

<<广播电视节目传播策略研究>>

图书基本信息

书名：<<广播电视节目传播策略研究>>

13位ISBN编号：9787302262176

10位ISBN编号：7302262179

出版时间：2011-10

出版时间：清华大学出版社

作者：项仲平

页数：197

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>

<<广播电视节目传播策略研究>>

内容概要

《广播电视节目传播策略研究：对农传播新视角》是国内第一部从学术研究的角度系统探究我国农村广播电视事业可持续发展的专著，书中全面梳理了我国自新中国成立以来农村广播电视发展的整个历程，并阐述了目前对农传播的现状和存在的问题，同时分析和考证了国外对农广播电视传播的特点与经验。

另外，针对我国对农广播电视节目体系的建设和产业化发展也进行了全新的理论研究和实践探讨。

《广播电视节目传播策略研究：对农传播新视角》从宏观的策略、制度体系和产业化发展角度展开对策层面的探讨，进而在宏观理念到微观措施、产业规划到制度体系等多个层面上提出了我国对农村节目传播的策略建议，这对我国农村广播电视的发展有着重要的理论指导意义和实践参考价值。

本书既适合于从事农村广播电视节目传播的从业人员阅读，也适合于高等院校广播电视相关专业的老师及学生作为参考书，还适合于广播电视相关研究人员参考。

<<广播电视节目传播策略研究>>

作者简介

项仲平，男，1961年5月生，教授，博士。

浙江师范大学硕士生导师，美国杰克逊威尔大学联席教授，英国考文垂大学博士生导师。

现任浙江传媒学院党委委员、副院长、国家教育部特色专业广播电视编导专业负责人，浙江省宣传与文化“五个一批”人才，浙江省广播电视艺术学重点学科（A）负责人，浙江省广播电视编导重点专业负责人，全国高校影视教育专业委员会理事，浙江省动漫产业协会副会长，浙江省电影电视学会常务理事，浙江省电视艺术家协会理事，浙江省马克思主义学会常务理事。

近年来，作为独立作者和第一作者发表在《中国广播电视学刊》、《现代传播--北京广院学报》、《电视研究》、《当代传播》、《人大复印资料》等核心刊物的电视专业论文35篇，主持完成的教育部“十一五”重点课题和国家广播电影电视总局重点课题及浙江省哲学社会科学规划领导小组重大委托课题6个，出版了《电视节目策划》、《电视栏目与频道策划研究》和《文化创意产业与当代艺术教育的创新研究》等专著5部，2009年获得中国广播电视协会中国传媒教育创新人才培养贡献人物。

项仲平曾担任过浙江省金华电视台副台长，中国中央电视台文艺中心戏曲音乐部副主任。

曾担任中央电视台1998年、1999年新年音乐会等大型电视晚会的制片人，获得电视文艺星光奖近十个。

长期从事电视艺术教学与管理，现主要从事《电视节目策划》《广播电视编导》与《电视栏目与频道策划》课程的教学。

目前主要的研究方向：广播电视编导与电视栏目、频道等媒体策划与运作的研究。

<<广播电视节目传播策略研究>>

书籍目录

第一章 对农广播电视节目研究的背景第一节 国内外对农广播电视节目研究的现状及意义第二节 研究的内容与思路和方法一、研究的主要内容二、基本思路和方法三、主要观点及创新之处第二章 20世纪我国对农广播电视传播研究第一节 对农广播——作为对农电视的先声第二节 第一个十年：1981-1990年的对农广播研究——为此后的对农电视研究打下了基础一、传播功能研究：强调对农村广播的宣传教育功能二、传播定位研究：思考如何在节目内容上适应农民听众的需要，办好对农广播节目，提高节目传播效果三、传播手段--语言的研究：从广播最主要的传播手段声音出发，专门谈对农广播的语言修辞问题第三节 第二个十年：1991-2000年——对农电视研究起步，对农广播电视研究逐渐发展一、问题研究：对我国当时农村电视节目发展现状的调查与思考二、节目与栏目研究：关于当时已有的具体对农电视栏目创办经验的业务交流三、主持人研究：主要是对农电视节目主持人素养的研究四、体制研究：集中思考对农广播电视事业发展的体制问题第三章 21世纪我国对农广播电视传播研究第一节 第三个十年：2001年至今——对农电视传播的研究步入了快速发展阶段一、关于农村观众的调查与研究二、关于对农电视传播体制的探讨三、从不同角度探讨对农电视存在的各类现实困难与问题四、对农电视节目创办经验总结与学理思考五、更深层次的对农电视节目中生产创新问题的研究第二节 对农电视传播研究方法与研究成绩的反思一、研究队伍：两支队伍的融合与壮大二、研究方法：从经验总结提升到注重实证调查与理论拓展三、研究成果：从业务工作的思考总结逐步走向学术理论探究第四章 对农电视节目存在问题的研究第一节 对农电视节目的重要性与意义一、农业重要的历史地位二、国家对“三农”发展的重视三、自身承担的社会责任第二节 对农电视节目宏观层面的问题一、频道与节目资源的匮乏二、产品性质定位的模糊三、政策与资金支持的不足四、节目传播渠道的不畅五、受众媒介素养的不高六、节目播出结构的不合理第三节 对农电视节目中观层面的问题一、节目制作理念的落后二、节目制播体制的僵化三、市场经营方式的落后四、与农业相关部门联动的欠缺五、面对面现场活动的缺乏六、媒介传播方式的单第四节 对农电视节目微观层面的问题一、节目内容与“三农”问题的脱离二、节目定位与农民需求的分离三、节目表现形式与农民接受能力的失调四、时间安排与农民作息时间的错位五、农民式话语体系的缺失六、编创人才知识结构与创作来源的矛盾第五章 从农村信息传播的低效看对农广播电视的缺失——以浙江衢州农村为例完成的调查报告第一节 浙江衢州农村广播电视传播的调查背景……第六章 国外对农电视节目的研究与启示第七章 对外电视节目可持续发展的策略研究第八章 中国对农村传播制度体系建设第九章 中国特色对农传播产业化发展战略第十章 国内央视、省级和市、县主要对农电视栏目简介参考文献

