



用户登录

请输入您的E-mail

记住我的邮箱

忘记密码?

登录

注册

发布会议信息

在线简介

在线推荐

- 特邀报告专题 **NEW**
- 境内会议预告 **NEW**
- 境外会议预告 **NEW**
- 国际学术动态 **NEW**
- 会议评述 **NEW**

在线排行

- 高校会议发布排行
- 高校学术交流活跃指数
- 视频会议报告排行
- 视频讲座排行

在线帮助

在线链接

- 中华人民共和国教育部
- 教育部科学技术司
- 教育部科技发展中心
- 中国教育科研计算机网
- 中国科技论文在线
- 中国高校科技成果转化网
- 教育部学位与研究生教育发展中心
- 《中国科技论文在线》学报
- 国际科技进展周刊

调查问卷

工具下载

- 2008版播放器下载

首页 > 学术沙龙 > 会议评述

会议评述

2009年全国高校新闻与传播类学科教学研讨会

日期：2009-4-6 1:25:00 稿件来源：湛江师范学院 相关会议：
相关学科：新闻学与传播学

2009年1月13号至18号，由中国传媒大学传媒经济研究所主持召开的全国高校新闻与传播类学科教学研讨会在海口举行。来自全国近五十家高校的业务代表出席了会议。中国传媒大学传媒经济研究所所长、博导周鸿铎教授主持会议。

会上表们认真听取了中国传媒大学传媒经济研究所所长、博导周鸿铎教授、中科院新闻研究所研究员、博导时统宇教授、陕西电视台都市青春频道总监胡劲涛博士、中国传媒大学传媒经济研究所漆亚林博士等的学术报告，并就报告提出的问题展开讨论。

专家们就“近期视听媒体传播新动态”、“高校传媒教育和师资队伍建设”“现代新闻传播人才与教师知识结构分析”“民生娱乐的探索与研究”“新闻学专业开放式教学模式的创建与实施”等课题进行了充分的论证！

专家们的报告，或独特幽默，深入浅出；或严谨精道，高度凝练；或前瞻开拓，新潮现代；或求进探索，实用高效。

最后，代表们一致赞同周鸿铎教授主张的：“今后应定期就专业学术问题举办高校论坛，并予以制度化，以增进高校间的横向联络，实现人才流动、资源共享！”

下面就概要介绍本次会议学术报告的基本内容：

第一发言人：中科院新闻研究所研究员、博导时统宇教授

《近期视听媒体传播的新态势》

讲课风格：独特幽默，深入浅出

时统宇背景介绍：

职务：中国社会科学院新闻与传播研究所研究员、中国新闻事业研究室主任；著作：《电视影响分析》、主编《实用新闻写作》丛书、与人合著《现代新闻学》、《现代应用新闻学》等。1956年出生，河北张家口市人。1986年毕业于中国社会科学院研究生院新闻系，获法学硕士学位，后到中国社会科学院



院新闻与传播研究所工作至今，主要从事中国新闻事业的研究。现任研究员、中国新闻事业研究室主任。担任中国电视新闻奖评委。1996年参与国家哲学社会科学研究“九五”规划重点项目《中国电视论纲》的撰写工作。1997年承担了中国社会科学院的重点课题“电视媒介影响”的研究，1999年出版了《电视影响评析》。目前，研究的重点仍然在电视方面。

时统宇在报告中提出：

近年来，中国电视出现了三个看点、卖点和利润增长点——新闻类节目的民生新闻、社教类节目的讲故事和娱乐类节目的反偶像倾向（《超级女生》最有代表性）这“三点式”将引领中国电视一个时期的舆论导向和财富方位。

