

<<形势与对策>>

图书基本信息

书名：<<形势与对策>>

13位ISBN编号：9787507833669

10位ISBN编号：7507833666

出版时间：2011-7

出版时间：中国国际广播出版社

作者：林少文

页数：288

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>

<<形势与对策>>

内容概要

新媒体时代的中国应当怎样对俄罗斯、东欧地区开展有效的传播？
在俄东媒体与公众对当今中国感受复杂的情况下，怎样让俄东受众了解真实的中国？
作为一家“外国媒体”，如何在内容与方式上满足俄东本土受众的需求，并适应他们的口味？

《形势与对策--从传播环境的新变化论我国对俄罗斯东欧传播的战略策略调整》作者就这些问题进行了深入的思考和研究，通过国际和俄东各国最新发布的传媒市场数据，并与世界从事对俄东传播的国际广播媒体相对比，总结了对俄东地区传播的共性与特性，提出了我国对俄东地区传播的战略及策略方面有极高参考价值的建设性意见。

《形势与对策--从传播环境的新变化论我国对俄罗斯东欧传播的战略策略调整》的作者是林少文。

<<形势与对策>>

书籍目录

- 引言
- 第一章 俄罗斯、东欧地区广播市场环境的新变化
- 1.1 俄罗斯、东欧国家广播市场变化概述
 - 1.2 俄罗斯、东欧国家广播事业暨网络传播的发展
 - 1.3 世界主要国际广播电台对俄罗斯、东欧地区的传播
- 第二章 我对俄罗斯、东欧地区传播现状及面临的挑战
- 2.1 对俄东地区传播历程简要回顾
 - 2.2 对俄东地区传播现状
 - 2.3 国际台对俄罗斯、东欧地区传播存在的问题
- 第三章 对俄罗斯、东欧地区传播的战略调整
- 3.1 核心竞争力：中国报道，对象国母语传播
 - 3.2 重新定位：从“政府宣传者”到“可靠的中国通”
 - 3.3 多平台战略：在线为基础、调频为前沿，短波需坚守，紧抓新媒体，其余作配套
 - 3.4 本土化战略
 - 3.5 精准化战略
- 第四章 对俄东地区传播的新闻采编策略
- 4.1 新闻报道原则一：内外有别、外外有别
 - 4.2 新闻报道原则二：中国立场，国际(当地)表述
 - 4.3 新闻报道写作规程
 - 4.4 新闻报道方法一：理解专业，表述通俗
 - 4.5 新闻报道方法二：第一时间交代背景
 - 4.6 新闻报道方法三：快节奏，攻其一点，深入展开，不求全
 - 4.7 新闻报道方法四：将静态成就报道变为对动态新闻的有机补充
 - 4.8 新闻报道方法五：换个角度谈“英明决策”
 - 4.9 新闻报道方法六：换个思路做主题报道
 - 4.10 新闻报道方法七：白描手法，淡化政治
 - 4.11 新闻报道方法八：“多分析，不评论”与“借嘴说话”
 - 4.12 新闻报道方法九：抓感同身受
 - 4.13 新闻报道方法十：服务先导，顺便“宣传”
 - 4.14 新闻报道方法十一：寓教于乐
- 附件1：塞尔维亚问卷调查结果
- 附件2：克罗地亚问卷调查结果
- 附件3：《中国与俄东地区积极开展务实合作的党际交往》
- 附件4：《解读中国：与时俱进的中国人大(中)——议会交流》
- 附件5：《解读两会：追溯中国政府机构改革之路》
- 附件6：《中国时事俄东版：解读中国—东欧贸易的不平衡现象》
- 附件7：新华社通稿《中国国家科学技术奖励大会在京举行》
- 附件8：温家宝主持召开国务院常务会议讨论并原则通过《文化产业振兴规划》
- 附件9：China adopts plan to promote cultural industry
- 附件10：《中国将进一步完善突发事件信息发布制度》
- 附件11：俄新社6月17日电《梅德韦杰夫：俄罗斯和中国将发展投资合作》
- 附件12：俄新社6月17日电《中俄两国将致力于发展边境地区环保合作》
- 附件13：中国国际广播电台消息《中俄元首举行会谈》
- 附件14：俄新社6月16日电：《金砖四国峰会呼吁提高发展中国家在国际金融机构中的代表性及发言权》

<<形势与对策>>

附件15：中国国际广播电台6月17日消息：《“金砖四国”领导人会晤在叶卡捷琳堡举行胡锦涛出席并发表重要讲话》

附件16：新华网6月16日电：《“金砖四国”领导人会晤在叶卡捷琳堡举行胡锦涛出席并发表重要讲话》

附件17：斯洛伐克通讯社《斯洛伐克总统说，斯希望借助中国来实现本国经济复苏》

附件18：中国国际广播电台6月19日消息：《胡锦涛同斯洛伐克总统加什帕罗维奇会谈》

附件19：Index网站6月20日报道《梅西奇邀请中方投资修建萨格勒布机场和普罗策港口》

附件20：中国国际广播电台《中国—克罗地亚商务论坛暨企业家洽谈会在萨格勒布举行》

附件21：(两会报道)《从修宪保护私有财产看中国社会变革》

附件22：中海油竞购优尼科深入报道

附件23：《专家论坛：布什连任》(2004年11月8日播出)

后记

<<形势与对策>>

章节摘录

英国广播公司世界电台在50多个国家调研后得出结论：国际广播听众正趋于小众化，国际广播电台必须适应这一态势，重新定位，成为分众传播（或者称作个性化传播）的国际广播电台。因而早在2000年即对英语环球广播进行了个性化调整，加强了对不同地区的针对性；同时针对不同地区听众使用的接收工具的变化和目标听众构成的新变化，调整了技术手段的部署，加大了新技术投资

。像该台对捷克的英语广播与其捷克语广播在节目类型设置上就有很大不同。

它的捷克语节目以新闻为主，内容主要侧重于对欧洲大陆的报道，特别是中、东欧各国的情况，以满足广大捷克听众对信息的需求；而对捷克的英语节目则加大了娱乐、休闲类节目的比重，从而使懂英语的听众希望听到较多西方流行文化与娱乐的要求得到满足。

德国之声在这方面也下了不少工夫，如其俄语广播的30分钟时事节目《中亚之窗》重点报道当地热门社会问题和地区性焦点问题，近年还专门开设了关于高加索地区的时事报道与分析；其英语广播也把所有的时事节目加以“本地化”，根据俄东地区最佳收听时间调整播出时间和频率，根据当地接收条件和传播环境调整节目模式和栏目结构；其保加利亚语广播特别开设了《保加利亚和保加利亚人在国际媒体上》等栏目及一系列保加利亚人关注的栏目，如《欧洲一体化进程》、《巴尔干一瞥》等，针对性很强。

三是“本土化”策略。

就国际广播而言，“本土化”指使用对象国受众熟悉的语言、贴近他们需要的内容和他们喜闻乐见的风格与形式，部分或全部在对象国本土完成节目的采编、制作和播出，包括采编人员也部分前移至对象国，并使用对象国人力。

“本土化”节目的基调更趋于“软性”，除新闻类节目外，多为文化类节目。

归根结底，节目“本土化”的目的是以潜移默化方式使受众对问题的认识乃至价值观按照传播者的预设目标改变。

就西方电台对俄东地区的广播来说，它们的节目“本土化”更突出地表现为在对象国当地设立节目制播机构，大量使用本地节目采播人员。

.....

<<形势与对策>>

编辑推荐

国家广电总局社科研究基金项目，中国国际广播电台人才工程资助项目。

<<形势与对策>>

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>