

<<历史与嬗变>>

图书基本信息

书名：<<历史与嬗变>>

13位ISBN编号：9787561452349

10位ISBN编号：7561452349

出版时间：2011-3

出版时间：四川大学出版社

作者：赵毅

页数：297

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>

<<历史与嬗变>>

内容概要

《历史与嬗变：1980-2000年美国商业电视转型研究》将从马克思主义政治经济学、传媒经济学、文化学和传播学的角度，采用定量与定性分析的研究方法，探讨美国商业电视产权结构改变后，商业电视节目生产模式和销售方式的变化，电视节目生产者和消费者角色的转化，分析导致美国商业电视转型的文化原因与相关影响。

美国电视主要沿袭了20世纪20年代以来确立的商业化广播体制，遵循依托广告收入、网络化经营、政府宏观管理和节目娱乐化的办台理念。

商业电视还把广播的节目模式和广播从业人员直接挪用到自己的产业中来。

20世纪80年代以来，美国不同的媒体企业、媒体与其他企业之间先后展开了并购组合，商业电视出现了结构性的调整和经营理念的转向，二十余年来几家超大规模的公司先后将传统的三大电视网收归己有。

新兴的福克斯电视网、独立电视台和三大电视网之间展开了对美国三亿多电视观众的争夺战，商业电视节目的生产模式与销售方式出现了新的变化。

<<历史与嬗变>>

作者简介

赵毅，1964年生于四川渠县，1986年毕业于南京大学外文系，获英语语言文学学士学位，1993年毕业于四川大学外文系，获英语语言文学硕士学位，2008年毕业于四川大学文学与新闻学院，获比较文学与世界文学专业博士学位。

2003年香港大学美国研究中心访问学者，2003年香港大学美国研究中心访问学者，现为四川大学外国语学院副教授，研究方向为北美传媒文化。

<<历史与嬗变>>

书籍目录

序 言名摘要绪论第一章 美国商业化广播电视体制的诞生第一节 商业广播的历史回顾一、广播的出现与发展二、网络广播的出现第二节 商业化广播体制的确立第三节 商业电视的发展与商业体制的延续一、三大电视网一统天下二、商业电视体制的文化意义第二章 商业电视产业结构的多元化转型第一节 商业电视产业结构多元化转型的原因一、市场自我调节的自由主义神话二、政府放宽电信行业管制的措施三、利益集团千方百计游说联邦政府四、电信立法导致电视产业结构多元化第二节 商业电视产业结构的多元化转型一、20世纪80年代至90年代商业电视的纵横兼并二、21世纪初称霸美国媒体的六大公司第三节 新媒体时代电视产业多元发展的趋势一、电视公司从相互竞争走向合作互惠二、电视公司互相参股，共担风险，共享赢利三、电视公司调整战略不断缩短产业战线第四节 商业电视产业结构多元化的影响一、商业电视与政治间的相互依赖性二、商业电视重新缔造着美国大公司的神话三、新闻自由与商业电视结构多元化第三章 商业电视节目生产范式转型第一节 商业广播节目回顾一、音乐节目二、新闻节目三、综艺节目第二节 商业电视节目经营机制转向一、商业电视节目生产过程的商业化二、“金融利益和辛迪加规则”对网络电视的限制三、电视节目“公正性原则”废止的消极作用四、好莱坞对商业电视节目的影响五、有线电视对传统电视节目的影响六、商业电视节目辛迪加制的弱化第三节 商业电视广告节目一、商业电视对广播广告节目模式的承袭二、商业电视广告商角色转化探析.....第四章 商业电视新闻节目的市井化转向第五章 商业电视娱乐性节目的平庸化转向第六章 商业电视生产者角色的边缘化转型第七章 美国商业电视节目国际影响的弱化转向结语 经验与启迪参考文献后记