报告共分四个部分：民生新闻的产业价值；社交类节目的讲故事同样报告财富方位；以《超级女生》为代表娱乐节目的反偶像倾向；关于广播。

一、民生新闻的产业价值

民生新闻的意义和作用人们已经做过理论和实践的许多有益的探讨，但对产业价值的认识和研究显得羞羞答答。而这种产业价值对中国电视发展有着特殊的意义。

- 1、从直观技术层面看：民生新闻的规模化的生产能力。（主要表现在时间规模方面）
- 2、从赢利能力层面看：民生新闻的赢利对业界学界的观念上产生深刻地影响。

进而引发深度思考——

思考一、新闻类节目是不是只有社会效益而缺乏经济效益？

思考二、新闻类节目是不是“赔本赚吆喝”？

思考三、在中国的文化产业发展中，主旋律产品产业价值的财富方为何在？

例子有三：央视：新闻节目《南京零距离》可作广告招标，为自己明码标价；

教育节目《直播南京》广告超过了电视剧；

山东台的《民生直通车》被承包，属制度创新。

时教授表明：

——很显然民生新闻的某种“行而下”的内容，给人以“行而上”的思考，这当然是民生新闻的又一笔无形资产！

在回顾了中国电视在经历的两次“世俗化过程”（80年代、90年代初）之后说：

——中国电视能否担当起第三次“世俗化过程”的重任？有待观察！

- 3、专家看好——中国电视新闻的产业前景。

在分析中国电视新闻的产业前景时，时教授说：

“我担忧的是以‘满足观众需要’为借口，将‘三贴近’的方针庸俗化。把娱乐化扩大到电视领域，让电视新闻最核心的内容时政新闻边缘化使电视全面丧失内省精神和批判意识... 我实在怀疑‘新闻娱乐化’这种提法的后果！”

其实，“...主题事件化、事件故事化、故事人物化的讲好新闻故事这一走向，已经是公认的电视新

闻传播的规律之一”但是“我实在怀疑新闻娱乐化的提法和后果”。因此，我想对民生新闻的——三点忠告：

（1）新闻立台而不是民生新闻立台

新闻立台是中国电视台的基本规则。（正如：焦点访谈片头语）

“时事追踪报道、新闻背景分析、社会热点透视、大众话题评说”，是立台之本！

“我有三点追问：

①民生新闻能否容纳新闻的真正含义？

②民生新闻代表作是哪些？

③有多少民生新闻达到了新闻精品的标准？”

（2）新闻娱乐化不是世界电视新闻发展的潮流和趋势

试举了三例：三大著名案例：辛普森杀妻案、戴安娜车祸案、克林顿和莱温斯基绯闻案。

时教授明确表示：——电视的娱乐化在最简单、最残酷的事实面前黯然失色。如：911、汶川地震等。

（3）民生新闻应认真思考可持续发展的空间

思考一：到底哪部分观众是核心观众？

思考二：这些核心观众社会影响力如何？

思考三：观众中有多少是中产阶级？

总之，广告业的革命标志就是——从简单追求到达率，向注目率、精读率发展。

二、社交类节目的讲故事同样报告财富方位

1、“好看的节目不见得让人感动，但让你感动的节目一定好看”。

案例：央视：《焦点访谈》“非典”时期一炮打响。王志主持的《面对面》，一行清泪感动了亿万观众；《俺爹俺娘》“形而下”的日常生活，给人以“行而上”思考；还有：《回家》《天下父母》《往事》《鲁豫有约》等节目。

时教授认为：

——“那淡淡的哀愁、沉沉的相思，成为各种‘古董级’人物的‘城南旧事’，是民生新闻的基本格调。”

——“你们突然发现往事不如烟，原来这近乎凄美的电视节目收视率竟这样高，是锁定观众遥控器的，是主流电视节目可以和娱乐节目抗衡的一种新样式、新品种。

2、“中国电视的关怀在哪里？”这是电视批评的核心问题。

时教授认为：应该从可持续发展的高度，去审视把握电视资源，而不是用“八卦新闻”去表示自己的急功近利。

案例：上海电视台《1/7》“以人为本”的制作理念突出故事性和情节悬念；

某县的《开县关怀》“用感性演绎着最受冲击力的关怀”

时教授评论说：

——“总有一种情感让我们感动，总有一种力量让我们抖擞精神”。因为物质是第一性的；

——“故事不多，宛如平常一首歌”——正是新闻和社教节目渲染的那种命运感。这种充满沧桑、无奈、宿命、挣扎的命运感，却恰恰可以让观众产生强烈的心灵震撼和心理共鸣。将这些东西放到中国电视‘当下走势’中，主流和方向便凸显出来。

案例：《感动中国》《法制在线》《走进科学》

对比：《还珠格格》中的——紫薇 《钢铁是怎样炼成》的——丽达

——“这种感动无疑是一电视研究者可持续发展的动力之一。”

