

1969—

2009

40

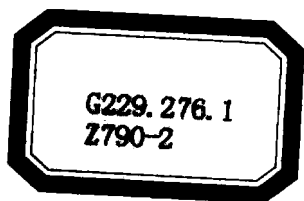
历史的跨越 丛书

跨越①之光

河南电视台建台40周年论文集

主编 / 周绍成

河南人民出版社



历史的跨越 丛书

跨越之光

河南电视台
建台40周年论文集

主编 / 周绍成

G229.276.1
Z790-2

河南人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨越之光:河南电视台建台40周年论文集/周绍成主编. —郑州:河南人民出版社,2009.8
(历史的跨越:河南电视台建台40周年献礼)
ISBN 978-7-215-06961-9

I. 跨… II. 周… III. 电视工作—河南省—文集 IV. G229.276.1-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第131941号

河南人民出版社出版发行

(地址:郑州市经五路66号 邮政编码:450002 电话:65788036)

新华书店经销 郑州市智丰印刷厂印刷

开本 787毫米×1092毫米 1/16 印张 56.5

字数 1042千字 印数 1-3000册

2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

定价:168.00元

感激历史 同创未来

周绍成

历史,是一条用岁月编织的彩带;历史,是一首用往事弹奏的华章;历史,是一幅用业绩描绘的画卷。转瞬40年,弹指一挥间,河南电视事业走过了一条从艰难起步到蓬勃发展,从繁荣昌盛到跨越升腾的崛起之路。40年的河南电视事业发展通途被时间编织的彩带环绕,被往事弹奏的华章颂扬,被业绩描绘的画卷辉映。己丑之年,九月中旬,金风送爽,情涌心田,河南电视台迎来了建台40周年的大喜日子。

今天,当我们伫立在40年的时间节点上,回顾河南电视事业可歌可泣的创业之路,可以清晰地看到开创者一路走来的坎坷足迹;今天,当我们站在新的历史起点上,瞻望河南电视事业做大做强的蓬勃前景,可以聆听到后继者憧憬未来的豪言壮语。

四十不惑,引吭高歌,岁月存照,情怀难忘。40年的风雨兼程,40年的铁血丹心,正是一代代电视人辛勤忘我的工作 and 执著不悔的热爱,才成就了电视事业与电视产业的并进、电视实践与电视理论比翼的发展格局,铸就了河南电视台与河南电视人光荣与梦想的不朽丰碑。

—

河南电视台40年的发展史,也是河南电视事业40年的发展史。在这40年中,河南电视人通过艰辛的努力,终于把一个从一间简陋机房起步的电视台,建设成为拥有一个卫星频道(河南卫视),一个境外卫星频道(与澳亚卫视联办的中华功夫频道),八个地面频道,控股有报纸(《东方今报》),自办有专业刊物(《首播》)和网站(大象网)以及演艺项目(《大河秀典》)等的复合型、现代化、多资源的综合型电视传媒集团,实现了从中部地区大台向全国强台迈进的历史性跨越。翻开厚



重的河南电视台40年发展史,可以清晰地梳理出它四个发展阶段的足迹。

第一个阶段,从1969年到1978年,是河南电视台的初建时期。河南电视事业发展是在艰难曲折中起步的,那个时候技术装备比较简陋,基本上依赖援助和自主研发,节目形态单一,多以转播为主。自办节目包括新闻、文艺、体育、社教等。新闻节目制作周期较长,时效性不强。文艺节目多以转播剧场演出为主,电视节目虽然带有强烈的“文革”色彩,但是早期电视人的艰苦创业精神为河南电视事业以后的发展奠定了基础,也为河南电视事业发展积累了精神财富、储备了人才资源。

粉碎“四人帮”以后,河南电视台的事业发展有了很大进步。为了适应形势发展的需要,尽快改变河南电视台面貌,满足广大观众的需求,更有效地宣传好党的方针政策,河南电视台提出了“一套变两套,黑白变彩色”的发展目标,开始有步骤地对电视技术设备进行更新改造。

