

图书基本信息

书名：<<中国最具网络影响力的十大社会制片栏目>>

13位ISBN编号：9787504358417

10位ISBN编号：750435841X

出版时间：2009-6

出版时间：中国广播电视出版社

作者：李岭涛等著

页数：333

译者：程文

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>

## 内容概要

《中国最具网络影响力的十大社会制片栏目》正是对中国社会制片的电视栏目在互联网上的影响力加以调查分析，试图为中国电视事业和产业的发展作出贡献。

随着互联网技术的进步和手机上网技术的发展，构建了当下电视媒介运营新的媒介生态环境。

在这一新媒介生态环境下，受众已经不再是电视机面前长大的一代人，而是电脑屏幕前长大和手持手机上网的一代人。

受众对媒介的使用直接推动了新媒介在当今社会媒介生态中，在话语权的竞争上逐渐成为主流。

内容生产工具和传输工具的普及、搜索引擎和推荐机制的形成，直接对电视媒介传统的运营方式提出了挑战，尤其网络视频已经形成了一个庞大的产业价值链条，使电视媒介不得不重新审视与新媒介环境的关系，从内容采编、渠道传输、收视评估和资源经营模式上做出新的变革和调整。

在这样的新媒介环境下，电视媒介在网络上的影响力凸显出来，本课题组按照不同的领域进行了研究，其中《中国最具网络影响力的十大社会制片栏目》主要是对社会制片栏目的网络影响力进行调查研究。

社会制片栏目是伴随着我国广播电视领域内的制播分离政策的实行而产生的，即在事业体制内的电视台不再完全掌控电视节目的制播业务，其制作业务也可以由民间生产，从而出现了所谓的民营电视栏目，由于有些电视栏目的制作方的资本成分多样，故本课题组将非国有资产投资制作的电视栏目统称为社会制片栏目。

社会制片栏目的发展历程，颇多曲折，不仅受经济形势的影响，同样也受到政策变革的影响，然而，毕竟制播分离已经成为我国广播电视领域内的公认的变革之一，并推动了中国广播电视产业与事业的发展，目前已经形成了一批优秀的社会制片公司，比如光线传媒和银汉传播。

## 作者简介

李岭涛，全国“十佳”广播电视理论人才，传媒经济杯·学院奖——传媒经济理论创新奖（被业界誉为“传媒理论先锋”）获得者。

先后担任国家广电总局《中国广电蓝皮书（2007）》课题组成员、《中国电视省级地面频道四小龙》课题组执行组长，现为中国广播影视大奖评委、《中国电视网络影响力报告》课题组长、中央民族大学兼职教授、中国传媒大学传媒经济研究所研究员、四川大学新闻传播研究所研究员。

累计发表论文60多篇，编著和撰写专著10余部，合计发表、出版作品300多万字，在多个领域形成了自己的研究体系。

李德刚，北京师范大学硕士生导师、德国科隆大学访问学者、清华大学影视传播研究中心特邀研究员、中国电视网络影响力课题组执行组长、博士。

主持国家社科基金课题《中德比较视野中的我国广电制度变革研究》等多个科研项目，出版《中国电视网络影响力报告（2008）》（共4册）、《媒介COO》（译著）、《媒介分析技巧》（译著）等多部著作，发表学术论文20多篇。

担任中央电视台、中国教育电视台、北京电视台等多家栏目策划、顾问。

张学勤，现为中央民族大学文学与新闻传播学院民族文化产业研究中心项目总监。

硕士毕业于中国传媒大学传媒经济研究所，博士研究生就读于中国传媒大学媒体管理学院，专业为传媒经济学。

研究领域主要是传媒经济学、新媒体研究、少数民族影视研究。

主要研究成果：《传播的实质》、《经济观察报的品牌经营之道》、《新媒体环境下电视媒介运营的挑战与机遇》、《新旧媒介的竞合》、《电子商务对中国新经济发展的影响》、《政治传播的意义》等。

程文，传媒经济学博士，留英归国人员，美国纳斯达克上市公司高级经理。

一直从事跨文化、跨地域市场营销和品牌管理工作，特别是国际品牌在中国市场的上市与推广。

服务的国际品牌主要涉及通信、快速消费品以及互联网公司。

主要研究领域是：市场营销与品牌管理在传媒资本运营中的应用与价值；传媒商业管理模式与新技术推动的传媒产业发展。

参与编著、翻译著作多部，发表研究报告、论文包括《3G与新传播时代》、《品牌全球化与奥运营销本土化》、《中国电视网络影响力报告（2008）》、《中国传媒经济英才》、《传媒市场营销》等。

