整体预测。

现存的所有章节在内容上都更新，某些章节甚至做了大幅度的改动。每章都增加了新案例分析。从专业术语表和参考书目可以看出以新语言和新著作为代表的所谓“多媒体时代”（Megamedia）的特色。

我们感谢那些对本书第三版提出批评和建议的评论家和使用者的。我们尤其感谢焦点出版社（Focal Press）的工作人员，特别是我们的编辑泰瑞·雅迪克（Terri Jadick）女士——她的理解和耐心无与伦比。

谢辞

衷心感谢以下人员：

Arter & Hadden, Washington, D.C.

Blackburn & Company, Alexandria, Virginia

Dan Brown, President, Radio Chattanooga, Chattanooga, Tennessee

Duane Bryan, Promotions Director, WRCB-TV, Chattanooga, Tennessee

Don Checots, President, KPTS-TV, Wichita, Kansas

Corporation for Public Broadcasting, Washington, D.C.

Glenn B. Enoch, Director of Research and Data Services, ESPN, New York City

Fisher Wayland Cooper Leader & Zaragoza, Washington, D.C.

Ralph Flynn, Local Sales Manager, WRCB-TV, Chattanooga, Tennessee

Goodstarr Broadcasting, LLC, Wichita, Kansas

Media Services Group, Inc., Jacksonville, Florida

National Association of Broadcasters, Washington, D.C.

John B. Phillips, Jr., Miller & Martin, Chattanooga and Nashville, Tennessee
and Atlanta, Georgia

Gene Shatlock, Area Vice President and General Manager, Comcast,
Chattanooga, Tennessee

Southern Illinois University Broadcasting Service, Carbondale, Illinois

Tom Tolar, General Manager, WRCB-TV, Chattanooga, Tennessee

Joseph Vincenza, Program Director, KMUW-FM, Wichita, Kansas

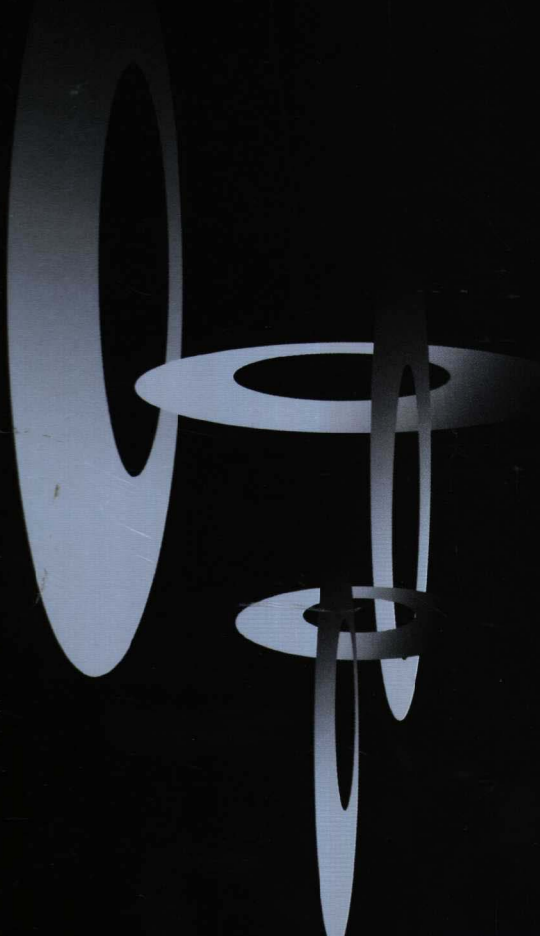
Chuck Wilkins, General Sales Manager, Radio Chattanooga, Chattanooga,
Tennessee

作者介绍

彼德·K. 普林格尔 哲学博士 田纳西大学查塔努加分校传播学教授，曾担任过电台总经理、新闻与公共事务部主任、新闻撰稿人、制片人、主持人、电视新闻编辑等多种职务。是一位深受欢迎的教授，并获得过多项学术大奖。

迈克尔·F. 斯塔尔 新闻学博士 堪萨斯高士达广播集团董事长兼主席，南伊利诺依大学卡彭戴尔分校广播电视系兼职系主任。曾创办过两家电台：斯塔尔广播集团和南斯塔尔广播公司。

威廉·E. 麦克加维特（已故）教育学博士 曾任印地安娜大学传媒系主任，出版过五部广播电视专著并发表了大量专业文章。



【中美大学生影视专业在读精品教材】

Visual Communication: Images with Messages

《视觉传播——形象载动信息》(第2版)

Paul M. Lester 著

Video Field Production and Editing

《电视现场制作与编辑》(第5版)

Ronald J. Compesi 著

Sight Sound Motion: Applied Media Aesthetics

《图像 声音 运动——实用媒体美学》(第3版)

Herbert Zettl 著

Television Production Handbook

《电视制作手册》(第7版)

Herbert Zettl 著

Video Basics

《摄像基础》(第3版)