第二个阶段,从1979年到1996年,是河南电视台的发展时期。1978年12月,党的十一届三中全会召开,中华大地处处春雷,召唤着电视工作者进一步解放思想,正确认识电视的性质、任务,并充分发挥电视的优势和潜能,为经济建设和四个现代化服务。河南电视事业的发展迎来了改革开放的春天。

在一个崭新的时代,河南电视台积极适应新的形势、新的变化。节目播出每周增加到9次,增加了转播中央电视台节目次数,机构设置也逐步从三部一室发展到五部一室,电视职能得到进一步完善。这一时期是河南电视台栏目大发展时期,综艺节目、新闻评论、电视剧、广告等节目形态纷纷出现。新闻栏目实现常态化播出,并开始向中央电视台回传新闻。新闻栏目开始尝试口播新闻、漫画新闻。新闻评论节目从最初的“口播式言论”,发展到后来的中华新闻名栏目《中原焦点》,评论力量逐步增强。文艺节目呈现出综艺化、晚会化特征。《七彩虹》成为深受观众喜爱的综艺节目,《梨园春》成为生命力很强的戏曲栏目。电视节目创作迎来大发展时代。电视剧创作开始起步,从《约会》到《红旗渠的故事》,河南电视不仅经历了一个电视剧生产的高产时代,同时也迎来了电视剧生产的精品时代。专题节目创作可圈可点,《商战》名扬四海,《扣酒风波》震动四方,《“香花”沉浮记》引起反响。1979年7月,河南电视台成立广告组,开启了河南电视的经营时代。1994年,广告部主任实行聘任制,推动河南电视台管理体制新变革,为河南电视事业的繁荣和跨越奠定了坚实的基础。

第三个阶段,从1996年到2003年,是河南电视台的繁荣时期。1996年6月1日,河南电视台第一套节目通过卫星正式播出,标志着河南卫视立足中原、服务全国、走向世界的新开端、新起点。上星播出不仅是播出范围的扩大,更重要的是促进了河南电视台节目整合与创新。作为区域性主流媒体,河南电视台不仅在中原

大地占据舆论主导地位,而且通过上星播出,向更广泛的地域、更广泛的人群宣扬了中原崛起、中原之变。

2002年,有线电视与无线电视合并,使河南电视台在原有三套节目的基础上,经过国家广电总局批准,增加到八个专业频道,呈现出繁荣发展的局面。在频道建设方面,河南电视台提出梯次发展的战略,系统规划频道定位,合理布局频道结构,使河南电视台频道集团从内容到市场定位互为补充、竞争提高,实力不断增强。

八个频道的建立,标志着河南电视台从单频道发展到多频道格局的形成,是河南电视事业发展的新突破、新跨越,改变了以往各栏目不同类别节目竞争的小格局,形成了不同定位频道之间的相互竞争、相互依存、相互补充的新局面。在多频道开始呈现的时刻,以河南电视台《河南新闻联播》的成熟为标志,一批品牌栏目开始出现,后来影响很大的《梨园春》、《沟通无限》、《中原焦点》都在这一时期呈现出前所未有的活力,频道与栏目的品质、品格、品位都提上了发展的议事日程,绿色收视率的概念开始渗透在节目中,网络等新媒体也渐渐显示出生命力,大象网的成长过程展现出河南电视台适应时代发展和社会发展的变革能力。

随着河南电视台报道能力的增强和宣传规模的扩大,步伐更加坚实,形式更加多样,国内的异地采访活动和国际间的互动交流日益频繁,在“走出去”和“请进来”的过程中,河南电视台的视野更加开阔,认知更加全面,报道机制更加健全,舆论引导更加有效,文艺晚会、电视剧生产、电视宣传管理、技术装备更新、软实力建设等方面都有显著进步,舆论引导的权威性、公信力、影响力得到进一步增强。

