

图书基本信息

书名：<<国际传播视野下美国华语电视内容模式研究>>

13位ISBN编号：9787516114209

10位ISBN编号：7516114200

出版时间：2012-9

出版时间：李宇 中国社会科学出版社 (2012-09出版)

作者：李宇

页数：235

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>

<<国际传播视野下美国华语电视内容>>

内容概要

美国华语电视已经有40年左右的历史，作用与意义不容忽视，但国内学者尚没有就此进行系统和深入的研究。

《我国对外传播文化软实力研究丛书：国际传播视野下美国华语电视内容模式研究》研究分析了美国华语电视的内容模式及该模式的历史、内容、受众和市场等方面成因，并在此基础上探寻我国电视对外传播的策略，即如何借鉴海外华语电视的内容模式，更有针对性地开展对外传播。

《我国对外传播文化软实力研究丛书：国际传播视野下美国华语电视内容模式研究》主要采用了内容分析法和深度访谈法，在国际传播理论的研究框架下，借鉴“把关人”理论，并融合新闻学、传播学、新闻史、媒介经营管理等多个学科的理论展开研究。

作者简介

李宇，湖南长沙人，北京大学传播学博士。

2002年进入中央电视台中文国际频道（CCTV-4），现供职于中央电视台海外传播中心，并兼任北京大学新闻与传播学院跨文化交流与管理研究中心特约研究员。

研究方向为国际传播、跨文化传播和对外电视新闻。

已在国内主要学术期刊和学术会议发表论文八十余篇，出版专著《中国电视国际化与对外传播》、《海外华语电视研究》和《对外电视与文化传播》。

担任国家社科基金重大项目“我国对外传播文化软实力研究”课题组子课题负责人，参与广电总局、文化部等多个部级课题研究。

书籍目录

绪论 第一节 研究目的与意义 一 研究目的 二 研究意义 第二节 文献综述与概念界定 一 文献综述 一 概念的界定 第三节 研究思路与理论框架 一 研究思路 二 理论框架 第四节 本书结构、创新点与难点 一 本书结构 二 创新点与难点

第一章 研究方法 第一节 内容分析法 一 内容分析法概述 二 研究对象 三 数据库与样本选取 四 类目建构与分析 第二节 深度访谈法 一 深度访谈法概述 二 访谈对象 三 访谈提纲 四 访谈内容整理与分析

第二章 美国华语电视内容模式的背景 第一节 历史视角下的美国华语电视 一 美国华文媒体内容模式的特点 二 美国华语电视内容模式的特点 第二节 现实视角下的美国华语电视 一 客户——广告客户和受众 二 供方、产业竞争者和潜在进入者——中国媒体 三 其他的产业竞争者和潜在进入者 四 替代品——网络媒体 第三节 本章小结

第三章 美国华语电视内容模式的构建 第一节 国际传播模式与“把关人”模式 一 国际传播模式 二 “把关人”理论模式 第二节 美国华语电视内容模式的构建 一 国际传播和“把关人”模式与美国华语电视内容模式 二 美国华语电视内容模式的构建 三 美国华语电视内容模式的内涵 第三节 本章小结

第四章 美国华语电视内容模式的节目解析 第一节 美国中文电视的节目分析与内容模式 一 节目构成 二 节目编排 三 节目来源 四 新闻类节目的报道主题与关注地域 五 内容模式分析 第二节 美国KTSF26台的节目分析与内容模式 一 节目构成 二 节目编排 三 节目来源 四 新闻类节目的报道主题与关注地域 五 内容模式分析 第三节 本章小结

第五章 美国华语电视内容模式的受众解析 第一节 美国华语电视的受众定位 一 受众定位 二 受众内容需求与收视习惯 第二节 美国华人受众的群体差异性和华语电视内容模式 一 源于移民时间的群体差异 二 源于移民籍贯的群体差异 三 源于移民职业的群体差异 四 源于移民语言的群体差异 五 源于政治的群体差异 第三节 美国华人受众的代际差异和华语电视内容模式 一 移民人口结构变化与代际差异的产生 二 代际差异与华语电视内容模式 第四节 美国华人受众的共性和华语电视内容模式 一 拥有接近的文化“码本” 二 拥有相近的解码方式 第五节 本章小结