<<历史与嬗变>>

章节摘录

媒介产业受美国宪法保护。

美国宪法规定，美国国会不得制定任何法规，剥夺言论和新闻出版自由，当然媒体及其从业人员必须在法律规定的范围内，从事正常的新闻报道工作，遵循相应的职业道德。

美国专业新闻工作者协会的职业道德为：启蒙公众是正义的要务，民主的基础；新闻工作者的义务就是追求真理，对新闻事件和热点问题提供公正全面的报道；新闻媒体所有称职的新闻工作者和专家，都应该全心全意、真心诚意地为公众服务。

美国广播电视协会也对从业者的职业道德作了比较明确的规定，要求从业者搜集一切重要有趣的新闻事件，准确、真实和公正地予以报道。

然而，在商业化广播电视体制下，新闻媒体为了得到更多的广告收入，记者为了保住自己的饭碗，不得不放弃可能有损公司经济利益的某些新闻报道。

公共领域日益受到冲击，电视观众成了消费者，广播电视节目趋同化、琐碎化和煽情化，暴力色情节目泛滥，电视观众并没有得到有用的信息。

商业广告渗入公共领域的各个层面，更有甚者，广告还逐渐渗入私人的隐秘领域，左右着人们的思想行为，并成为美国社会生活的有机组成部分。

早在1961年，在“全美广播业者协会”的大会上，美国联邦通讯委员会主席牛顿·弥诺

(Newton Minow)就猛烈抨击说，商业电视为大约1.8亿的美国人提供的电视节目除了暴力还是暴力。他认为，美国商业电视提供的节目，违背了它们在领取营业执照时所做的承诺。

他甚至评价说，美国商业电视节目简直就是一片辽阔的荒原，“我请各位坐在电视机前，收看你们自己电视台播出的节目，不要看书，不要翻杂志，不要看报，不要翻看亏赢数据表，也不要翻看收视率统计表，以免分散注意力”，“一直注视着电视屏幕，直到看完所有的节目，你一定会看到一片辽阔的荒原”。

商业电视为了提高收视率，取悦广告商，吸引具有消费能力的青少年和中年观众，纷纷推出有奖竞猜等传统经典节目，或者是血腥味浓郁的暴力节目，这类节目占去了每晚电视节目收视高峰的大部分的时间。

有学者认为，商业广播电视发展模式可以增强市场竞争能力，实现资源的优化处理，有利于效率的提高，这与美国广播发展初期效率低下的情况形成了鲜明的对比。

如果要实现资源的最大化，广播电视跨行业的兼并就是其最终选择之目的和手段。

这种跨行业的媒体垄断在20世纪80年代和90年代得以实现。

美国广播电视等媒体不但最大限度地利用资源，更使得这些企业迅速扩展成为多种产业化经营的跨国媒体公司。

美国六大媒体公司就这样依靠并购组合，实现了质的突破，巨型媒体公司由此诞生。

从经济学的角度来看，不同媒体之间的相互融合，发挥优势互补，可以使资源得到最大程度的利用，从而获取最大限度的利润。

哥伦比亚广播公司在广播电视、户外广告以及互联网等方面占尽风光，维亚康姆集团在电影、有线电视和图书出版方面独领风骚。

两者通过资源共享，实现了强强联合，20世纪末新组建的维亚康姆公司终于成为美国广播电视行业的领头羊。

有学者指出，商业广播电视可以提供更多、更好的广播电视节目，让消费者有更多的选择余地。

<<历史与嬗变>>

媒体关注与评论

中国及电视发展中国家电视产业深入发展之国际镜鉴。

——蔡尚伟 四川大学文学与新闻学院教授 一部透视美国电视产业媒介生态变迁的力作，

——韩鹤 电子科技大学政治与公共管理学院副教授 在我国社会经济转型的关键时期，本书挖掘、筛选并透析过的“他山之石”，为我国电视体制改革提供了最好的借鉴。

——林之达 四川省社会科学院新研究所研究员

<<历史与嬗变>>

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>