第四个阶段,从2003年至今,是河南电视台的跨越时期。2003年以来,河南电视台科学制定“一大多强”发展战略,一方面做大河南电视台卫星频道,另一方面实现地面频道多强并头发展的格局。在科学发展思路的指导下,河南电视台迈入了历史上各项指标快速增长、综合实力全面增强的时期,这一时期也是河南电视台美誉度、影响力和凝聚力全面提升的时期。2009年元旦,河南卫视全新改版,推出“爱心与责任”的新定位,河南电视台通过不断创新改革,实现了从区域性媒体向全国性媒体的跨越。

新闻宣传是河南电视台各项工作的重中之重。作为历史事件的见证者、记录者和参与者,河南电视台一直坚持“新闻立台”,立足大局,唱响主旋律,打好主动仗,认真实践新闻宣传“三贴近”原则,坚守新闻核心价值观,不断提升主流媒体舆论引导力,突发事件重反应、正面宣传重创新、典型报道重影响、舆论监督重实效,不仅圆满完成了各项时政报道,积极组织了“中原崛起”、“科学发展观”、“和谐社会建设”等系列主题报道,而且圆满完成了“普京访问少林寺”、“黄帝故里拜祖大典”、“中原文化行”等重大题材报道,以及任长霞、洪战辉、谢延信、李连成、白洁等



典型人物宣传报道,在“南水北调中线穿黄隧洞开工”、“7·29 陕县淹井矿工大营救”、“纪念焦裕禄逝世45周年大会”等新闻直播报道方面更是日益精进。为确保新闻宣传工作的开展,河南电视台不断改革新闻宣传机制体制,不断加大新闻宣传的投入,不断改进新闻宣传方式,确保河南电视新闻的主流地位,受到了省委省政府的高度赞扬。

河南电视台推行“品牌战略”,着重打造频道栏目和品牌活动,各项事业走向全面繁荣,成功实现了电视业的中原突围,实现了中部地区大台向全国强台迈进的历史性转变。河南电视台整体实力得到全面增强,整体形象得到全面提升,正沿着跨越式发展的道路快速崛起。

二

河南电视台40年的发展离不开省委、省政府的亲切关怀,离不开社会各界的热情支持,更离不开广大观众的积极参与。在河南电视台筹备开播、从黑白到彩色、迁入彩电大楼、节目上星播出、多频道快速发展等各个发展的关键时刻和发展时期都有着来自社会力量的支持与支撑。

走过40年的河南电视,前行的步履更加稳健,发展的意识更加理性。实践告诉我们,电视的发展离不开时代的发展,而时代的发展又离不开电视的宣传,只有融入时代的大潮之中,电视才能充分发挥其“第一媒体”的重要作用。与时代同行,与观众同行,河南电视台始终牢记喉舌功能,打造责任媒体,用爱心与责任定位,用中国特色的社会主义理论体系、马克思主义新闻观指导电视的发展,积极倡导并践行主流媒体责任意识,努力打造河南电视台阳光健康、积极向上的形象,体现媒体的主流意识和核心价值观,树立责任媒体的公信力和美誉度,一边着力提高收视率,一边积极倡导净化荧屏;一边精心打造品牌栏目,一边自觉抵制媒体公害,始终坚持用科学发展的理念和理性发展的思路,提升主流媒体的舆论引导能力。河南电视台在“一大多强”战略实施过程中,以媒体前沿理论为指导,根据电视发展的产业规律,引入了一系列科学管理的理念,大胆进行体制创新,不断推进人事和机构改革,积极探索建立节目评估体系和动态管理体系,科学制定河南电视台成本核算实施细则,加强节目管理,明确投入产出比,使全台的管理趋于科学、规范。目前,河南电视台已建立了一整套规章制度,形成了以制度促管理、以管理促发展的良性循环。

