

图书基本信息

书名：<<中国最具网络影响力的十大电视事件>>

13位ISBN编号：9787504358370

10位ISBN编号：7504358371

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：296

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>

<<中国最具网络影响力的十大电视事件>>

内容概要

近年来,随着我国媒介市场化、产业化的深入发展,电视市场的竞争日趋激烈,曾经作为稀缺资源的频道,随着数字频道、网络视频的出现,逐渐变得“相对过剩”,大量的观众被分流到网络、数字电视等新媒体上。

同时,电视收视的到达率也逐渐被侵蚀,虽然备受争议的收视率仍然作为衡量电视节目好坏的一个标准,但受众对节目的收视程度和节目的到达率都大打折扣,因为获得信息渠道的多元性使得受众对于电视的关注程度相对于20世纪八九十年代已经非常低了。

曾经因为一部电视剧《渴望》而万人空巷的时代已经一去不复返了。

然而,2005年湖南卫视的“超级女声”选秀活动虽然没有达到万人空巷,但也是风靡全国,开辟了我国电视活动新时代,也让电视媒体经营者坚信电视事件将作为电视媒体寻找一种新的出路。

2008年对于我国来说可谓是不缺乏“国家事件”的一年,但是对于2008年的电视媒体来说,可以说出现了电视事件的“相对短缺”。

一件件突如其来大事件,让我们中央级电视媒体都有些措手不及,在这些大事件面前除了直播,很多省级和地方电视媒体显得“束手无策”。

在这样一个每月都发生令全国乃至世界都屏息驻足的国家级历史事件的一年里,具有很大社会影响力和网络影响力的电视媒体事件却屈指可数,是事件本事过于强烈吸引了受众的目光,还是我国电视面对事件的反应能力不够,这需要我们电视人深刻思考。

虽然如此,但有些电视事件还是值得推广,可以在电视事件史上记下浓重的一笔。

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。

<<中国最具网络影响力的十大电视事件>>

书籍目录

“2008我型我秀”——华丽转型的电视事件 一、“动感地带我型我秀”的节目特色 二、“动感地带我型我秀”的网络影响力排名及指数分析 三、“动感地带我型我秀”的传播策略 四、对“动感地带我型我秀”的整体评价

“龙的传人”大型电视选拔活动——传承中华文明的电视事件 一、“龙的传人”——中国传统文化与电视事件的结合 二、收视度至上：“龙的传人”活动网络影响力表现 三、全方位整合传播：“龙的传人”网络传播策略 四、“精华与糟粕”：“龙的传人”的借鉴意义和存在的问题

“2008感动中国”年度人物评选——感动与争议并存的电视事件 一、“感动中国”事件特色及分析 二、“感动中国2008”网络影响力表现及分析 三、“感动中国2008”存在问题及其改进建议

“圆梦2008”大型社会公益活动——开辟奥运宣传新篇章的电视事件 一、“圆梦2008”大型社会公益活动综述 二、“圆梦2008”网络影响力表现及分析 三、“圆梦2008”网络传播策略分析

“2008CCTV中国经济年度人物”评选——见证中国经济的电视事件 一、主流价值观显彰力：
“2008CCTV中国经济年度人物”评选概述 二、经济中挖掘引领力：“2008CCTV中国经济年度人物”评选的影响力 三、新平台上魅力依旧：“2008CCTV中国经济年度人物”评选网络影响力表现及分析 四、全方位布局：“2008CCTV中国经济年度人物”评选网络传播策略分析 五、寻找品牌延续的推动力：意见和建议

“2008CCTV年度三农人物”推介活动——见证中国三农的电视事件 一、“农情”彰显公益：三农人物推介活动概况 二、“农情蜜义”：“三农人物”推介活动网络影响力表现 三、“农情”也要立体表达：事件的网络传播策略 四、2008“CCTV年度三农人物”推介活动存在的问题及其改进建议……

“爱的奉献” “2008雪碧飞扬新声绝对唱响” 《直击华尔街风暴》大型直播特别报道 “爱心融冰总动员” 15小时赈灾直播

章节摘录

“龙的传人”大型电视选拔活动——传承中华文明的电视事件 一、“龙的传人”——中国传统文化与电视事件的结合 随着一系列选秀节目的出现，中国的电视节目市场沸腾了很长一段时间，鉴于选秀节目低俗化的倾向，国家对选秀节目进行了严格的管制，在这样的大背景下，由北京电视台、成龙中国、中影集团、英皇集团联合举办的“龙的传人——决胜长城之巅”（以下简称为“龙的传人”）大型选拔活动于2007年1月1日启动，它更加注重的是对中国文化的传承，也是北京电视台继“红楼梦中人”之后的又一场把中国的传统文化用现代的元素进行包装的大型活动。

由于年轻的一代逐渐疏远传统文化，越来越多地接受西方的流行文化，并且逐渐被西方和日韩的价值观侵蚀的现象日益严重，北京电视台 用年轻人喜闻乐见的方式来表现深厚的传统文化底蕴，让青年一代更加深刻的理解传统文化之外，还突出了北京电视台“大家风范·文化品味”的定位，并且在全世界范围内宣传中国的传统文化，为中国武术走出国门，让世界了解中国做了很好的铺垫工作。

。

.....

<<中国最具网络影响力的十大电视事件>>

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>