第一图书网, tushu007.com

<<解读电视受众>>

图书基本信息

书名：<<解读电视受众>>

13位ISBN编号：9787308071116

10位ISBN编号：7308071111

出版时间：2009-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：吴红雨

页数：207

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

第一图书网, tushu007.com

前言

自20世纪上半叶传播学在欧美国家兴起以来，受众研究一贯受到重视。
但起初，其出发点往往置于传者，重点则聚焦于效果，因此可以说，很不完善。
这种偏差，直到20世纪60年代以降才明显改观。
就中国状况而言，在传播学与改革开放同步的短短30年发展历程中，由于有发达国家的借鉴，也由于有现实即推行市场经济的需要，传播学界从一开始就高度重视受众研究，尤其强调“受众本位”、“受众中心”，并将其作为媒体改革的重要理论资源。
与此相呼应，由高校、媒体及专业机构开展的各种受众调查，也如雨后春笋般在全国各地蓬勃地开展起来。
大约11年前，我曾认为（张国良：《现代大众传播学》，四川人民出版社1998年版）：中国的12亿人口（当时）是“世界上一支最庞大的受众队伍”，“她的现状如何？
每一个媒介工作者和研究者都不能不关心、关注”，而中国传播学的创新和突破，很可能就孕育其中。
时至今日，我仍保持这一看法。
不过，需要反思的是，中国的受众研究虽然成绩显著，成果很多，但问题也不少。
主要不足有：一，理论提升不够，大多停留于应用层次；二，视野扩展不够，大多局限于新闻学或传播学的单一视角；三，自主创新不够，大多满足于重复前人、他人，尤其是外国学者的论点。
在此背景下，红雨博士的新著《解读电视受众：多元化需求与大众化电视》的出版，就显得格外及时、可贵。
这是她在本人博士论文基础上修改、充实而成的佳作，也是她在电视和受众研究领域耕耘多年的结晶。
综观全书，克服以上所说的三个缺陷，正是她的努力目标。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本研究以1958年以来中国电视的发展为立足点，从传播学、社会学、心理学等多学科的视角审视受众的需求变化。
全书围绕电视受众的需求程序、需求动机、需求选择、需求指南向等四个方面解析不同历史阶段受众需求的表现。
作者站在受者立场上，以实证的方式，提供了一种表达需求多元化的思路，展现了转型期中国电视受众需求的各种差异。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

吴红雨，复旦大学传播学博士（2005-2008），现任职于浙江大学传媒与国际文化学院。
曾在香港城市大学访问研究。
主要研究方向为：广播电视受众与传播效果、传媒与文化。
曾在新闻传播学核心期刊发表论文二十余篇，出版专著《节目主持通论》（浙江大学出版社）。

<<解读电视受众>>

书籍目录

序第一章 理解受众：从需求开始　一、什么是受众　二、什么是“受众研究”　三、受众研究传统概述　四、我国“受众需求”研究概述第二章 大众化电视与电视受众　一、大众化电视　二、电视受众　三、新时期电视受众研究与五次全国性观众调查第三章 中国电视受众收视需求的历史变迁　一、对“历史变迁”的时间界定与理由　二、电视受众收视需求的变化（1980年至今）第四章 理论运用与研究设计　一、理论运用　二、研究设计第五章 电视受众的媒介依赖　一、电视在大众“媒介依赖综合症”中的显著性　二、不同社会阶层受众的电视依赖特点　三、不同社会阶层受众的电视收视理念第六章 电视受众的收视动机　一、电视受众需求层次模块建立　二、不同需求层次的电视使用　三、电视受众需求逆满足倾向　四、五种电视受众类型第七章 电视受众的内容偏好　一、电视节目类型　二、电视新闻的收视偏好　三、电视娱乐的收视偏好第八章 对电视媒介社会功能的评价　一、媒介社会功能研究　二、服务主体的需求指向　三、话语赋权的需求指向　四、信息介质的需求指向　五、媒介气质的需求指向第九章 电视对受众需求的虚假建构　一、多元需求的单一化　二、以大众的名义：收视率的暴政　三、将娱乐进行到底第十章 难以揣摩的受众结语 研究的贡献与局限参考文献后记