第六章 美国华语电视内容模式的市场解析 第一节 美国华语电视市场的特点 一 市场规则 二 节目传输方式 三 市场竞争 第二节 美国华语电视的市场特点与内容模式 一 市场特点对内容模式的影响 二 应对市场特点的策略 第三节 本章小结

第七章 美国华语电视内容模式与我国对外传播 第一节 我国电视对外传播存在的不足 一 节目内容方面的问题 二 传播渠道方面的问题 三 传播体制方面的问题 第二节 海外华语电视对于中国对外传播的意义 一 扩大传播范围 二 增强传播效果 第三节 美国华语电视内容模式与我国对外电视传播 一 加强节目针对性 二 增进交流与合作 三 避免“政治化”美国华语电视媒体 第四节 本章小结 结语 主要参考文献 后记

章节摘录

第三节 美国华语电视内容模式与我国对外电视传播 美国华语电视的内容模式是其长期根据当地媒体环境、受众特点、市场特点等方面的因素发展起来的,对我国对外电视传播,尤其是对美电视传播具有重要的参考意义。

一加强节目针对性 在国际传播模式和“把关人”模式的框架下,美国华语电视宏观上是整个国际传播过程中的一个重要构成要素,在微观上,它也有自己的作用模式,也就是在第三章中构建的美国华语电视内容模式,如图3-16表示。

在图3-16中,把关标准主要包括频道定位、市场环境和受众特点,把关方式主要包括节目构成、节目编排和节目来源。

根据图3-16,如果我国电视对外传播是通过美国华语电视来覆盖美国华人受众的话,要根据美国华语电视内容模式的构造,在传播内容和渠道等方面强化契合度;也就是要符合美国华语电视的把关标准。

美国华语电视的节目大部分是通过引进获得,例如,美国KTSF26台在一周所播出的节目中,自制节目和引进节目占总播出时间的比例分别为37%和63%;美国中文电视的这个比例为29%和71%。

因此,我国对外电视要根据美国华语电视节目构成和编排的特点,尤其是内容需要,有针对性地提供节目;这也有利于更好地满足美国华人受众的需求。

(一)改进新闻节目的定位和内容构成 新闻节目是美国华语电视重要的节目类型,在播出节目中占有较大的比重。

例如,本研究发现,美国KTSF26台从周一到周五的节目中,新闻类节目是最主要的节目类型(48%)

影视类节目(29%)和宗教类节目(14%)位居其次。

其次是儿童类和综艺娱乐类节目。

就新闻节目而言,“把关人”理论的重要应用领域就是信息传播。

而且,我国对外电视频道是部分美国华语电视新闻信息的直接来源,例如LA18台等频道都是直接改编中央电视台中文国际频道(CCTV-4)播出的新闻节目,然后在其频道中播出。

美国LA18台记者齐霁在接受笔者访谈时表示,该台晚间小时新闻节目中分别播出5分钟左右的中国内地新闻和中国台湾地区新闻,中国内地新闻改编自CCTV-4,台湾地区新闻改编自民视。

因此,CCTV-4所播出的新闻内容直接决定了它们新闻节目中对于内地的报道主题和方式。

.....

<<国际传播视野下美国华语电视内容>>

编辑推荐

《国际传播视野下美国华语电视内容模式研究》由李宇所著，本书借鉴并力求超越传统海外华文媒体研究的视角、方法与理论，拓展海外华语电视研究的视野，将美国华语电视研究与华人移民历史、华人受众特点、美国华语电视市场与经营以及对外电视传播研究等领域进行有机结合。

本研究通过对美国华语电视内容模式以及与之相关的美国华人受众、市场等方面的分析，探寻我国对外传播与美国华语电视媒体之间的关系定位，尤其从“国际传播能力建设”层面提出相应的决策参考和策略建议。

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>