

<<解构电视>>

图书基本信息

书名：<<解构电视>>

13位ISBN编号：9787504347947

10位ISBN编号：7504347949

出版时间：2006-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：张晓锋

页数：258

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>

<<解构电视>>

内容概要

当今社会，电视已经深入到社会生活的各个领域，成为与政治、经济、文化互动发展的重要形态。本书立足于我国电视传播的现状，以人类传播的协同进化史为依托，以电视传播的前沿发展为指向，综合运用多学科理论，在对电视传播的过程及其规律的系统分析中，探讨我国电视传播的发展路径与运行策略，以及提升电视传播效果的基本规律与操作机制，力图建构起电视化播学的新体系。

本书可作为广播电视专业学生的教材和参考书，也可供广播电视研究者和从业人员参考。

<<解构电视>>

作者简介

张晓锋，1973年3月生，江苏江阴人，南京师范大学新闻与传播学院副教授、广播电视系主任。1995年获理学学士学位，2001年获教育学(教育电视方向)硕士学位，现在复旦大学新闻学院师从童兵教授攻读新闻学博士学位。

主要从事《电视编辑》、《传播学导论》等课程教学和电视传播实务与理论研究。

著述有《解构电视：电视传播学新论》、《电视编辑思维与创作》、《电视制作原理与节目编辑》、《影视艺术传播与审美》(参著)和《现代教育技术》(参编)。

主持江苏省哲学社会科学规划项目、江苏省新世纪教改工程项目以及校教学、科研项目多项。

先后获“江苏省高等学校实验室先进工作者”、“青蓝工程”校级优秀中青年骨干教师、校青年教师“教学十佳”等称号以及江苏省优秀电视教材一等奖、校优秀教学成果一等奖等奖项。

<<解构电视>>

书籍目录

绪论：解构与建构第一章：电视传播发展论 第一节人类传播的发展机理 一、人类传播的历史脉络 二、人类传播的演进规律 第二节电视传播的发展观念 一、以开放为先导的市场适应观念 二、以创新为指导的整合传播观念 三、以竞争为支撑的协作发展观念 四、以服务为任务的受众本位观念第二章：电视传播媒介论 第一节电视传播的本体特征 一、作为技术产物的电视 二、作为传播媒介的电视 三、作为艺术形态的电视 第二节电视传播的媒介博弈 一、电视与其他媒介的博弈 二、媒介博弈中的电视生存策略第三章：电视传播系统论 第一节电视传播的系统化思维 一、电视传播的系统思维 二、电视传播的信息思维 三、电视传播的互动思维 第二节电视传播的系统构成 一、作为大众传播的电视 二、具有组织属性的电视 三、运用人际传播的电视第四章：电视传播体制论 第一节传播与社会发展 一、传播与社会的互动关系 二、传播与社会发展的经典范式 第二节电视传播的体制 一、传媒体制的基本理论 二、世界电视体制类型 三、我国电视传媒体制的变迁第五章：电视传播内容论 第一节电视传播形态 一、电视新闻类节目 二、电视社教类节目 三、电视文娱类节目 四、电视信息服务节目 第二节电视传播语言 一、电视传播语言的构成 二、电视传播的视觉语言 三、电视传播的听觉语言 四、电视传播语言的语法第六章：电视传播接受论 第一节电视接受主体的构成 一、来源的广泛性与结构的多元化 二、身份的隐匿性与群体的特征化 三、接受的主动性与信息的选择性 第二节电视传播的接受机制 一、基于外在刺激的生理机制 二、基于需要驱动的心理机制 三、基于主体权利的社会机制第七章：电视传播效果论 第一节电视传播效果概览 一、效果研究的范式演变 二、传播效果的基本类型 三、电视传播效果的信息机制 第二节电视传播的社会效果 一、电视传播与议程设置 二、电视传播与涵化分析附录：电视节目传播史略 一、我国电视新闻的发展 二、我国电视纪录片的发展 三、我国科教电视的发展 四、我国音乐电视的发展 五、我国电视广告的发展 参考文献 后记

<<解构电视>>

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>