Herbert Zettl 著

Electronic Media Management

《电子媒体经营与管理》(第4版)

Peter K. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt 著

The Media in Your Life: An Introduction to Mass Communication

《生活中的媒介: 大众传播概论》(第2版)

Jean Folkerts Stephen Lacy 著

Art of Technique: An Aesthetic Approach to Film and Video Production

《技术的艺术: 影视制作的美学途径》

John S. Douglass Glenn P. Harnden 著

Directing Film Techniques and Aesthetics

《影视导演技术与美学》(第2版)

Michael Rabiger 著



主编介绍

李兴国 北京广播学院影视艺术学院院长、教授；中国电视艺术家协会副主席；中国广播电视学会理事。

主要著作：

《摄影构图基础》(1987)

《电视照明艺术》(1993)

《摄影构图艺术》(1998)

目 录

主编的话/1

前言/1

谢辞/1

第1章

广播电台/电视台的管理/1

管理的定义/2

管理思想的演变/3

古典学派

行为学派

管理科学

现代管理思想

管理层级/13

管理职能/13

计划

组织

影响或指导

控制

管理职责/19

人际职责

信息职责

决策职责

管理技能/21

影响管理的因素/22

合法股东

竞争对手

政府

劳动力

工会
公众
广告客户
经济活动
广播电视行业
社会因素
技术

将来如何/26

总结/29

案例分析/30

练习

注释/31

补充读物/32

第2章

财务管理/34

会计职能/35

规划财务记录

准备财务报表

成本控制/66

监控财务进展/70

将来如何/71

总结/74

案例分析/74

练习

注释/75

补充读物/75

第3章

人力资源管理/77

人力资源管理的功能/78

人事安排

环境认知、培训和开发

报酬

安全与健康

员工关系

人力资源管理和行业工会/98

工会合同

工会谈判

加入工会的原因

与工会合作

人力资源管理与法律/105

平等就业机会

性骚扰

计算机的使用

将来如何/117

劳动力的多样性

员工的价值观

裁员

性骚扰

总结/119

案例分析/120

练习

案例分析/121

练习

注释/121

补充读物/122

第4章

广播电视节目策划/124

受众/125

节目部/126

职能

组织结构

节目经理/130

职责

资格

影响

广播电台节目策划/134

类型

节目来源

战略

电视台节目策划/146

节目来源

影响节目策划的因素

节目时间编排战略

电视网联播台的节目策划/154

电视网与其联播台的关系

电视网节目策划

编排节目时间

独立电视台的节目策划/159

节目策划与电视台代理公司/162

儿童节目的策划/163

节目策划与社区/168

将来如何/170

总结/174

案例分析：广播电台/176

练习

案例分析：电视台/179

练习

注释/183

补充读物/184

第5章

广播电视销售/185

销售部/186

职能

组织

销售总经理/188

职责

素质

时段的销售/191

广告价目表

销售政策

地方性销售：客户联络

全国销售与地区销售：广播电台/电视台代理公司

调研与销售/218

受众调查术语

将来如何/225

总结/227

案例分析：广播/228

练习

案例分析：电视/229

练习

注释/230

补充读物/230

第6章**广播电视推广与营销/232**

推广与营销总监/233

职责

能力

推广计划/235

受众推广/235

推广方法

销售推广/255

推广方法

将来如何/259

总结/261

案例分析：广播/262

练习

案例分析：电视/263

练习

注释/264

补充读物/265

第7章**广播电视法规/266**

背景/267

广播电视法规的作用/268

联邦通讯委员会、广播公司与公共利益

其他管理机构

- 申请与报告要求/270
- 所有权政策/278
- 节目编排方针/280
 - 政治性播出
 - 公平原则
 - 儿童节目
 - 黄金时段使用规定
 - 财务联合体条例
 - 色情、淫秽、猥亵规定
 - 暴力
 - 种族歧视
 - 愚弄性内容的播出
 - 抽奖
 - 其他法规
- 通告/290
- 广告政策/292
- 其他政策/293
 - 公共检查文件
 - 运营要求
 - 罚款与处罚
 - 管理费
- 处理投诉/297
- 将来如何/301
- 总结/302
- 案例分析/302
 - 练习
- 案例分析/303
 - 练习
- 注释/304
- 补充读物/306

第8章 有线电视系统的管理/307

- 特许权程序/308
- 特许权更新/309

第8章

	组织/310
	节目策划与安排/313
	节目组合
	经济/319
	收入
	支出
	推广/325
	管理/326
	将来如何/329
	总结/330
	案例分析/331
	练习
	注释/332
	补充读物/333
第9章	公共广播电台/电视台的管理/334
	公共广播电台/电视台的结构/335
	电视/336
	组织与人事
	管理层的任务
	广播/360
	组织与人事
	管理任务
	将来如何/377
	总结/378
	案例分析：电视/379
	练习
	案例分析：广播/379
	练习
	注释/380
	补充读物/382
第10章	步入电子媒体行业/383
	求职/384