

<<广播电视节目创新创优理论与方法>>

图书基本信息

书名：<<广播电视节目创新创优理论与方法>>

13位ISBN编号：9787811271041

10位ISBN编号：7811271044

出版时间：2008-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：郭宝新 编

页数：209

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>

<<广播电视节目创新创优理论与方法>>

内容概要

《广播电视节目创新创优理论与方法》既阐述了广播电视节目创新创优的作用意义、指导思想、发展历程和基本经验，也阐述了总体原则、评价标准、主要机制和经验推广，还分别探讨了广播节目和电视节目创新创优的策略和方式。

该书荟萃了广播电视业界和学术界有关专家学者提出的最新研究成果，视野开阔，思路清晰，富于启迪，特别是在创新创优的大主题下实现了系统化，具有一加一大于二的效果。

它既是一部理论性很强的学术著作，也是一部实践性很强的操作手册，它的及时出版，一定会对中国广播电视宣传创新工作起到很好的指导作用。

书籍目录

序 言 导 言 第一章 广播电视节目创新创优的作用意义 第一节 节目创新创优的异同 第二节 节目创新创优的作用 第三节 节目创新创优的意义 第四节 节目创新创优的前景 第二章 广播电视节目创新创优的指导思想 第一节 以“三个代表”重要思想为指导 第二节 全面贯彻落实科学发展观 第三节 切实体现“三贴近”原则 第三章 广播电视节目创新创优的发展历程 第一节 节目创新创优的自发阶段 第二节 节目创新创优的发展阶段 第三节 节目创新创优的规范阶段 第四章 广播电视节目创新创优的基本经验 第一节 坚持正确的舆论导向 第二节 坚持高水准的艺术标准 第五章 广播节目创新创优 第一节 广播节目创新创优的操作方略 第二节 广播节目创新创优的现实选择 第六章 电视节目创新创优 第一节 电视节目形态的创新创优 第二节 电视节目内容的创新创优 第七章 广播电视节目创新创优的总体原则 第一节 节目创新创优的原则依据 第二节 节目创新创优的原则阐述 第八章 广播电视节目创新创优的评价标准 第一节 基本节目形态创新创优的评价标准 第二节 个性节目形态创新创优的评价标准 第九章 广播电视节目创新创优的评价机制 第一节 节目创新创优机制的目标原则 第二节 节目创新创优机制的基本特性 第三节 节目创优评优机制的创新品格 第四节 节目创新创优机制的运作内涵 第十章 广播电视节目创新创优的经验推广 第一节 节目创新创优的基本模式 第二节 节目创新创优的推广现状 第三节 节目创新创优的示范效应 第四节 节目创新创优的推广展望 参考文献 后记

章节摘录

第二节 节目创新创优的作用 当在审视广播电视节目创新创优的作用时，其实正在以广播电视节目创新创优为对象，审视其在发展过程中究竟给广播电视带来了什么新鲜的价值。

评论一个事物对另外一个事物的作用，可以说是仁者见仁，智者见智。

同时，创新创优又是动态的，其效果亦难立竿见影。

在本章中，作者只想从以下几个方面来审察节目创新创优的作用，即第一，从社会角度分析，节目创新创优为受众带来了什么；第二，从经济角度分析，节目创新创优对主体有什么作用；第三，从行业角度分析，节目创新创优给整个行业带来了什么；第四，从文化角度分析，节目创新创优对于民族文化的发展带来了什么。

一、节目创新创优满足了受众多元化的需求 在传统体制下，我国新闻事业的经费由国家财政全额拨付，生产资料由国家计划调配，享受政府财政税收政策的优惠，无须参与任何经济活动。

1978年，财政部批准人民日报社等八家在京新闻单位试行“事业单位企业化管理”双重管理模式的要求。

1979年，财政部颁发《关于报社试行企业基金的管理办法》，再次明确报社是党的宣传事业单位，在财务管理上实行企业管理的方法。

此后，“事业单位企业化管理”的经济管理体制在全国报业迅速推广，成为媒体从计划经济走向市场运作的重要转折。

随着社会主义市场经济体制的不断发展完善，新闻传播业的产业属性日益凸现。

1987年，国家科学技术委员会将“新闻事业”和“广电事业”纳入“中国信息商品化产业”序列，标志着国家对新闻传播业产业属性的认可。

在经营实践中，媒体逐渐成为市场主体，自觉或不自觉地采用现代企业管理的一些经验做法，企业化模式日趋明显且卓有成效。

20世纪70年代末，媒体商业性广告的复苏，标志着新闻媒体经营管理体制的重大变化。

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>