走过40年的河南电视,多彩的荧屏更加绚丽,丰富的节目更加好看。作为最现代化的大众媒体,电视满足着人们日益高涨的精神文化需求。建台至今,全合同

仁持之以恒地在节目内容、节目形式上进行着不断的创新和改革,积极推行“品牌战略”,打造专业化频道和品牌栏目。卫星频道重点打造了《梨园春》、《武林风》、《沟通无限》、《华豫之门》四大品牌栏目,并在周末编排中形成强大的收视阵营。《梨园春》作为河南电视台的名片,河南省的文化名片,收视率一直保持全国同时段前三位。栏目不断创新,赢得了国家领导人和国家广电总局的高度重视和赞誉。《武林风》是这5年来成功打造的又一品牌栏目,和《梨园春》形成一文一武的局面,充分发掘了河南传统武术文化资源,树立了河南电视台的文化品质,被评为全国十大原创栏目。《梨园春》、《武林风》还不断利用自身品牌影响,延伸开放品牌活动。《梨园春》重拍了经典样板戏《红灯记》,开展了赴澳大利亚悉尼歌剧院、赴南美洲举行系列巡演活动;《武林风》先后走进北大、走上长城,远赴日本、美国等国家和地区,组织了多场有影响的国际赛事,吸引中外选手参加。《华豫之门》充分利用河南文化大省的文物资源,提出“收藏中国”的定位,打造出具有中原特色的文化新品质。各地面频道也先后培育了一大批品牌栏目,都市频道的《都市报道》、《情感密码》,民生频道的《民生大参考》,法制频道的《法制现场》,电视剧频道《故事聚乐部》,公共频道的《DV观察》等,这些品牌栏目也是频道收视的主要引擎,为频道创收提供了重要保障,同时也为河南电视台带来了强大的影响力、号召力、吸引力和凝聚力。

走过40年的河南电视,事业的发展更加兴旺,产业的开发更加多元。这40年也是河南电视台广告经营和产业开发不断拓展的40年。建台之初,由于计划经济的宏观调控和电视台事业全供的性质,以及整体社会观念滞后等原因,直到1990年,河南电视台还没有一个真正意义的广告创收部门。20世纪90年代,河南电视台成立了专门机构,通过公开竞聘的方式选拔广告经营负责人,并引入全新的广告经营机制,广告创收由1000多万元上升到1亿多元。进入新世纪,特别是近几年来,河南电视台广告经营和产业发展并举,以现代产业运营规律和电视经营理念指导广告创收、产业发展,推出了阳光价格体系、整合广告资源、放开专业频道广告经营、引入竞争体系等措施,广告创收以25%的速度逐年递增,2008年广告创收和产业经营突破11个亿,成为全国为数不多的过10亿的省级电视台。

在中国电视改革创新的时代背景下,河南电视台进入了一个快速发展的黄金时期,各项指标快速增长,综合实力全面增强,河南电视台的美誉度、影响力、凝聚力得到了全面提升。

为了认真总结河南电视台和河南电视事业40年来的成就与经验,这次台庆确定了编辑出版发展史、论文集、回忆录和影像志四个主题的丛书。经过广泛征求意见,并由台长办公会研究审定,丛书总书名为“历史的跨越”,具体分为《跨越之路——河



南电视台发展史》(1969~2009)、《跨越之光——河南电视台建台40周年论文集》、《跨越之歌——河南电视台建台40周年回忆录》、《跨越之韵——河南电视台建台40周年影像志》。这四本书立足于河南电视事业与产业的发展,立足于河南电视实践与理论的结合,在理性的回顾和审慎思考的基础上,对河南电视的历史进行系统梳理、整理,对河南电视的前景进行规划和展望,对电视这一现代化媒体进行分析和研究,从而使河南电视台以更加高昂的姿态和雄健的步伐跨越前行。

