

<<科技与传播>>

图书基本信息

书名：<<科技与传播>>

13位ISBN编号：9787565700002

10位ISBN编号：7565700002

出版时间：2010-9

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：何苏六,张国平

页数：214

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>

## <<科技与传播>>

### 内容概要

科学技术的传播是人类社会科学和技术系统得以产生和存续的基本前提，是科技发展的基本条件，是科技工作者进行科学发现和技术发明的基本支持。

科技传播是科技和社会的自我发展循环系统，是人类社会进步的阶梯。

在当今社会，科学知识比人类历史上以往的任何时候都更加重要，科学技术作为第一生产力对社会发展和人类进步发挥着非常重要的作用。

现代社会的发展进步和国家的繁荣昌盛已经越来越多地依赖于创新、传播和应用以现代科学技术为核心的知识的能力和效率。

在此背景下，以提高国民科学素质、促进公众理解科学为己任的当代科普工作理所当然地越来越受到各国政府和社会的广泛关注，与此同时，大众传媒与科学知识的传播和普及工作也联系得越来越紧密。

本论文集也是在此背景下诞生的。

## &lt;&lt;科技与传播&gt;&gt;

## 书籍目录

科技传播实务 新中国成立60年来科教电视节目历程及未来发展策略刍议——基于2009年调查数据的研究 / 李智丁步亭 中国电视科教节目创作现状与问题分析 / 陈志宏黄洁王凤亭 乡村医疗健康内容科学传播的现状与途径探索 / 李波 电视讲坛类节目的影像化表达 / 牛慧清 从《走近科学》看电视科技节目的传播误区 / 曹飞 情报声像片的编导与观众：在悖论中共谋 / 蒋陈光 声像与情报研究传播效果的创新与融合 / 李文庆吕坚 有关动物的电视新闻报道的理念及方式——人与自然相和谐观念的渗入 / 李沂蒙 技术与理念的双重更新 / 李智余婧 “科学”地讲故事 / 杨晓清 天文类科教电影量少质精 / 段鸣镝新媒体与科技传播 新媒体背景下科技传播方式的改变 / 程素琴郭建光 科学博客的传播特征分析——以科学松鼠会博客网站为例 / 曹晚红 机遇与挑战：媒介融合下的科技传播 / 夏丽丽 网络技术发展促进纪录片传播策略变化——以央视网为例 / 李智黄钰 数字化变革对电视媒体广告经营影响初探 / 谭笑 新媒体时代科技传播的路径、特征及挑战 / 于海燕 新技术对影像科技传播要素的影响分析 / 赵文捷冀茂远 新媒体与科技传播 / 韩平李湘滨科技与传播 数字音乐：由iPod引发的产业变革与文化迷思 / 吴炜华 云计算背景下媒体融合模式初探 / 王闻俊 新媒体背景下电视互动形式探析 / 程素琴王闻俊 MP3文化现象批判 / 宋法刚 网络融合对新闻呈现方式的影响及其未来发展前瞻 / 刘羽丹李智 新媒体技术与新媒体信息形态——以2009年新媒体信息形态的发展为例 / 马忠君宗怡 论电视摄录技术的新发展 / 田维钢 微博客影响下的传统媒体新闻报道对策 / 程素琴周晓宇科技与人文 科学理念与大众需求——从语法改革到专业品质提升 / 曾祥敏 科技的未来抑或人的解放——《新中国》与《媒介革命》传递的传播科技观 / 曹培鑫 变化中的隐忧 / 赵立魁 科学传播不可以缺少视听盛宴 / 王庆璇 降低与优化——浅谈农业科教节目中科学概念的密度处理 / 赵爽 科技记者：传播科技更需要科学精神 / 丁雅妮 浅谈如何让农业科技传播片更生动 / 秦汉丽 趣味·想象——科教节目制作思考 / 夏丽丽

## 章节摘录

社会转型期的一个突出特点就是在消费主义横行下大众文化的兴起和昌盛。

随着人类物质生活水平提高所带来的胶卷、传统录像机及数码录像机的普及，互联网的无限延伸和数码技术的日新月异，影像拍摄、处理、传输、存储手段的更新，影像获取渠道的多样与便捷，影像资源的极大丰富和广泛使用……凡此种种，使我们有幸见识了“影像时代”的到来，这个时代是世界被以影像的方式把握的时代。

在这个时代重影像甚于事物，重制品甚于原作，重表现甚于事实，重现象甚于存在，社会的主要活动之一是生产和消费形象，威力无穷的影像左右了我们对现实的要求。

现在，从印刷出版物到电子媒体，从户外广告到日常记录的手段，影像的方式已经成为一种感知事物和认识事物的常见方式，进入家庭和个人生活之中，并且与个人的精神生活相关。

总之，在我们这个时代，视觉方式更加凸显出来，人可以通过“看”（也伴随着听）来知觉并且理解世界。

对“看”的依赖和“看”所承受的重负是这个时代的特征之一。

自上个世纪80年代以来，对视觉形象的读解，对影像和图片的诠释成为媒介文化发展的一大趋势，图像正以前所未有的力度影响着文化的每一个层面。

在当今社会，有80%以上的信息是以视觉的方式进行传播的，静态的图片和动态的影像已经成为人们日常生活中传递信息的一个重要的载体，影像化时代的到来使信息变成“看得见的传播”。

在影像化时代的大背景下，视觉感官的享受被放在极为重要的位置，今天的人们不是没有时间，而是懒得真正去潜心专注地阅读。

现代社会的生活节奏加快，使得人们的心理疲劳程度加大，人们更愿意选择摄取直观、简单、形象的信息，这就决定了以文字为传播符号的抽象程度大的信息进入了快餐化时代，人们对信息的索取进入了快速读取、快速传播的阶段，影像化的媒介表达理所当然地受到人们的欢迎。

必须承认，视觉的冲击使得我们在接受信息的过程中自觉不自觉地形成了从影像事实中接受大量信息的习惯。

由此看来，高质量的画面、视觉冲击力强的影像能对观众产生更强的吸引力，也意味着节目被观众认同与接纳。

尽管讲坛类节目主要靠主讲人的口头传授作为节目的主体，带有讲座的性质，但它们毕竟是一档电视节目，必然要追求收视率和收视效果，要体现电视节目的特点。

换句话说，讲坛类节目也要“电视化”，也就是说讲坛类节目要影像化——在节目形成的过程中，就是要在每一个环节中尽可能地使用与节目搭调的视觉影像。

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>