## 书籍目录

前言一、新媒介技术塑造的电视媒介新生态环境二、电视媒介产业运营面对的变革与挑战三、社会制片栏目的新突破1 我们了解娱乐界——《娱乐现场》一、社会制片栏目的传奇：《娱乐现场》概况二、娱乐节目的标杆：2008年度《娱乐现场》网络影响力表现及其分析三、用网络制造娱乐：《娱乐现场》网络传播策略分析四、老栏目的新问题：《娱乐现场》存在问题及其改进建议2 说出你的故事——《鲁豫有约》一、陈鲁豫与你约：《鲁豫有约》概况二、访谈节目的榜样：2008年度《鲁豫有约》网络影响力表现及其分析三、节目与网民的约会：《鲁豫有约》网络传播策略分析四、精品的瑕疵：《鲁豫有约》存在问题及其改进建议3 引领流行音乐潮流——《音乐风云榜》一、权威乐坛榜单的打造历程：《音乐风云榜》概况二、用网络制造潮流：2008年度《音乐风云榜》网络影响力表现及其分析三、音乐榜单的动感地带：《音乐风云榜》网络传播策略分析四、潮流永远在变：《音乐风云榜》存在问题及其改进建议4 不一样的访问——《超级访问》一、跟着人物性格走的访谈栏目：《超级访问》概况二、真实性情的魅力：2008年度《超级访问》网络影响力表现及其分析三、团队的网络力量：《超级访问》网络传播策略分析四、能否更加超级：《超级访问》存在问题及其改进建议5 像明星一样美丽——《美丽俏佳人》一、打造女性时尚节目的品牌：《美丽俏佳人》概况二、网络引领时尚：2008年度《美丽俏佳人》网络影响力表现及其分析三、用网络传播美丽：《美丽俏佳人》网络传播策略分析四、网络传播的美中不足：《美丽俏佳人》存在问题及其改进建议6 记录一个人和他的时代——《杨澜访谈录》一、杨澜和她的访谈舞台：《杨澜访谈录》概况二、网络讲出精彩故事：2008年度《杨澜访谈录》网络影响力表现及其分析三、媒介整合营销：《杨澜访谈录》网络传播策略分析四、网络舞台的突破：《杨澜访谈录》存在问题及其改进建议7 快乐生活一点就通——《快乐生活一点通》一、提高生活质量的电视栏目：《快乐生活一点通》概况二、用网络为生活服务：2008年度《快乐生活一点通》网络影响力表现及其分析三、网络的实用定位传播：《快乐生活一点通》网络传播策略分析四、网络生活会更加快乐：《快乐生活一点通》存在问题及其改进建议8 创建和谐社会的好栏目——《生活广角》一、“故事”+“解决”的典范模式：《生活广角》概况二、网络辅助生活：2008年度《生活广角》网络影响力表现及其分析三、网络上的共鸣：《生活广角》网络传播策略分析四、生活需要更有趣味：《生活广角》存在问题及其改进建议9 梦想与现实的互动——《最佳现场》一、大牌明星的心灵战场：《最佳现场》概况二、网络呈现现场：2008年度《最佳现场》网络影响力表现及其分析三、网络梦工厂：《最佳现场》的网络传播策略分析四、网络传播亦需要最佳：《最佳现场》存在问题及其改进建议10 故事体和论辩体的电视结合体——《谁在说》一、用事实维护大众话语权：《谁在说》概况二、构建网络话语平台：2008年度《谁在说》网络影响力表现及其分析三、“谁在说”与“对谁说”：《谁在说》网络传播策略分析四、打造网络传播的合力：《谁在说》存在问题及其改进建议附录媒体报道《中国电视网络影响力报告(2009)》委员会《中国电视网络影响力报告(2009)》媒体顾问《中国电视网络影响力报告(2009)》课题组本书主编、作者简介

章节摘录

1 我们了解娱乐界——《娱乐现场》 三、用网络制造娱乐：《娱乐现场》网络传播策略分析

1.根据地传播策略 整合网络上下资源，打造独立网络平台，所有这一切都依赖于电视栏目门户网站的构建，这是电视栏目网络化生存的第一步，也是栏目在网络世界中蔓延的前提。

(1) 独立网站的建设 通过网络搜索，能直达其官方网站，其“主要功能在于给节目与忠实观众搭建一个互动、沟通的平台，‘观众俱乐部’是网站的主要功能”。

(2) 主要内容与风格 网站的设计秉承了《娱乐现场》一贯的风格，背景颜色采用了《娱乐现场》标志性的红色，配以白色的文字，红白相间的和谐与栏目整体风格匹配的同时，力图在视觉上和心理上营造出一种明亮、动感的意境。

《娱乐现场》的标志被放置在网站首页的顶部正中位置，如照向舞台的主聚光灯。整个首页模拟成舞台的模样，而舞台上，正在上演着娱乐圈和《娱乐现场》的精彩与传奇。见图3-1。

.....

媒体关注与评论

国家专利局正式接受“中国电视网络影响力的评价标准与体系”的专利申请，成为国内广播电视领域第一个具有自主知识产权的软科学成果。

这个《报告》是中国乃至世界首次从网络角度对电视进行研究的报告，“网络影响力”这一新的评价指标，打破了“收视率”标准的陈规。

——《今传媒》杂志将本报告评选为2008年度中国广播电视，十大创新报告的评语 利用网络影响力对电视的表现进行评估，这在中国还是首次，是在电视理论和研究实践上的一个重要突破。

——中国广播电视协会副会长张振华 电视网络影响力理论与实践研究，将为构建未来中国现代传播新体系铺垫理论基石留下足迹。

——国家广电总局副总编辑黄勇 电视网络影响力概念的确立，具有里程碑意义。

——中国传媒大学教授胡智锋 一档节目在网络中受欢迎才是真的被喜爱，电视节目的网络影响力才是真正持久的社会影响力。

——北京大学教授陆地

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>