三

洋洋洒洒近三百万字的台庆系列丛书——“历史的跨越”即将付梓印刷了,再次审视这套历史意义厚重、现实影响重大、未来作用深远的书稿,可以看到河南电视台从一粒种子萌芽到如今花团簇锦的绽放过程,也可以看到几代河南电视人艰辛前行、探索创新的伟岸身影。作为一名在河南电视台工作了三十多年的老电视工作者,我参与了河南电视台的建设,见证了河南电视事业的发展,希望这套介绍河南电视台发展的丛书,能够对全台的同仁详细了解过去的历史和业绩有所帮助,对全国的同行进行业务交流和探讨有所裨益,对社会各界认识河南电视台和河南电视事业有所作用。让我们在实现民族复兴的伟大历史使命和构建和谐社会的进程中,充分发挥电视的功能,共同努力做好当前和今后一个时期的宣传工作,为“中原崛起”创造良好的舆论环境,在新的历史起点上永不懈怠,开创河南电视事业的新局面;在中国电视发展的大格局中知性致远,勾勒出更加清晰优美的发展轨迹!

“咫尺之内而瞻万里之遥,方寸之中乃辨千寻之峻。”40年前,从一间小小的播出间激情开播,蜗居陋室虽一穷二白,但戮力开拓的豪情光芒万丈,如今的河南电视台已经成长为中原大地主流媒体,信号覆盖全球52个国家和地区,内容涵盖政治、经济、文化、社会生活的各个领域,形成了多频道、多元化、多产业的电视新格局。站在历史的节点上,回首往昔,饮水思源;展望未来,通衢坦阔。抚今追昔,从40年前就已经出发的河南电视队伍和已经铸就的河南电视精神,为今天的跨越之韵、跨越之美打下了坚实的基础。一代代创业者们忠诚奉献,开拓创新,绽放出如今的欣欣向荣,繁花似锦。从40年再出发,河南电视台将满怀理想、饱含理性,以更加成熟稳健跨越的姿态、坚强有力的步伐不断前行,走向50年,走向100年,走向更加美好的明天!

谨以此书献给40年来为河南电视台和河南电视事业作出过奉献的人们!

目 录

感激历史 同创未来	周绍成	1
-----------------	-----	---

管理航标

——领导决策类

文化资源制胜 缔造超值平台

——河南卫视 2008 年竞争方略	周绍成	3
-------------------------	-----	---

都市频道的用人之道	王少春	7
-----------------	-----	---

坚持党性原则 正确引导舆论 唱响主旋律 打好主动仗

——河南卫视新闻宣传回顾及述评	刘建新	11
-----------------------	-----	----

创新以人为本 研发和谐共生

——河南电视台的发展战略与研发策略	杨诚勇	17
-------------------------	-----	----

恪守新闻职业道德 提高社会责任意识	石晓兵	23
-------------------------	-----	----

对于当前电视台技术工作的一些探讨	刘传福	27
------------------------	-----	----

喉舌镜鉴

——新闻宣传类

论主流媒体引导舆论的权威性和影响力

——从河南电视新闻宣传改革说起	周绍成	35
-----------------------	-----	----

探索与期待

——2003 年河南电视台新闻立台备忘录	周绍成	41
----------------------------	-----	----

电视新闻主题性报道的选择与策划

——从《中原崛起正当时》电视新闻系列报道谈起	刘建新	48
------------------------------	-----	----

搞好舆论监督的几条原则	杨诚勇	53
-------------------	-----	----

新闻必须坚持“以人为本”