传播学的鼻祖施拉姆说：

——“动情的呼吁较之逻辑的呼吁更可能导致态度的改变”。“态度决定一切”。

的确，“寻找感动”就是寻找中国电视的永恒资源和可持续发展的空间，它同样令人信服地报告着中国电视的财富方位。

三、以《超级女声》为代表娱乐节目的反偶像倾向

所谓反偶像就是：“想唱就唱、秀出自己、原生态、平民化”，因拒绝大腕和偶像类的明星而得名。

1、借鉴点：《超级女声》收视铁三角：刻苦的选手、刻薄的评委、多变的形式。

《超级女声》值得借鉴的三点：

《超级女声》突破了演播室做节目的框框；降低了节目成本；电视利用电信、互联网（三网合一）成就了《超级女声》

2、《超级女声》低俗化问题突出：主要有两点

(1) 海选阶段的审丑奇迹：“歪瓜劣枣、南腔北调、现场直播、超级搞笑”。（不道德）

(2) 急功近利。：“彩票2元变500万”的煽情极有效果，一夜暴富。

3、《超级女声》的关键词——是“好得很”还是“糟得很”有争论。

时教授评说：

——作为一个职业研究者我更想追问：“电视台为什么要打造这么一档节目？只能从终极意义的经济关系中寻找。这里，收视率、市场份额、广告收入等是解读《超级女生》的关键词。

《超级女声》商业运做成功原因和在？

“高收视率”带来了丰厚的广告利润和商业资助，这是当代电视的一条运作规律（蒙牛酸酸乳）

——“新闻内部“行而上”的竞争实际上是“由收视率而裁决的斗争”（布尔迪厄）

（美·波兹曼教授认为：

——“有两种方法可以让文化萎靡：一是文化成为监狱，一是文化成为滑稽戏。”“如果文化被重新定义为娱乐，文化灭亡的命运就在劫难逃了。

——造成中国电视文化混乱和理性迷失的市场原因：“万恶之源是中国的收视率”（重庆电视台台长）

时教授认为：

——我不可否认《超级女声》的赢利模式和财富效应，但“君子爱财，取之有道”。

——“是精神食粮还是文化垃圾”的追问堪称中国的电视的一道世纪命题！

四、关于广播

时教授认为：本次会议关于广播的问题有两个方面

问题1、一段时期以来，全国广播低俗下流“涉性”节目泛滥。最终被定性为——“不仅是‘涉性’，而是‘涉黄、违纪、违法’。

时教授多次亮明观点——“广播的性质和职能可能在不同的语境下有不同的解读，但无论如何不是“性药”的大卖场，不是“房中术”的大讲堂。媒体放弃和践踏社会责任，最后只能是砸了自己的饭碗”。

问题2、客观原因：（1）广播长期坐“冷板凳”，政策上受干预太少。

（2）有种做法让广播看到希望，还原本色。

第二发言人：中国传媒大学传媒经济研究所所长博导周鸿铎教授

《高校传媒教育和师资队伍建设》

讲课风格：严谨精道，高度凝练

周宏铎教授简介：

职称：教授

职务：中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长

工作单位：中国传媒大学周鸿铎，中国传媒大学教授，博士生导师。1964年毕业于郑州大学，先后在国家对外联络委员会、北京日报社工作，1982年调入北京广播学院。现任中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长；兼任“第7届世界传媒经济学术会议”学术指导、中国传媒大学广播电视研究中心研究员、中央财经大学等多所高校兼职教授、《现代传播》等刊物编委；享受国务院特殊津贴。曾先后获北京市优秀教师、北京市社会科学先进工作者、“中央三台”奖教金、北京市教育系统“教育创

新工程标兵”等荣誉称号。

周鸿铎教授是我国研究传媒经济最早的学者之一，为适应信息社会的发展要求，他创建了《广播电视经济学》以及《传媒经济》等学科，同时组建了传媒经济研究所和广播电视经济研究室。主要著作有《广播电视经济学》、《中国广播电视经济管理概论》、《市场营销策略》、《中国实用广告知识手册》、《电视节目经营策略》、《广告策划》、《传媒产业经营实务》、《信息资源开发利用策略》、《网络经济》、《网络传播与知识经济》、《传媒经济丛书》（1-8卷）、《媒介产业制度论——周鸿铎自选集》、《媒介经营与管理丛书》（共12卷）、《应以传播学丛书》（共6卷）、《媒介产业案例分析》、《洞析媒介：回应媒介变革》和《传媒经济“三论说”》等著作及其他相关著作数十部，论文百余篇。

