

<<电视受众收视规律研究>>

图书基本信息

书名：<<电视受众收视规律研究>>

13位ISBN编号：9787303102570

10位ISBN编号：7303102574

出版时间：2010-4

出版时间：北京师范大学出版集团，北京师范大学出版社

作者：黄会林 编

页数：220

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>

<<电视受众收视规律研究>>

内容概要

《电视受众收视规律研究》分为调查分析报告和论文两部分。五篇论文分析的角度不同，却有一条主线贯穿其中，这就是笔者对电视受众收视规律的不断探索。通过《1992年全国电视观众抽样调查分析报告》《1997年全国电视观众调查分析报告》《2002年全国电视观众调查分析报告》《2007年全国电视观众调查分析报告》四篇调查分析报告，读者可以对1992年以来15年不同历史阶段我国电视受众收视行为和收视心理的变迁轨迹以及我国电视事业发展的脉络有一个大概了解。

<<电视受众收视规律研究>>

书籍目录

上编 专题论文第一篇 观众反馈系统是电视传播的一个重要环节一、中国电视观众的构成二、电视观众在电视传播中的地位与作用三、电视观众调研工作的方法第二篇 受众调查研究成果转化为电视台决策行为的因素分析一、提高对收视率的认识是实现成果转化的关键二、提高受众调研人员的素质是实现成果转化的重要条件三、相应的技术支持是实现成果转化的必要前提四、建立健全评估和奖惩制度是实现成果转化的长久措施第三篇 论“游离型观众”的流向规律及收视特点一、“游离型观众”的流向规律二、“游离型观众”的基本构成三、“游离型观众”的收视特点第四篇 观众的作息规律对电视节目编排的影响一、观众作息时间的若干规律二、收视时段的拓展现状及其开发潜力三、收视规律与节目编排的辩证关系第五篇 观众收视过程及行为模式探究一、观看电视节目前的信息预告搜集二、观看电视节目过程中的行为模式三、观看电视节目后的行为和心里反应下编 调查分析报告第六篇 1992年全国电视观众抽样调查分析报告一、全国观众的基本情况二、电视观众的收视规律三、电视观众的心理规律第七篇 1997年全国电视观众抽样调查分析报告一、基本情况二、观众的收视行为三、观众的收视心理第八篇 2002年全国电视观众抽样调查分析报告一、我国电视观众的基本状况二、电视接收情况三、观众的收视行为四、观众的收视心理五、观众关注的其他问题第九篇 2007年全国电视观众抽样调查分析报告一、我国电视观众的基本状况二、观众的收视行为三、观众的收视心理四、新媒体的发展对传统电视的影响附录 2007年全国电视观众抽样调查问卷一、电视接收设备和媒体接触情况二、对电视的态度和看法三、收视选择和行为习惯四、背景资料后记

<<电视受众收视规律研究>>

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>