——由曹爱文救人事件论新闻工作的本质	石晓兵	郝东升	56
时代的需要 使命的要求			
——简论学习和弘扬焦裕禄精神	李学洲		61
市场经济下的电视新闻记者	石建华		67
现场报道:电视新闻的最佳表现形式	周建国		70
解读“典型人物”可运用的表述元素			
——以任长霞和梁雨润的电视报道为例	许明道		72
新闻职业精神的具象化特征	许明道		78
刍议电视新闻的人文关怀	卢慎勇		82
论电视新闻与理论思维	徐东坡		85
生命至上			
——山西“黑砖窑”问题揭露的始末和体会	时舜英	郭士飞	88
媒体的“聚”和“散”			
——以“黑砖窑”事件新闻传播为例	赵 昱	付振中	92
记者在抗震救灾报道中应体现人文关怀	李 颖	刘全亮	97
电视媒体在重大灾难事件中的应对与策略	孟采霞		101
对汶川地震电视现场报道的反思	陈 晖		105
《民生大参考》:以民为本	董晓敏	石常启	108
民生新闻应处理好几种关系	李艺凡		112
电视新闻评论的“细节”魅力	张克宣		115
新闻采访与播音			
——谈新闻采访与播音艺术的有机融合	崔晓静	李红光	118
精益求精 慎之又慎			
——浅谈国际新闻编辑工作	时文君		121
省级卫视新闻的困境与对策	宋 涛		124
抽样调查的误区与对策	宋 涛		128
电视新闻,请您“带响”	李文国		131
电视新闻画面的美学性	李 科		135
“画”不惊人誓不休			
——电视摄像记者素质刍议	郭振军		138
浅谈长镜头在电视新闻中的运用	王志强		141
电视新闻报道的“三贴近”	王 玲		144
高端人物访谈节目的主持艺术	董伦峰	周洪波	147

论电视新闻的隐性采访	陈 豪	150
浅论电视新闻记者的出境	彭 勃	154
新闻侵权的成因与防范	卢超峰	158
电视新闻标题要“画龙点睛”	巴 东	163
连线报道:让电视新闻更快更具冲击力	摆向光	165
电视直播的力量	刘 音	168
美国的战时新闻管制	孔鸥洋	173

百花艺葩

——文艺创作类

河南卫视名牌栏目的本土化实践与突破	周绍成	177
创意成就辉煌		
——第二届中博会文艺晚会成功因素的分析与思考	王仁海	182
让河南春晚从本土走向世界		
——春晚“三连冠”后的思考	李 暄	186
《梨园春》栏目导演阐述	童 政	192
《梨园春》的品牌发展之路	蒋愈红	195
写在《擂台紧急风》开播周年之际	蒋愈红	200
借助擂台,提供平台,延伸舞台		
——《梨园春》专业戏曲演员擂台展演的活动理念	李媛媛	202
传播传统戏曲文化 打造电视精品栏目		
——记河南电视台名牌栏目《梨园春》	施中阳 关艳霞	206
《梨园春》的成功所引发的思考	赵 颀	210
弘扬武学精神 打造精品栏目		
——《武林风》热播的文化解析	吴立新	215
现代传媒与中华武术文化的成功结合		
——析河南电视台《武林风》栏目	汪振军	219
浅谈电视谈话节目氛围的营造	张玉良	222
再造经典 以“神”取胜		
——谈《世纪歌声》的创新与嬗变	周 峰	226
蓝海战略:“家有喜客来”的差异化竞争之路	刘志峰	229
论电视文艺的和谐美	柳伟玲	234
浅谈如何打造名牌电视文艺栏目	文 艺	238



敢问路在何方

- 对电视综艺节目发展的思索 焦晓军 244
- 浅谈电视文艺晚会的结构艺术 陈金良 247
- “风味小吃”美在风味
- 对地方春节晚会类节目的思考 李 娜 250
- 《情感密码》打开了什么锁 郭晓静 252
- 春节全球化与“春晚”文化在中国的传播 贾惠军 255
- 电视模仿秀“秀”起来 王保科 261