现在研究的主要课题是：传媒经济理论应用性研究、媒介经营与管理案例研究以及传媒营销管理研究。

曾承担完成的科研项目包括国家教委课题——信息资源、信息市场开发与利用；国家教育部课题——电视传播管理实务；广电总局课题——影视资本及其运营机制研究等多项大型研究课题。

教学工作情况：

给本科生讲授《传媒产业资本运营》、《电视节目经营》、《市场营销》；

给硕士研究生讲授《传媒经济研究》、《媒介经营与管理研究》、《应用传播学专题》；

给博士研究生讲授《应用传播学》、《应用传播学前沿》和《传媒经济学前沿》

周教授在报告中指出：

一、序言：

传播学作为一门新兴的学科是20世纪80年代初传入我国的。此前，我国高校只有新闻学。现在，我国高校开设传播学的已有几百所。如何提高高校新闻、传播学科的教学质量已成为高校亟待解决的问题。

总体看法：

1、我国高校开设传播学的现状？

——盲目性很大，管理者不知道传播学研究的是什么？如何应用？造成本专业的学生难以就业。

2、问题分析（六点）

（1）对新闻学、传播学缺乏科学的认知：（二者合并）

（2）学术队伍混乱（内行少。接受真传的更少）

（3）学科改革的力度不大（担心被传播学代替）

（4）没有自己的传播学。（“观点汇编”基础上的传播学，不成体系）

（5）应用传播学仅有一套（本人编的；不系统、局部性）

（6）师资短缺现象严重（人才却乏，行家不多、轻视应用）

3、当前应解决的5个问题

- (1) 强化现代新闻学、传播学理论研究（强化基础理论）
- (2) 提高理论转化为生产力的比率
- (3) 高校与社会有机结合（地方媒体）
- (4) 加强学界交流，建议：举办高校论坛（一年一次轮流坐庄）
- (5) 强化创新意识（反对照搬，要本土化）

二、新闻、传播学领域内的误区

1、误区的主要表现

- (1) “新闻无学” “新闻学是一杯白开水” “新闻学就是讲政策” “传播学就是新闻学”
- (2) “传播学要吃掉新闻学”
- (3) 借口市场需要，随便开设学科（如，“经纪学”仅仅是经营技巧和行为，不成学科）
- (4) “传播学什么都不是”（否定新学科）
- (5) “捍卫新闻学”（学科有自身的发展规律）

2、出现误区的原因：

- (1) 理论上模糊：不懂新学科形成与发展的客观规律
- (2) 思想上幼稚：不相信学科的生存能力（担心被吃掉）
- (3) 学科界定混乱（教育部目录：新闻传播学，应改为新闻与传播学）
- (4) 未建立起中国特色的传播学体系（仅用美·是施拉母基的观点汇编）
- (5) 过于相信西方的观点（其实翻译用语许多是不科学的）
- (6) 懂传播学的太少，拿来主义现象十分突出

3、怎样走出误区：

- (1) 强化新闻学、传播学的研究力度。（在经费上倾斜，重点是应用传播学的研究）
- (2) 国家学科建设委员会的专家应年轻化（对传统学科与新学科的认知有代沟）
- (3) 政治家办学和教授治校相结合（提高教授的话语权）
- (4) 改变外行领导内行的现象（各级领导一定是专家型）
- (5) 办校规模、师生比与社会需求挂钩（注重教学质量）
- (6) 注意知识更新：（历史知识、现代知识、新知识等）
- (7) 注意加强科学发展观教育