<<广播电视节目传播策略研究>>

章节摘录

发表在《中国广播电视学刊》1999年第09期上的新疆电视台许晓娟的《小议（农牧天地）栏目的定位》一文，结合《农牧天地》栏目，谈的是对农电视节目的定位问题。

首先是受众对象定位，给谁看？

《农牧天地》的对象是广大的农牧民及农村基层各级领导，同时也照顾到农村中其他各行各业的人们。

《农牧天地》不但农牧民喜欢，也适合城里人的口味。

其次是内容定位问题，看什么？

确定《农牧天地》的内容为：服务农牧民，报道农牧业，向社会各界说明农牧业发展中存在的困难，为农牧民生产、生活出谋划策。

最后是表现方式的问题，怎么办？

在编排节目时要在表现形式上多动脑筋，如何使农民观众在获得信息的同时，又不觉得枯燥乏味。

发表在《中国广播电视学刊》2000年第12期上的辽宁电视台陶淑莲、胡翎的文章《为农民办节目“实打实”》，结合实践提出办好对农科教电视节目的三个关键：选材要站在农民的角度上。

农民不关心的内容就应放在次要位置，应该仔细考虑题材是否能给农民朋友带来效益，带来多少收益，给予农民明确的指导。

内容贴近农民，摸清农民的喜好，使对农电视节目真正能做到既好看，又实用。

农民需要的是具有时间性、实用性与其自身密切相关、简单易学的技术，应该把引起受众兴趣的内容作为重点。

介绍能给农民带来便利和效益的切实可行的创新农业技术和项目，采用对比法让农民更新观念、开阔眼界。

开辟一些服务性的小栏目，多传递一些项目动态，市场行情、前景分析、供求信息等有指导性和前瞻性的信息，开启农村受众的科学意识和经济意识。

摒弃奢华，形式尽量平实。

对农业科技节目的受众是朴实无华的农民，因而在节目制作过程中尽量追求平实的风格，少采用包装手法。

对于眼花缭乱的特技，农民朋友不认同，也不领情，而那些简简单单的风格能让农民更容易领会内容。

河南电视台刘长伟、郭昕晖的文章《浅析对农电视科教节目的接近性》，提出对农电视科教节目的接近性特点。

首先就是根据农民接受信息的特性，农村受众的文化素质普遍较低，目前仍有文盲半文盲存在，这就要求面向农民的科教节目所选的题材、所传递的信息具有和他们生活紧密相关的拉平度。

农村受众接触电视的专注性低、目的性弱，收视目的更倾向于娱乐消遣和消磨时间。

这就要求对农科教类节目用兴趣点、用有情节的故事来吸引人。

其次就是对农电视科教类节目内容的接近性。

对农科教节目应该把引起受众兴趣的内容作为重点，如切实可行的创新农业技术能给农民带来什么样的便利和效益，在什么地区什么条件下适合什么样的发展项目、科普常识介绍等。

最后是对农电视科教类节目形式的接近性，前提是要有一个平视的视角。

语言要通俗化和乡土化，适当运用农谚、歇后语、俗语、顺口溜等的确可以起到很好的“提神儿”作用，增强其趣味性。

.....

<<广播电视节目传播策略研究>>

编辑推荐

《广播电视节目传播策略研究：对农传播新视角》主要介绍：国家广播电影电视总局重点研究课题及研究成果；浙江省广播电视艺术学重点学科资助项目；国家特色专业——广播电视编导专业资助项目。

<<广播电视节目传播策略研究>>

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>