影像索骥

——专题创作类

传统文化辉映时代的扛鼎之作

- 简论《河之南》的创作和意义 周绍成 267

敏锐·激情·责任

- 由电视系列片《起诉在东京》所想到的 周绍成 270

物竞天择 适者生存

- 从《中原之变》采播引起的媒介发展策略之思考 刘建新 273

主流媒体的主流意识和主流作为

- 大型电视系列片《中原文化与中原崛起》创作体会 李学洲 277

以事为经 以情为纬

- 评电视纪录片《常香玉》 王保寅 281

徜徉在“似”与“不似”之间

- 纪录片编导应该向故事元素学习什么 王保寅 284

- 从《养蚕人家》看电视纪录片的创新 王志强 287

- 浅析对农电视科教节目的接近性 刘长伟 郭昕晖 292

- 七年回头说“焦点” 关艳霞 296

- 谈话节目的设计 李 明 298

- 纪录片 1+1 的艺术 杨 璐 302

- 从《大变迁》谈“命题作文” 张国权 306

- 英雄精神激励我拍摄 王 建 309

- 新闻专题的情感表现探析 国 晖 312

好剧制胜

——电视剧创作类

- 浅谈电视剧的改编 王明堂 317
- 历史长河的凝聚 时代精神的雕塑
- 谈《难忘岁月——红旗渠故事》的拍摄 姚 嘉 323
- 浅谈电视剧宣传片的创作 王少春 327
- 浅析长篇电视连续剧的结构类型 高金生 331
- 梨园艳葩
- 电视剧《祥符春秋》中巧梅和金秀儿的形象塑造 高金生 338
- 《难忘岁月——红旗渠故事》导演阐述 都 晓 341
- 《颍河故事》:把真实做灵魂 都 晓 346
- 功夫的盛宴 英雄的史诗
- 谈电视剧《少林寺传奇》的成功之道 黄锦志 348
- 长篇细做 精彩好看
- 写在《祥符春秋》播出之际 王洪礼 352
- 舞台艺术与影视表现的几点差异
- 略谈戏曲电视剧《白发亲娘》的拍摄 阿 建 355
- 看得见的音符 跳动的画面
- 观电影《天狗》节奏之魅力浅析 阿 建 358
- 色彩——影视画面的魔术师 姬建刚 363
- 《花巴掌 鼻烟壶 拨浪鼓》导演阐述 司玉生 366
- 我想飞
- 写在电影《钧瓷蛤蟆砚》试映前 司玉生 371
- 真实的情感 动人的旋律
- 浅析电视剧《任长霞》的情感化艺术表现手法 朱孟献 373

荧屏靓影

——主持人类

- “会说”也是一种境界 高汉青 379
- 电视戏曲直播类节目主持人的个性化 庞晓戈 382
- 悬念——电视主持人吸引观众的法宝 关 枫 387
- 意准韵美 情声和谐



——新闻类主持人语言表达追求	吴震宇	390
浅谈大时段新闻类节目主持人的身份设定及素质构成	金 燕	394
试论谈话类节目主持人的姿态		
——从张越的“真”谈起	管 媛	405
发现与表述		
——浅析电视新闻节目出镜记者的能力结构	王 强	410
普法节目与益智节目结合的尝试	丁 瑜	414
法制节目主持人的语言风格	张世彬	417
以人为本 互动沟通		
——浅谈电视新闻及主持人定位	段晓华	420
电视法制节目主持人素质刍议	王 宛	423

共赢天下

——产业经营类

卫星电视带来的思考	姚 嘉	427
在创新中发展 在改革中前进	周绍成	430
CIS 与电视频道品牌	王少春	436
电视媒体整合营销的平台战略	王仁海	442
关于我省电视产业发展的几点思考	王仁海	447
知识经济时代的媒体筹资策略	石晓兵	450
转变观念 把握市场		
——刍议电视内容产品多元化体系的形成和开发	张玉良	454
河南卫视:大爱无疆 打造责任媒体	王扎根	458
以差异化定位树立频道品牌形象	张少辉	460
解读电视专业频道的品牌经营	李 波	463
数字付费电视的核心竞争力	刘长伟	468
数字付费电视为何难进百姓家		
——付费电视进程缓慢原因浅析	郑国帅	471
卫星频道覆盖的“感性”和“理性”	方 伟 王小娟	474
用中国智慧打造新兴电视购物产业	王 勇	477
电视产业最具希望的经济增长点——购物电视	李 强	481
加强策划 借势借力		
——谈河南卫视正面宣传的创新策略	刘全亮	484

