

<<中国电视大趋势>>

图书基本信息

书名：<<中国电视大趋势>>

13位ISBN编号：9787508038612

10位ISBN编号：7508038614

出版时间：2006-1

出版时间：华夏出版社

作者：李新民

页数：252

字数：250000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国电视大趋势>>

内容概要

目前的中国电视正处于一个大调整、大转型的变革时期，旧的格局还没有完全打破，新的格局还没有形成，我们只有坚持科学的发展观，勤于思考，拨开迷雾，洞见未来，把握趋势，才能做大做强中国电视产业。

本书所归纳的中国电视十大趋势，有许多是把业界和学界散见于各种报刊、各个场合的论见汇集一处，以便爱好者一册在手，中国电视发展的主要趋势尽在掌握之中。

只不过作为珍上一线的实践者，作为一个电视台台长，有自己独特的视角和感受，因此，在归纳时对许多问题注入了自己的观点，如规模化、规范化、职业化包含有个人的独创。

本人虽然有9年的广播电视从业经历，但在业内充其量算个“初中生”，所以敢奢谈趋势，也许是对电视这个行业感叹太多、感情太深的缘故，在繁忙的工作之余匆匆草就，以表寸心。

<<中国电视大趋势>>

作者简介

李新民，贵州省广播电视局副局长、贵州电视台台长。

李新民同志1970年参加中国人民解放军，1980年毕业于武汉大学中文系，在部队服役期间主要从事宣传工作，1980年任铜仁军分区理论干事。

1987年转业地方工作后，先后任铜仁地委宣传部理论科科长，铜仁地委讲师团团长等职

<<中国电视大趋势>>

书籍目录

前言 一 中国电视的社会存在价值 二 中国电视的主要矛盾 三 中国电视生产方式的改革 四 中国电视发展趋势的思考第1章 产业化 一 当前电视产业化问题 二 产业化的内涵 三 无可回避：中国电视产业化的必然性探析 四 电视产业的基本结构 五 产业化给中国电视带来的影响 六 对当前产业化道路的探讨 七 贵州电视台的产业化探索第2章 企业化 一 企业化发展中面临的问题 二 企业化的内驱力 三 企业化发展的思考 四 公司化——贵州电视台的企业化探索第3章 规模化 一 当前规模化发展中的问题 二 规模化与集团化的关系 三 规模化——中国电视做大做强的必由之路 四 国内电视媒体规模化发展探索 五 规模化发展策略第4章 社会化 一 电视媒体社会化发展中的问题 二 电视媒体社会化的内涵 三 电视媒体社会化的驱动力 四 电视社会化所涉及的内容 五 社会化对电视媒体管理的要求 六 电视媒体社会化发展的原则第5章 娱乐化.....第6章 分众化第7章 数字化第8章 职业化第9章 规范化第10章 全球化结语 中国电视发展及其面临的特殊国情参考文献后记

<<中国电视大趋势>>

章节摘录

电视媒体要深入开展企业化改革，首先要分清哪些是事业性的部分，哪些是企业性的部分。从目前国内电视媒体的实际情况看，媒体的职能和属性具有多重性，这种多重性的客观存在，要求我们区别对待。

当前，我国政府所进行的政企分开、企事业分开的改革，正是体现了这种区分和区别对待，使各个部分都能得到最好的发展和发挥。

我国电视媒体长期属性单一，并且以笼统的“事业”作为定义，明显地忽略了媒体的经营职能。在事业体制下来运行和实践企业化管理的思路，刚开始还能达到治标的目的，但是随着媒体经营部分的发展，这种思路越来越无法适应竞争的需要，甚至成为媒体做大做强的一种障碍。

从我国的客观实际来看，一方面，媒体服务政府、大众的职能和喉舌职能是必须长期坚持和存在的；另一方面，媒体经营实力的提升，做大做强，也是媒体能够更好地发挥喉舌和服务功能的前提和保证。

所以实行事业和企业分开，分别对待，是一种切实的思路。

也只有这样，才能真正为媒体“企业化”提供体制的基础。否则，如果还是按照事业单位的属性来界定媒体，媒体本身连企业化的属性都不存在，何谈企业化的经营？

正所谓“皮之不存，毛将焉附”？

党的十六大明确提出了文化体制改革和加快文化产业发展的要求。

2004年2月，广电总局出台了《关于促进广播影视产业发展的意见》。

意见强调，深化机制体制改革，培育发展市场主体。把允许经营的资产、资源和业务从目前的事业体制中分离出来，面向市场进行企业转制和重组，社会服务类、大众娱乐节目、影视剧的制作经营可逐步实行所有权与经营权分离，组建公司进行企业化经营，通过资源整合和结构调整，打造一批实力雄厚、主业突出、核心生产力强的大型广播影视产业集团公司，使广播电视节目生产和经营逐步走上专业化、规模化、集约化生产经营的道路。

国有广播影视产业转制，有利于形成文化市场的竞争主体，是市场经济和文化产业发展的必然要求，也是广播影视产业改革发展的内在动力。

通过转制，国有广播影视产业可以资产和业务为纽带，建立现代产权制度和现代企业制度，形成真正意义上的投资主体、利益主体、责任主体多元化而责任有限化的经营格局，从根本上解决广播影视业发展的各种体制和机制性障碍，形成富有生机与活力的市场经营主体，推进广播影视产业的发展。

从目前来看，国家广电总局有关政策明确提出了“区分企业和经营”，并且在经营部分允许体制之外的资本进入。

这意味着媒体企业部分的属性已经在政策层面得到初步承认，下一步深化企业化改革的工作应当是，在实际当中明确地区分和确定企业部分，并根据企业运作的需要进行相应的改制、改革、公司化探索，以建立符合当今市场发展需要的现代企业制度。

P41-42

<<中国电视大趋势>>

编辑推荐

随着信息社会的来临，作为受众最大的载体——电视。

正面临着它诞生以来的最大变化和挑战。

在新世纪的一二三十年里，电视将何去何从、将变成什么，不仅是一个重大的学术问题，而且是一个紧迫的实际问题。

本书提出了中国电视行业在未来的趋势——产业化、企业化、社会化、娱乐化、分众化、职业化、规范化、全球化。

电视需要理解，电视也需要思考，让电视观众了解电视，也让电视人真正了解自己，这是编此书的目的。

中国电视将再一次的腾飞！

<<中国电视大趋势>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>