

# 《媒介春秋》

## 图书基本信息

书名：《媒介春秋》

13位ISBN编号：9787106019174

10位ISBN编号：7106019178

出版时间：2002-11

出版社：中国电影出版社

作者：张同道

页数：327

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《媒介春秋》

## 内容概要

中国电视并不悠久，却已深入大众的日常生活，成为最富有时代象征的意象符号，集中这个时代最主要的征候：时尚、流行、平面、消费、游戏、浮躁、欲望…… WTO来了，境外电视合法登陆广东，一贯自高自大、傲视群生的中国电视必须面对世界。然而，上路时突然发现行囊还没备好，改革成为一个磨损率高、超负荷运转的词汇。改版、品牌战略、集团化、频道专业化，一道又一道药方开向迷惑中的电视业界。中央台急剧扩展版图，落地尚未解决的凤凰卫视带来一轮电视理念地震，而湖南卫视崛起再让业界反省，“诸侯”挑战“中央”似乎已是烽火连天，境外电视又带来我们尚不完全明晰的争夺，中国电视到底处于一种什么状态？改革从哪个部位开始？如何应对国际传播新格局？《媒介春秋：中国电视观察》记录了一位青年媒介学者的思考：中国电视当下状态、传播观念变迁、卫星电视理念、品牌频道与栏目、竞争元素、收视率、节目编排与应对策略……并以实证方法对电视本体元素进行解剖，在国际视野中考察中国电视发展态势，绘制当代中国的媒介春秋。

# 《媒介春秋》

## 作者简介

张同道：北京师范大学教授，著有《探险的风旗》、《时尚拼贴：解析中国电视栏目》、《电视看客：调查中国电视受众》等。

# 《媒介春秋》

## 书籍目录

前言第一章 中国电视当下状态与困境第一节 国际电视发展趋势第二节 中国电视传媒的产业之路第三节 中国电视市场现状第四节 中国电视发展与制约元素第二章 中国电视品牌频道第一节 中国电视版图第二节 传媒霸主：CCTV—1频道第三节 湘军突起：湖南卫视频道第四节 化边缘为中心：凤凰卫视中文频道第五节 没有边缘的中心：北京卫视频道第三章 电视市场的竞争元素--从四家电视台比较看电视收视市场格局第一节 受众策略与收视市场第二节 品牌栏目、特别节目与主持人第三节 收视率与冲击力第四章 中国电视传播观念的迁移第一节 节目中心时期(1958-1982)第二节 走向栏目化时期(1982-1993)第三节 栏目中心时期(1993-1998)第四节 频道中心时期(1998-)第五章 卫星时代电视传播策略第一节 中国卫星电视现状第二节 卫星时代的电视传播特征第三节 卫星频道个案解析：上海卫视'第四节 卫星时代的电视发展策略'第五节 电视频道专业化第六节 卫星电视频道走向第六章 电视节目编排策略第一节 约束电视节目编排的元素第二节 电视节目编排策略第三节 电视节目编排案例分析--从四家电视频道节目表看编排策略第七章 解析电视品牌栏目第一节 中国电视的“航空母舰”：《东方时空》第二节 追寻民间话语：《实话实说》第三节 镜语世相：《焦点访谈》第四节 制造笑声与创造欢乐：从《综艺大观》到《快乐大本营》第五节 影视互动：从《环球影视》说起.....第八章 收视率与电视节目评估体系第九章 中国电视运营现状第十章 直面WTO：中国电视发展战略

### 章节摘录

对象化栏目：《男孩女孩》、《新青年》、《乡村发现》 湖南卫视有两个主要的对象化栏目，都是以年龄划分。一个是少儿栏目《男孩女孩》，每晚17：20播出，其周一至周三的《卡通俱乐部》播放动画片，周四的《预备砰》是一个运动型的娱乐节目，周五的《星星擂台》是少儿的各种竞赛，周六的《聪仔开心乐园》是一场综艺的小晚会，周日的《花季风》则是些有关少年儿童的社会话题的直接讨论。《男孩女孩》在所有电视台将少儿节目都变成动画片的情形下，开拓出了自己的“空间”。

《乡村发现》是湖南卫视非常“独特”的农村节目。其成功依赖于两个因素：一是新颖、奇特的定位角度。通常，农村节目大多为诸如如何给猪增肥，如何储存粮食等无味、无趣的知识传送。农民不是电视收视对象，而是受教育、受培训的对象。《乡村发现》找到了一个从未有人想过、做过的思路。其制片人兼主持人李兵说：“把整个视野放到农村，全景式的，以记者和主持人的视点去发现。结果，不仅是乡村，连城里观众都很喜欢。《乡村发现》开播后，收视率一直排在前列。”将一个农村电视栏目定位于让城市人、农村人都喜欢的风格，以一种发现的眼光，发现乡村中原生态的、真实的东西，从而给观众带来前所未有的对乡村的体验。

《乡村发现》另一成功的因素是主持人的主持风格。《乡村发现》将主持打造成观众“哥们”形象，甚至将自己的电话告诉观众。这种不隔阂的主持风格带来一种亲切的双向交流，这也是《乡村发现》在城乡观众中都赞誉不断的原因。湖南卫视制作了如此多的品牌栏目，不断地给中国电视以新的冲击，其原因何在呢？ 崔永元曾评价湖南卫视：“湖南卫视给中国电视的商业化走出了一条道路。”

# 《媒介春秋》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)