

<<电视节目编导>>

图书基本信息

书名：<<电视节目编导>>

13位ISBN编号：9787561763414

10位ISBN编号：7561763417

出版时间：2008-12

出版时间：华东师范大学出版社

作者：邹建，洪代星，贾志珍 著

页数：225

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>

前言

20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。

这一百年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、广播、通讯社之后，电影、电视乃至互联网等新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，而新闻传播对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

20世纪90年代，中国的新闻传播事业也渐渐跟上了世界的步伐，越来越多的高等院校开设了相关专业。

目前，全国开设新闻、传播、公关、广告类的院系达到470余家，在校生超过10万人，每年毕业生超过2.5万人。

这个数字在全球是排在前列的。

与蓬勃的高校专业开设相对应的是，虽然众多研究新闻传播学的学术著作相继问世，但是过于艰深的理论与学生的实践有一定的距离。

因此，建设新闻传播类系列教材成为我国发展新闻传播学事业的关键。

近些年来，一些出版社适应形势的需要和发展，先后出版了一系列新闻与传播方面的教材。

但是，理论与实践总是在探索中不断磨合的。

新闻传播学是实践性、应用性很强的学科，其教学内容、教学形式乃至教学案例都需要不断地更新。

<<电视节目编导>>

内容概要

新闻传播专业系列教材。

20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。

这一百年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、广播、通讯社之后，电影、电视乃至互联网等新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，而新闻传播对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

20世纪90年代，中国的新闻传播事业也渐渐跟上了世界的步伐，越来越多的高等院校开设了相关专业。

目前，全国开设新闻、传播、公关、广告类的院系达到470余家，在校生超过10万人，每年毕业生超过2.5万人。

这个数字在全球是排在前列的。

<<电视节目编导>>

书籍目录

导论 电视本性及电视节目一、电视是广播的延伸二、电视体制及我国电视体制改革三、电视发展的几大趋势四、电视与电视节目第一篇 电视节日与编导第一章 电视节目概论第一节 电视节目的发展第二节 电视节目的概念与其构成元素第三节 电视节目的分类第四节 电视制作技术的发展历史第二章 电视节目编导第一节 电视节目编导“画像”第二节 电视节目编导的综合素质第三节 电视节目编导的专业素质第二篇 电视节日制作技术第三章 电视节目制作技术概述第一节 电视制作方式及流程第二节 电视制作系统设备第四章 电视直播第一节 电视直播的分类、优势与技术要求第二节 现场直播的过程第三节 电视直播中的导播第五章 电视录播第一节 电视录播的发展与分类第二节 录播节目制作过程第三篇 电视编导业务第六章 电视新闻节目编导第一节 电视新闻节目的界定及其特点第二节 电视新闻节目的分类第三节 电视新闻节目编导与制作第七章 电视文艺节目编导第一节 电视文艺节目的发展与特征第二节 电视文艺节目的策划与编导第八章 电视谈话节目编导第一节 电视谈话节目的特征第二节 电视谈话节目的分类与编导第九章 电视纪录片编导第一节 电视纪录片的特征第二节 电视纪录片的策划与编导主要参考书目后记

章节摘录

另外, Arbiton公司开发四种定性量表, 来统计公众对电视节目的编排、创新性、多样性等方面的评价。

TAA公司用两个指标来评价节目的号召力: 节目欣赏(观众对一个节目总的享受或喜欢程度)和节目影响(观众体验到的投入或刺激的程度)。

中国对电视节目质量的研究起步较晚。

直到1989年, 香港广播电视台才引进欣赏指数进行电视节目质量调查。

1991年到1997年, 调查每年1次或2次, 调查范围也相对较小, 仅仅限于黄金时段播出的节目。

1998年, 调查出现了一些变化, 由“电视节目欣赏指数调查顾问团”主持, 负责独立拟定问卷内容、调查方法和节目范围; 香港大学社会科学院研究中心执行调查, 并负责分析解释结果和撰写报告, 最后向社会公众发布调查数据。

调查范围扩大到香港本地制作的所有经常性节目, 评分方式也改成百分制, 请观众用0100的分数对节目直接评分。

1998年, 中央电视台首次在中国大陆开展电视节目质量调查, 并引入观众满意度的概念。

随后一些省级电视台也开始开展观众满意度调查, 如吉林电视台、安徽电视台、山东电视台、湖北电视台等。

这些调查都是由央视调查咨询中心设计并执行的。

中央电视台的调查在30个城市和部分农村进行, 各省级电视台的调查主要在省会城市开展, 每个季度呈现一次报告。

调查内容分频道和栏目两大部分, 从1999到2002年调查所涉及的指标一直在不断地改进。

央视进行的电视节目质量调查和国际上有较大的不同。

首先, 使用的指标不同。

英国使用欣赏指数, 而央视使用观众满意度。

其次, 央视的调查还有许多附属指标。

再次, 央视的调查增加了频道概念, 2001年关于频道质量的调查发展成为频道竞争力研究。

这种变化被认为是考虑了中国的国情, 适合中国电视业目前的现状。

正是因为这种变化, 我国对电视节目质量的评价还没有形成统一的体系, 而且缺乏对观众满意度进行深入的探讨和分析。

除了英国、美国和中国外, 其他国家也加入了测量电视节目质量的行列。

如加拿大CBC的享受指数, 新西兰的F积分和Q积分, 荷兰的欣赏指数, 法国的兴趣指数等。

但通过国外的这些调查来看, 他们对节目的评价主要围绕“观众”展开, 并通过统计学与社会学的方法, 对电视节目进行评价。

这一节目评价体系科学、客观, 也比较能代表节目受欢迎的程度, 但这种评价体系却往往忽略了电视节目的内容评价, 完全以“观众”的评价代替对整个节目的评价, 有时也会出现评价上的偏差。

一些优秀的人文节目由于没有娱乐性, 在这样的评价体系中往往得分十分落后, 而那些纯粹的庸俗娱乐节目却常常高居榜首。

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>