章节摘录

插图：第一章 理解受众：从需求开始受众究竟是什么？
受众在传播过程中究竟扮演着什么样的角色？
在不同的历史时期和阶段，受众究竟发生了怎样的演变？
早在古希腊时期，苏格拉底就认为，交流是爱与被爱，是一种双向的互惠。
苏格拉底虽然没有对受众有直接的描述，但是他对交流的分析，在给西方传播学带来直接启示的同时，也给受众研究留下了精神和道德的影子。
如果说，传播更多地表现为一种交流和互动，那么，受众，就应该是与传者一样值得尊重和理解的交流的另一方，是与传者平等的沟通对象。
可惜，在大众传播研究的早期，所谓的“魔弹论”却把受众描述为被媒介枪击中即应声倒地的“靶子”；是既没思想，更无互动的“媒介奴隶”。
虽然这种理论在今天看来已经过时，但是它的影响依然存在。
在后期的受众研究中，学者们仍需十分努力强调受众的主体意识，如丹尼斯·麦奎尔就认为，受众是一种大众的集合，通过个人对愉悦、崇拜、学习、消遣、恐惧、怜悯或信仰的某种收益性期待，而自愿做出选择性行为，在给定的时间范围内形成。
在麦奎尔看来，如果不具有主体意味的收益性期待和选择性行为，受众至多仍是被控制的物而已。
对受众的主体性思考一直是西方学者研究的重点，从“类主体化”倾向到“批判视野中的受众研究”再到“作为意义生产者的受众研究”，从本质上来讲就是一个受众主体性不断强化的过程，一个从被动到主动、从非理性到理性、从同质到异质、从接受到生产、从群体到聚合体甚至到个体多元的研究。

后记

终于，我觉得它像一本书。
有一点思想，有一些数据，不是浮想联翩地堆积理论，也不是毫无根据的主观总结。
在多如牛毛的书籍中，我希望它是一本真正的书，而不是一堆印刷纸。
这也是我写完此书一年后才考虑出版的初衷，不断地推翻，不断地修改，用时间质疑、检验所写的一字一句。
但，我依然诚惶诚恐。
写作中，无数次翻阅大师们的著作，精辟、尖锐的理论，严谨、客观的推理，常使我迷恋，不能自拔，而不敢继续写下去。
写作中，无数次聆听我所钦佩的前辈们的指导与教诲，距离横亘在期望与现实之间，曾让我产生放弃的念头。
但，我还是坚持了下去，如登山一样，超越了一个又一个极限，就连自己都不相信，居然，我可以站在终点。
今天，书稿终于交付，修改无止境，虽不完美，但我渴望它被人阅读。
感谢所有给予我帮助的人。
他们是一连串对我而言充满温馨的名字：我的导师张国良教授，总在关键时刻给我鼓励；黄旦教授总是耐心地引导我如何查阅相关书籍；尤其感谢徐敏副教授，从问卷设计、调查、统计与分析，直至书稿的框架结构，每一步都离不开她的直接指导；感谢上海社会科学院的康岚博士，她为本研究的实证部分做了大量统计工作；感谢北京大学艺术学院俞虹教授，她看到我的每一步成长，总在我最需要帮助的时候伸出双手；感谢邵培仁教授、吴飞教授、李杰教授、邵志择副教授，他们在我博士论文撰写期间给过许多建议；感谢我多年的同事沈爱国副教授、徐忠民副教授、朱菁副教授、易容副教授、胡晓芸副教授、李岩教授，还有许许多多共事多年的老师，与他们相处总让我受益匪浅；感谢李良荣教授、童兵教授、孟建教授、陆晔教授、孙玮教授、吕新雨教授、李双龙教授、廖圣清副教授，感谢复旦大学新闻学院每一位老师。

编辑推荐

《解读电视受众:多元化需求与大众化电视》是由浙江大学出版社出版的。

第一图书网, tushu007.com

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