

<<电视传播核心价值论>>

图书基本信息

书名：<<电视传播核心价值论>>

13位ISBN编号：9787301167496

10位ISBN编号：7301167490

出版时间：2010-4

出版时间：北京大学出版社

作者：欧阳宏生 编

页数：250

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>

## <<电视传播核心价值论>>

### 内容概要

本书以论题研究的目的和意义为起点，阐明电视传播与社会核心价值的关系，并借鉴西方社会核心价值建设的理论与实践经验，说明电视传播在中国经济、政治、文化发展中的重要作用。在此基础上，全面论述了电视新闻、社会教育、文艺娱乐、信息服务类节目在实现社会核心价值方面的重要地位、作用和途径。

同时本书还提出要进行体制改革创新，实现当代电视文化的转型，构建新型的电视和谐文化，以促进社会主义核心价值的实现。

本书具有理论性、学术性、开创性、实践性特征，对如何坚持中国特色社会主义电视发展道路具有科学性、前瞻性意义，对如何坚持中国电视健康协调发展具有重要的指导作用。

## <<电视传播核心价值论>>

### 作者简介

欧阳宏生，四川大学教授、博士生导师、新闻传播研究所所长，全国首届“十佳”广播电视理论工作者。

兼任国家广电总局中国广播电视协会学术委员，中国高校影视学会副会长，中国传媒经济与管理研究会副会长等学术职务。

多年来担任中国广播电视新闻奖、中国广播影视大奖评委及召集人，中国电视艺术金鹰奖、国际金熊猫纪录片奖、中国新闻奖、长江韬奋奖等评委。

发表论文180多篇，出版著作12部，主编2部国家重点规划教材，主持10多项国家重点、一般及部省级课题。

有9项成果获国家、省政府社科奖励。

先后在地方和中央媒体工作，2001年引进入四川大学，次年开始指导博士生。

## <<电视传播核心价值论>>

### 书籍目录

绪论 第一章 电视传播与社会核心价值 第一节 电视：促进核心价值实现的主导媒介 第二节 实现核心价值传播的问题与挑战 第二章 西方关于社会核心价值的理论与实践 第一节 电视传播与核心价值构建的理论资源 第二节 西方电视传播构建核心价值的实践 第三节 西方理论研究与实践的相关启示 第三章 电视传播与中国社会进步 第一节 电视传播促进政治文明的进程 第二节 电视传播促进经济健康发展 第三节 电视传播促进文化的进步与繁荣 第四章 电视新闻传播与社会核心价值的实现 第一节 电视新闻传播是实现核心价值的重要途径 第二节 电视新闻传播实现核心价值的历史与现实 第三节 强化引导力、影响力，发挥电视新闻传播实现核心价值的作用 第五章 电视社教传播与社会核心价值的实现 第一节 电视社教传播是实现核心价值的重要途径 第二节 电视社教传播实现核心价值的历史与现实 第三节 普及知识、传承文化、道德教化，发挥电视社教传播实现核心价值的作用 第六章 电视文艺娱乐传播与社会核心价值的实现 第一节 电视文艺娱乐传播是实现核心价值的重要途径 第二节 电视文艺娱乐实现核心价值的历史与现实 第三节 审美与娱乐比翼齐飞，发挥电视文艺娱乐传播实现核心价值的作用 第七章 电视信息服务传播与社会核心价值的实现 第一节 电视信息服务传播是实现核心价值的重要途径 第二节 电视信息服务传播实现核心价值的历史与现实 第三节 发挥电视信息服务传播实现核心价值的作用 第八章 电视体制改革与社会核心价值的实现 第一节 电视的价值理想与体制改革创新 第二节 电视体制存在的问题与创新动力系统 第三节 建立适应核心价值实现的电视体制 第九章 当代电视文化转型与社会核心价值的实现 第一节 多元与冲突：当代电视文化转型的内涵与特征 第二节 转型期电视文化建构核心价值的基本原则 第三节 构建和谐电视文化，促进核心价值的实现 主要参考文献 后记

## <<电视传播核心价值论>>

### 章节摘录

第一章 电视传播与社会核心价值 “价值”是马克思主义思想体系中一个基本而重要的概念，通常是指凝结在商品中的一般人类劳动的结晶，属于经济学的范畴。

在“社会核心价值”概念中讨论的价值，并不完全是一个经济学范畴，而是属于关系范畴。

“‘价值’这个普遍概念是从人们对待满足他们需要的外界物的关系中产生的。

”价值是由主体的需要和客体的属性及功能两者之间的统一关系构成的，只有在主体的需要与客体满足主体需要的特定现实关系中，才谈得上有无价值问题。

它反映了主客体双方的需要与被需要、被满足与满足的关系。

从价值的本质规定看，价值的构成包括主体的需要、欲求和客体的属性、功能以及主体与客体统一的现实基础——实践。

某种物品、形制、规范或活动具有使用价值，能持久地发挥它对于人的有用的功能，就能受到人们的欢迎，具有恒久的生命力。

在一个社会中，价值是多元化存在的。

社会中有不同的阶层、族群、团体等等，必然有与之相应的价值，它们构成了一个社会的价值体系。

但是在多种价值并存的社会中，必然有起着主导作用的处于统治地位的价值，也就是核心价值。

一个社会的核心价值并不是只有一个，它们是多层面、全方位地发挥作用的，众多的核心价值一起就组成了核心价值体系。

在一个社会中，价值并不是一成不变的。

随着时代的变迁，社会的各种价值也会相应地发生变化。

但是核心价值是基本不变的，它始终贯穿在价值的变化过程之中，居于主流地位，始终引导着整个社会的价值取向，协调不同价值的差异，抵御反面价值的侵袭。

“新社会的诞生往往以核心价值体系的形成为先导。

社会的稳定发展也往往以核心价值体系的形成为支撑。

核心价值体系不仅作用于经济、文化、政治和社会生活的各个方面。

.....

<<电视传播核心价值论>>

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>