

图书基本信息

书名：<<中国电视娱乐节目受众话语权力研究>>

13位ISBN编号：9787504366894

10位ISBN编号：7504366897

出版时间：2012-7

出版时间：中国广播电视出版社

作者：曾文莉，谭秀湖 著

页数：286

字数：220000

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>

内容概要

《中国电视娱乐节目受众话语权力研究》的观点是：娱乐节目受众话语权力在外在因素和自身的争取下有所提升，媒介话语权力部分回落到受众手中，并且呈现出越来越明显的趋势。但这并不代表现实复杂的社会环境中大众传播就已经是真正以受众为中心，受众要真正走到媒介话语的中心，尚需各方话语主体平衡协调利益。

作者简介

曾文莉，1977年生，四川绵阳人，四川大学广播影视文艺学博士，现为成都体育学院新闻系教师。
主要从事新闻与传播学、广播电视传媒、媒体文化研究。
出版《中国电视批评史》（副主编）、《21世纪中国广电大趋势》（副主编）两部，在核心期刊发表学术论文十余篇。

谭秀湖，1971年出生于吉林省辽源市，工学博士后，现就职于成都体育学院新闻系。
主要研究方向为数字水印、版权保护和信号处理。

书籍目录

绪论

- 一 研究目的与研究意义
- 二 前提问题与概念界定
- 三 研究现状与文献综述
- 四 研究思路与研究方法
- 第一章 电视娱乐节目受众话语权力的实践关怀与理论图绘
 - 第一节 电视娱乐节目受众的当下处境
 - 一 电视娱乐节目的风起云涌
 - 二 电视娱乐节目受众的当下处境
 - 三 电视娱乐节目对受众主体性的培育
 - 第二节 受众话语权力相关理论图绘
 - 一 传播学理论中的受众中心论
 - 二 文艺学中的接受反应理论
 - 三 文化研究中的接受分析理论
 - 四 法理主义中的受众权利说
- 第二章 电视娱乐节目受众话语权力的历时性考察
 - 第一节 支配型话语权力：“失声的群众”
 - 一 支配型话语权力概述
 - 二 国家话语权力的主导
 - 三 受众话语权力的缺场
 - 第二节 竞争型话语权力：话语格局的悄然转型
 - 一 竞争型话语权力概述
 - 二 电视媒介话语的建构
 - 三 受众话语权力的萌动
 - 第三节 合作型话语权力：交互话语空间的建构
 - 一 合作型话语权力概述
 - 二 多维话语权力的竞争与共生
 - 三 受众话语权力的在场
- 第三章 电视娱乐节目受众话语权力嬗变的动力场
 - 第一节 受众话语权力嬗变的宏观动力系统分析
 - 一 政治民主化进程的加快
 - 二 经济市场化改革的深入
 - 三 大众文化的崛起勃兴
 - 第二节 媒介技术发展对受众话语权力嬗变的动力分析
 - 一 电视传输技术的进步
 - 二 电视附加技术与设备的更新
 - 三 新媒体技术下的电视新形态
 - 四 三网融合趋势下的电视传播新观念
 - 第三节 媒介传播环境变迁对受众话语权力嬗变的动力分析
 - 一 媒介传播环境变迁的意义
 - 二 媒介融合对受众话语权力的作用机制
- 第四章 电视娱乐节目受众话语权力的呈现方式
 - 第一节 受众话语权力理论的媒介显现
 - 一 福柯：话语权力
 - 二 布尔迪厄：场域·资本·话语权力

三 菲斯克：生产者式文本·积极的受众

第二节 不同电视娱乐节目类型受众话语权力的呈现方式

一 综艺表演节目受众话语权力的呈现与表达

二 游戏竞技节目受众话语权力的呈现与表达

三 益智博彩节目受众话语权力的呈现与表达

四 “真人秀”娱乐节目受众话语权力的呈现与表达

第三节 受众话语权力的呈现方式对电视娱乐节日的影响

一 对电视娱乐节目理念旨趣的影响

二 对电视娱乐节目文化品位的影响

三 对电视娱乐节目创作方式的影响

第五章 电视娱乐节目受众话语权力悖论、建构与风险

第一节 电视娱乐节目受众话语权力三重悖论

一 悖论之一：“主动的受众”和“被动的受众”

二 悖论之二：“生产的受众”和“消费的受众”

三 悖论之三：“群体性的受众”和“个体化的受众”

第二节 电视娱乐节目受众话语权力的建构价值

一 建构价值之一：受众在场对娱乐节目文本的生产性建构

二 建构价值之二：从媒介话语权力的解构到受众的自我赋权

第三节 电视娱乐节目受众话语权力的风险评估

一 风险评估之一：受众话语权力畸变带来的异化风险

二 风险评估之二：受众话语权力畸变带来的失范隐忧

结 语

参考文献

附录一 中央电视台2010年3月14日各频道节目收视数据表

附录二

附录三

附录四 2001—2007年综艺节目播出和收视情况

附录五 网友对贵州卫视《相亲相爱》的恶搞图片

后 记

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>