(8) 注意中国历史文化资源怎样转化为现代生产力研究

三、高校业务决策者的基本素质

1、高校业务决策者的基本素质：

——对于高校而言，他可以不懂所有学科的基础知识，不懂如何把知识转化成生产力，但是，他必须懂得高等教育，懂得人才管理。

2、基础知识：（1）领导的者的知识（一把手、系主任、教学业务、领导的权威；管理教授、青年、教辅的人员及公关、专业等）

（2）业务知识（传播学、新闻学、信息学、政治学、经济学、市场学、传媒经济等学科知识。

3、成功的高校领导：

（1）主要指学校各级领导

（2）要拥有领导的气质和权力：

气质比权利更重要；怎样表现气质；塑造气质应注意的问题；归结一句话

——因为领导着具有99%的威信和行使1%的权力。

（3）成功领导的特点：——用职工对待领导者的方式对待职工。

4、高校领导易犯的的错误：随便决策、怕担责任、盲目用人、方式单一、不重教育效益。

单讲业务缺乏目标、单讲关系忽视业绩、单讲使用忽视培训、表扬少数忘记目标、任务……

5、善于创新：对现有资源做深度开发利用；先务虚后务实；注意选拔人才等。

——“学会站在巨人肩膀上去发展自己——进入中国名牌大学的行列。

结语：高校校长、院长、系主任、教师怎样是自己的学校成为名校？有三个条件：

一流的教师队伍；善于创新的领导；师生融一的氛围。

第三发言人：中国传媒大学传媒经济研究所漆亚林博士

《现代新闻传播人才与教师知识结构分析》

漆亚林博士背景介绍：

漆亚林，四川蓬安县人，1992年大学毕业后在蓬安县广播电视局从事编采工作，1995年考入广西文化与传播学院新闻系攻读新闻学专业硕士研究生。1998年至今在广西大学文化与传播学院任教。

学术研究：

关于新时期生活类报纸的现状与发展态势

论文论著：

1 靖鸣 吴崇杰* 严三九* 漆亚林 李勤《问题新闻采访报道》天马图书有限公司；2003.12

2 《问题新闻采访与报道》（与人合著）

3 《关于司法人员违法犯罪的新闻监督》

4 岳晓华 漆亚林 黄志贵 “托起明天的太阳” 《今日广西》；NO.11；199611；新闻报道
讲授课程：

新闻编辑学 媒介热点研究 高级新闻业务 名著导读

一、现代新闻传播院系教师知识结构分析

1、为何重新审视新闻传播院系教师知识结构？

背景与问题：2008年11月份中国传播教育学会公布我国有860多个新闻传播教学点。由此可见，新闻传播教育在我国非常繁荣，但是繁荣背后，我们也看到激烈的竞争和严酷的挑战。

首先，从就业角度看：我们培养的新闻传播人才与社会的需求存在一定程度的脱节。据相关部门统计，现在全国的新闻从业人员大约有70万人，而目前在校的新闻传播的学生有20万。今年去全国600多万的大学生就业压力非常大。所以我们的新闻传播教育，包括学生的职业选择和职业规划，都要根据现实情况进行调整。

其次，媒体急需一些经过专业训练熟悉采编、销售、策划和管理人员。新闻传播院系教师的知识结构更要与时俱进，才能满足形势变化的需要。

怎样与时俱进？学院派和实践派有很的分歧。我个人认为可从四个角度分析。

从社会角度：网络时代告诉人们“知识在于检索”（以前“知识在于积累”）；

从媒介角度：出现了新的创新理论和方法（新闻的生产制造、传输和接收等方面）

从自身角度：老化、单一、封闭的新闻传播知识的积累已不适应传媒社会的发展，要求专业教师知识结构要不断更新，大众传播学遭质疑，已完全不适用。

从学生角度：面对“快捷与浮躁、丰富与复杂、眼高手低”的学生，教师应用新知识新方法加以引导。重塑师生的逻辑关系（一对一、手把手）

2、新闻传播院系教师知识结构特征？

通识知识：构建具有“通识效果”的新闻传播教师队伍。

专业知识：除新闻、传播、采编播知识外，还要懂得营销与策划、媒介团队管理。市场知识：市场机制要求新闻媒介必须在保证传播效果的同时实现可持续发展，保证社会效益的前提下实现资源的市场补偿。

网络知识：培养学生掌握信息、处理信息、加工信息的能力。

实践知识：新闻传播教育的现实要求教师要全面深入了解媒介现状、运行规律和发展现状。（多是搞中文的）美国的新闻传播教师大多有10年以上的工作经验。我国，大多从校门进校门。实践知识和技能严重缺乏，讲课主要从书本到书本。（窄播）