假日荧屏的观察与思考	彭红霞	宋琼花	487
电视营销的两极	郭昕晖		489
经营媒体与打造品牌	常虹		492
析谈电视媒体的广告服务	劳俊芳		496
省级卫视市场营销战略思考	翟颖戈		501
我国省级电视媒体经营管理困境分析	张 晗		504
省级卫视战略定位的创新趋势和价值取向	胡 岳		511
秀出中原文化的魅力			
——河南“旅游演艺秀”的路径选择	张映红		518
从一枝独“秀”到“玫瑰”绽放			
——试谈《大河秀典》的经营策略	路明涛		522
专业化·特色化·精品化			
——省级卫视战略定位解析	顾 晓		527
传承与变革			
——浅谈新形势下电视媒体的受众争夺策略	曹 阳		533

群英荟萃

——频道建设类

法律服务类电视节目应注重人文化	刘传福	541
浅谈《真情帮助》栏目的定位	刘传福	545
强化新闻媒体主功能 促进法制频道健康发展	鲁沛君	548
草根新闻的崛起与电视新闻的走向		
——河南电视台8频道《DV观察》栏目形态研究	郭修德	552
电视新闻组合式编排艺术浅析		
——从河南电视台《公共新闻网》栏目谈起	肖俊德	556
打造电视活动经济 深化文化产业改革		
——由“新声带”引发的文化产业改革思考	李 波	561
法制节目的人文关怀初探	李玉洁	564
假如生命有如果		
——简议《临刑会见》话题的把握	于 斌	568
从好看到爱看		
——河南电视台法制频道的运营理念阐释	连 荣	571
谈监狱电视宣传的警示性与人文性的统一		



——《大墙内外》栏目运作的启示·····	许 炜	574
从曹爱文与付振中透视“河南都市频道现象”·····	马 宇	579
都市频道:公益活动的“天时、地利、人和”·····	邬海涛	583
以民为本:民生新闻的精神内核		
——《民生大参考》栏目的实践与思考·····	石常启 陈宏坤	585
如何规避同质化倾向		
——浅谈《民生大参考》的栏目尝试·····	张亚芬	589
民生新闻追求“五度”俱全		
——《民生大参考》的策划理念阐释·····	陈宏坤	592
从民生视角到民生责任		
——论民生频道精神内核的建立·····	王 丹	597
由《香香美食》看生活节目的新变化·····	魏 峰	600
跨越式起跳和差异化生存		
——谈新农村频道建设·····	崔安毅	604

理性悟语

——电视思考类

电视语言的时态特征·····	王少春	611
试析《都市报道》中的语言失当·····	王少春	614
青山遮不住		
——从河南电视新闻宣传改革说起·····	刘建新	616
规律·纪律·他律·自律·····	杨诚勇	618
谈舆论批评的道德观·····	杨诚勇	623
21世纪需要全新的电视理念·····	石晓兵	626
如何减少影视作品的副作用·····	刘传福	630
以发展的视角挖掘电视资源·····	鲁沛君	632
理解新媒介		
——网络时代重读麦克·卢汉·····	张少辉	635
有感于电视节目的文化含量·····	李玉洁	639
从传播学的角度看当前历史剧·····	李 强	643
电视品牌化影响力和对策·····	崔安毅	648
从媒介类型与惯例看中美新闻文化的异同		
——《人民日报》和《纽约时报》硬新闻个案比较···	卢慎勇 赵 虹	652