

<<中国农业电视传播发展研究>>

图书基本信息

书名：<<中国农业电视传播发展研究>>

13位ISBN编号：9787106031503

10位ISBN编号：710603150X

出版时间：2010年02月

出版时间：中国电影出版社

作者：马梅

页数：289

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>

## <<中国农业电视传播发展研究>>

### 内容概要

解决三农问题，实现国家和社会的科学发展是紧迫的时代命题。

中央强调三农问题是全部工作的重中之重。

贯彻科学发展观、构建社会主义和谐社会，重在三农问题的解决，在于社会主义新农村建设战略的成功实践。

电视媒介在当前是我国拥有广大受众的大众传媒，是我国农民接触最多、且对农民影响最大的媒介。因此，作为强势媒介、社会公器的电视传播应该通过农业电视传播的大力发展，沟通上下内外，协调城乡，服务三农，从而在促进“三农问题”的最终解决上发挥无可替代的作用。

但是目前，我国的农业电视传播还有诸多不足，没能充分发挥其重要作用。

一方面，各级政府及相关部门为了让全国各地的农村受众都能收看到电视节目、看好电视，投入了大量资金，开展了大量的工作，一方面，我国仍然有很多地方的农村接收到的电视信号质量不好，接收到的电视套数不多，农民应该看、想看的农业电视节目却恰恰接收不到，或者是农业电视节目的播出时间、节目内容、节目形式存在问题，导致农民无法收看或不愿意看。

笔者认为，中国农业电视传播应该以服务三农、沟通城乡，实现国家和社会的科学发展为己任，以农村观众、农民为服务主体，同时满足其他关心、关注三农问题的城市观众的需要，在全社会营造城乡一体、共同解决三农问题的环境氛围。

同时，要建立农业电视传播服务三农的长效机制。

农业电视传播具有公共性和公益性，政府对其发展应给予政策、资金和人才的支持；应从服务三农出发，重新建构农业电视节目评估体系；农业电视传播应实施人才战略和制度创新，积极推进自身的可持续发展，在新媒体蓬勃发展的形势下积极开展自身内容产品的新媒体搭载工作。

最后，农民的影像实践的意义与价值已有充分显示，农业电视传播应积极主动地吸收农民的影像实践，整合农村传播资源，让农民能够运用媒介表达自己的意愿、反映问题，充分发挥主体性。

## <<中国农业电视传播发展研究>>

### 作者简介

马梅，女，1976年12月生，安徽合肥人，博士。

现任安徽师范大学新闻系副教授、传播学专业硕士生导师。

主要研究领域为广播电视学、媒介文化等。

1995年获安徽师范大学汉语言文学专业学士学位；2000年毕业于新华社中国新闻学院研究生部国内新闻专业，获第二学士学位；2005年毕业于安徽师范大学文学院中国古代文学专业，获硕士学位；2009年6月毕业于中国传媒大学电视与新闻学院广播电视新闻学专业，获博士学位。

自2000年7月任教于安徽师范大学以来，先后主讲《广播电视学》、《广播电视广告》、《广播电视主持人》、《新闻写作》、《当代期刊研究》、《纪录片研究》等课程。

发表学术论文20余篇，主持科研课题2项。

出版著作2部：《中国诗学研究》(参编)《广播电视广告概论》(编著)。

## &lt;&lt;中国农业电视传播发展研究&gt;&gt;

## 书籍目录

序中文摘要英文摘要绪论第一章 中国农业电视传播与国家发展 第一节 三农问题与国家发展 一、解决三农问题是社会主义本质属性的内在要求 二、解决三农问题是历史发展的必然要求 第二节 作为公共领域和中介场域的农业电视传播 一、公共领域：农业电视传播的公益性 二、场域：农业电视传播的内外力量博弈 小结 第二章 中国农业电视传播的现状与问题 第一节 农业电视传播的基础建设与存在问题 一、农业电视传播的基础建设 二、任重道远：农业电视传播基础建设的重重难题 第二节 农业电视传播的节目建设与存在问题 一、农业电视传播的节目建设现状 二、农业电视节目的错位、错位与变味 第三节 农业电视传播人的两难境地 一、两难境地形成的深层原因 二、两难境地形成的微观因素 小结 第三章 农业电视传播的角色与定位 第一节 农业电视传播的总体定位 一、关于农业电视传播总体定位的有关论述 二、关于农业电视传播总体定位的城乡观众调查 三、关于农业电视传播总体定位的结论 第二节 新型农民语境下的信息服务和观念变迁 一、农民信息渴求的满足 二、帮助农民建立“信息观念” 三、促进农民的深层观念变迁 第三节 社会心理层面：破除城乡二元的意识形态 一、三农问题的彻底解决需要沟通城乡 二、城市和农村：只是两种不同的生活方式 三、沟通城乡的方法选择 第四节 科学发展观视阈下的涉农政策解读和农民权益维护 一、涉农政策解读：正向的传播 二、农民权益维护：农业节目的软肋 第五节 话语平台：落实农民主体性 一、话语权与农民主体性 二、落实农民主体性的做法 第六节 建设性作用：关注根本和着眼前瞻 一、关注根本：传播的终极责任 二、着眼前瞻：高端力量的体现 小结 第四章 建立农业电视传播服务三农的长效机制 第一节 公共特性与政府支持 一、农业电视传播的公共性、公益性 二、多层多向的政府支持 第二节 农业电视节目评估体系的重新建构 一、现有电视节目评估标准的考量 二、重新建构：评估标准的多样化 第三节 农业电视传播的人才战略和制度创新 一、业精神与三农情怀 二、制度创新和激励机制 第四节 农业电视传播的可持续发展 一、可持续发展的可能性分析 二、服务三农：可持续发展的前提 第五节 农业电视传播的新媒体搭载 小结 第五章 农业电视传播的新景观：农民的影像实践 第一节 媒体和其他机构对农民影像实践的推动 第二节 农民的影像实践 第三节 整合农村传播资源 小结 结束语：挑战与机遇参考文献附录 [附录一]涉农电视传播研究调查问卷 [附录二]涉农电视节目观众调查问卷 [附录三]涉农电视节目从业人员访谈提纲后记

## <<中国农业电视传播发展研究>>

### 编辑推荐

《中国农业电视传播发展研究》除绪论之外，分如下五个章节：第一章主要论述农业电视传播在国家和社会发展中的重要性。

第二章具体深入地分析了中国农业电视传播的现状与存在问题。

第三章主要论述中国农业电视传播应该承担的角色和担负的责任。

第四章主要分析建立农业电视传播服务三农的长效机制应该着力解决的几个问题及其做法。

第五章从对民间影像的梳理入手，论述了农民的影像实践对于农业电视传播的重要意义。

<<中国农业电视传播发展研究>>

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>