

图书基本信息

书名：<<中国电视网络影响力报告 (2008) >>

13位ISBN编号：9787509702024

10位ISBN编号：750970202X

出版时间：2008-6

出版时间：社会科学文献出版社

作者：李岭涛,李德刚,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

《中国电视网络影响力报告》的核心问题是“网络影响力”，它是中国乃至世界首次从网络角度对电视进行研究的报告，是中国首次以MBA案例方式全景展示电视发展的报告。

报告旨在建立一整套连接电视与网络、体现传统媒体与新媒体融合趋势的全新评价体系，对现有以收视率为主要指标的电视评价体系进行革命性补充和完善，从而促成中国电视理论上的又一次全面创新。

作为着力影响中国电视进程的年度性报告，它基于网络这一全球最大的媒介平台，透过虚拟世界映射现实境况，以网络影响力作为评估的全新标准，推选出了2007年度最具网络影响力的十大电视栏目（省级卫视/央视）、最具网络影响力的十大省级卫视频道、最具网络影响力的十大电视事件，通过挖掘那些真正受观众欢迎的、在网民中真正具有影响力的栏目、频道和媒介事件，并对其进行全方位的、外科手术式的解剖，揭示其笑傲网络江湖的武功秘籍，为我国电视传媒的创新与发展提供直接的实战性指导！

书籍目录

中国最具网络影响力的CCTV栏目 2007年度中国最具网络影响力的CCTV十大栏目排行榜 电视内容的网络影响力研究——以央视栏目为蓝本 一 电视栏目网络影响力研究的意义 二 本项研究的方法 三 上榜栏目特点 四 栏目面对的传播新形态 五 对电视栏目的启示 TOP1《百家讲坛》——知识传播的神奇魅力 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的形态特征 四 栏目的网络影响力 五 电视栏目的节目元素 TOP2《同一首歌》——中国歌会节目的成功探索 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的网络传播模式 四 栏目的形态特征 五 电视栏目的节目元素 TOP3《艺术人生》——体味艺术中的平凡与非凡 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的形态特征 四 电视栏目的节目元素 五 栏目的网络影响力 TOP4《动物世界》——野生动物的电视聚会 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的形态特征 四 电视栏目的节目元素 TOP5《对话》——分享智慧的心灵对白 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的形态特征 四 栏目的网络影响力 五 电视栏目的节目元素 TOP6《新闻调查》——新闻背后的真实故事 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的网络影响力 四 栏目的形态特征 五 电视栏目的节目元素 TOP7《探索·发现》——怎一个未知世界 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的形态特征 四 栏目的网络大观 五 电视栏目的节目元素 TOP8《走近科学》——用故事的方式讲科学 一 栏目的网络影响力 二 成长的足迹 三 栏目的定位 四 栏目的特色 五 栏目的魅力所在 六 栏目的网络影响力元素 七 重视网络影响力的改革势在必行 TOP9《非常6+1》——大众狂欢的电视文本 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的网络传播模式 四 栏目的非常之处 五 《星光大道》VS《非常6+1》 六 栏目的品牌经营 七 “体验式”形态的成功 八 在游戏中蜕变 TOP10《大家看法》——新闻热点的法理视野 一 栏目简要介绍 二 栏目的定位 三 栏目的形态特征 四 电视栏目的节目元素 五 栏目的网络影响力 主要参考文献 《中国电视网络影响力报告(2008)》委员会 《中国电视网络影响力报告(2008)》媒体顾问 《中国电视网络影响力报告(2008)》课题组中国最具网络影响力的省级卫视栏目中国最具网络影响力的电视事件中国最具网络影响力的省级卫视频道

章节摘录

电视内容的网络影响力研究——以央视栏目为蓝本 一 电视栏目网络影响力研究的意义

(一) 媒介的映射与构造功能 媒介是反映社会的一面镜子,它具有映射和构造功能。

这面“镜子”映射了现实社会,将现实社会以“相”的形态呈现在人们的面前。

尽管这面“镜子”在某些时候可能像哈哈镜一般歪曲了某些现实,但作为“人的延伸”的媒介,其成“相”的来源仍是现实社会发出的信息。

在现象学的观念里更直接地指出了媒介成“相”的意义:“现象即本质——现象是观念性的实体、本质存在于对象的意义结构中心”,现象与本质的千丝万缕的联系尽在其中,二者是难以割舍的。

媒介这面“镜子”的构造功能也不容忽视。

在客观现实世界与人们的主观世界之间,媒介所映射的虚拟内容世界作为一架桥梁,恰恰在现实世界的基础上构筑了人们的主观世界,为人们认识客观现实提供了不同于亲身经验的另一种途径。

媒介能够映射现实社会,能够在某种程度上呈现出社会的形态,而媒介本身作为一种客观存在也是社会现实的一部分。

因此,通过某种媒介去专门映射媒介世界,也能够为我们呈现出某种特别的“相”。

此外,在直接经验法和间接信息法这两种认识世界的方法中,并没有孰轻孰重的关系,我们更应看重的是二者的互为补充。

那么,如果说基于统计原理的受众收视率研究是考察电视媒介内容图景的一种经验性实证方法的话,那么同样基于统计原理以及前期设置的规则,通过互联网映射的方法认识电视媒介传播的内容就不失为是另一种重要的途径。

收视率方法目前已然普及,但通过某种专门选择的媒介进行映射的方法而进行的电视栏目研究则还处于缺失状态。

因此,在收视率单一工具不断遭到质疑的情形下,开辟后者作为一种新方法进行研究的意义就不言而喻了。

综合两者的成果,也才能得到更加完整的电视内容图景。

编辑推荐

本套书籍包括《中国最具网络影响力的省级卫视栏目》、《中国最具网络影响力的电视事件》、《中国最具网络影响力的省级卫视频道》、《中国最具网络影响力的CCTV栏目》四册，通过挖掘那些真正受观众欢迎的、在网民中真正具有影响力的栏目、频道和媒介事件，并对其进行全方位的、外科手术式的解剖，揭示其笑傲网络江湖的武功秘籍，为我国电视传媒的创新与发展提供直接的实战性指导！

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>