3、高校如何解决新闻传播院系教师知识结构缺陷？

（1）制定和完善各项学习规章制度。（把教师的实践技能培训列入计划，具体实施）

（2）加强实践性教学环节，从课堂教学中获取实践知识：（辩论、讨论、编前、编后、发布会等）

（3）经常组织教师开展新闻实践活动：（先见习后上岗；与媒体深度合作；挂职锻炼；到媒体调研进修。）

(4) 引进业界人才走上讲台。专职兼职并担任导师（开门办学：北大、清华如是也）

(5) 以媒介网络实验室为核心硬件促进知识更新。（使用率不高、初级化）

二、如何培养现代传播人才？

（一）什么是现代人才？

因英国的传播学者S. Splichal 认为：21世纪传播人才应具备四方的素质：广博的知识、客观的角度、批判的态度、准确的判断。

（二）现代传播人才的核心竞争力？

现代传播人才的核心竞争力就是：具备其他行业人员不可替代的知识、素质、能力、精神。

包括：新闻敏感、新闻视角、新闻专业文化精神和职业道德。还包括：捕捉力、理解力、分析力、判断力、表达力、沟通力以及组织、策划、管理能力等。

（三）培养现代传播人才的方法和途径？

1、观念革新：学生就是特殊的教育产品

2、方法创新：够内构建现代传播人才的核心竞争力。

3、试销对路：订单式教学的效用与意义（广东部分院校：在地方媒体设立培心中）

4、特色教育：差异化办学途径：突出特色。打造高校新闻院系独具特色的品牌。（当务之急）

例：清华大学“国际视野与实操高手”；结合地方台“优势本土特色”

5、口径大小：解决通识教育与专业教育的困惑与纠缠：

(1) 跨媒体经营造成学生的就业压力大：仅有40%在媒体就业。

观点认为：宽口径

——“新闻院系除学习社会学的知识外，更应注重专业基础和专业技能课的深入研究。

6、细分教学：因材施教对位媒介需要

目标错位：多数学生，头脑中只想“在新闻单位能找个工作，如何适应媒体与媒体兼容”。却忽视了专业技能的培养。采、编、制作和—的人才“凤毛麟角”。

7、强化实施：学在路上

新闻传播是实践性很强的专业。

美国斯坦福大学传播系主任：Theodore Glasser认为：

——“一流的新闻学和一流的新闻学理论必须根植与社会这个大课堂。

清华大学的办学理念：

——“ 素质为本、实践为用、面向主流、培养高手”

李希光教授在《新闻采访写作》一书中指出：——“ 学在路上”

综上所述：漆因亚林认为：

我国新闻传播院系教师知识结构的优化，只有与新闻传播教育的目标、方法、理念与时具进时，才能打造具有强势竞争力的现代传播人才。

本述评作者：刘瑞芳

相关会议新闻

- 山东省高校校报研究会2008年学术年会召开 [2008-5-14 20:39:00]
- 华东高校自然科学学报青年编辑与编辑工作现代化学术研讨会在烟台大学召开 [2008-6-17 21:48:00]
- 第五届长三角科技期刊发展论坛在上海交通大学举行 [2008-6-27 22:55:00]
- 2008第二届全球传播论坛隆重开幕 [2008-6-27 23:01:00] **推荐**
- “ 人民共和国党报论坛” 第五届（2008）年会部分学界人士发言综述 [2009-1-23 8:43:00]
- “ 重庆市语言教学与研究青年论坛” 会议综述 [2009-1-23 9:10:00]
- 文学沃土，作家摇篮——“ 大学教育与西北大学作家群现象学术研讨会” 纪要 [2009-2-14 8:19:00]
- “ 中国文艺理论学会” 第八届年会暨“ 大众传媒时代的文学生产” 学术研讨会 [2009-3-24 3:28:00]

[在线简介](#) | [流媒体中心简介](#) | [网站地图](#) | [支持论坛](#)

主管：中华人民共和国教育部 主办：教育部科技发展中心 版权所有：中国学术会议在线

联系电话：010-82503990 ; 010-62514015; 010-62514686 电子邮件：meeting@cutech.edu.cn; scimeet@yahoo.com