第一图书网, tushu007.com

<<文艺传播学>>

图书基本信息

书名：<<文艺传播学>>

13位ISBN编号：9787302269007

10位ISBN编号：7302269009

出版时间：2011-12

出版时间：清华大学出版社

作者：曾耀农

页数：293

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

文艺传播是指借助于一定的物质媒介和传播手段，将文艺信息、文艺思想或文艺作品传递给接受者的过程。
简而言之，它是文艺家、传播者和接受者之间的文艺信息的传播。
随着信息时代的飞速发展，文艺传播在人类社会生活占有越来越重要的位置。
文艺传播学就是文艺学与传播学嫁接的一门新兴学科，其研究成果不仅为当今传播媒体的改革方向提供了理沦依据，而且必然会对文学与艺术的发展产生一定的指导意义。
本书内容丰厚、观点新颖、论证翔实、语言流畅，适合大专院校师生及文艺界，传播界同行阅读与参考。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

第1章　文艺传播中的审美品格
1.1　文艺传播概述及研究现状
1.2　文艺传播的审美品格分析
1.3　文艺传播审美品格的意义
参考文献
第2章　报纸媒介在文艺传播中的历史与现状
2.1　中国报纸文艺传播的历史
2.2　中国报纸文艺传播的现状
2.3　报纸文艺传播的发展出路
参考文献
第3章　期刊媒介在文艺传播中的功能和局限
3.1　期刊媒介及文艺传播概述
3.2　期刊媒介在文艺传播中的特征
3.3　期刊媒介在文艺传播中的功能
3.4　期刊媒介在文艺传播中的缺陷
3.5　期刊媒介在文艺传播中的应对策略
参考文献
第4章　电影媒介在文艺传播中的特点和劣势
4.1　电影媒介及其文艺传播属性
4.2　电影媒介在文艺传播中的特点
4.3　电影媒介在文艺传播中的劣势及对策
参考文献
第5章　广播媒介在文艺传播中的历程与措施
5.1　世界广播的分类及其发展历程
5.2　我国广播发展历史与现状
5.3　广播媒介在文艺传播中的功能
5.4　广播媒介在文艺传播中的局限
5.5　广播媒介在文艺传播中的应对措施
参考文献
第6章　电视媒介在文艺传播中的作用和趋势
6.1　电视媒介在文艺传播中的发展
6.2　电视媒介在文艺传播中的作用
6.3　电视文艺传播的发展趋势
参考文献
第7章　网络媒介在文艺传播中的便捷与对策
7.1　网络媒介在文艺传播中的便捷
7.2　网络媒介在文艺传播中的负面影响
7.3　中国网络文艺传播面临的挑战
7.4　网络媒介在文艺传播中的对策
参考文献
第8章　手机媒介在文艺传播中的运用与创新
8.1　手机媒介与文艺传播
8.2　文艺传播的意义延伸
8.3　手机在文艺传播中的运用与普及
8.4　手机媒介在文艺传播中的特点

8.5　手机媒介在文艺传播中的不断创新
参考文献
第9章　媒介整合对文艺传播的影响
9.1　媒介融合是传播发展的必然趋势
9.2　文艺传播的技术变迁
9.3　媒介融合引领文艺传播新境界
参考文献
第10章　文艺传播与民族文化
10.1　多民族国家的形成和发展
10.2　民族文化与民族文艺
10.3　民族文艺传播的概念与形式
10.4　文艺传播与民族文化结合的途径
参考文献
第11章　文艺传播与耕读文化
11.1　文艺传播的定义与功能
11.2　耕读文化的今昔解读
11.3　文艺传播与耕读文化的嫁接
参考文献
第12章　文艺传播与民俗文化
12.1　文艺传播与民俗文化的概念
12.2　黔东南民俗文化概况
12.3　文艺创作在民俗文化传播中的积极作用
参考文献
第13章　文艺传播与佛教文化
13.1　佛教文化的定义与其传播状况
13.2　佛教文化在中国古代文艺传播中的体现
13.3　佛教文化在现当代文艺中的传播
参考文献
第14章　文艺传播与社区文化
14.1　文艺传播的方法与途径
14.2　文艺传播在社区文化建设中的功能
14.3　文艺传播在社区文化建设中的措施
14.4　发挥文艺传播功能，完善社区文化建设
参考文献
第15章　文艺传播与商帮文化
15.1　商帮文化的概念及沿革
15.2　商帮文化在文艺传播中的作用
15.3　不同商帮文化的文艺有效传播
15.4　以电视剧《红顶商人胡雪岩》为例谈商帮文艺传播
参考文献
第16章　文艺传播与企业文化
16.1　企业文化传播概述
16.2　企业文化受众解剖与分析
16.3　企业文化传播效果影响因素分析
16.4　文艺传播视角下企业文化传播的问题及对策
参考文献
第17章　文艺传播与湖湘文化

17.1　湖湘文艺定义及现状
17.2　湖湘文化与文艺传播的关系
17.3　湖湘文艺传播在新时代的优势
17.4　湖湘文艺在发展中存在的隐忧
17.5　湖湘文艺的突围策略
参考文献
第18章　古代诗歌的现代传播策略
18.1　古代诗歌的传统传播方式
18.2　古代诗歌的现代传播扫描
18.3　古代诗歌面临的传播困境
18.4　大众传媒时代的古代诗歌传播方略
参考文献
第19章　古代小说的现代传播策略
19.1　古代小说的影视改编
19.2　借助电视品牌与学者明星效应传播古代小说
19.3　古代小说的网络传播
19.4　加强古代小说与现代传媒的联姻
参考文献
第20章　古代戏剧的现代传播策略
20.1　古代戏剧的传播美学与民族特色
20.2　古代戏剧现代传播困境原因分析
20.3　古代戏剧实现现代传播的应对之策
参考文献
第21章　《闯关东》:鲁商文化的东北传播
21.1　《闯关东》塑造了丰富多彩的鲁商形象
21.2　《闯关东》揭示了中国特有的民族精神
21.3　《闯关东》展现了鲁商文化的丰富内涵
21.4　《闯关东》再现了鲁商不畏艰难的奋斗历程
参考文献
第22章　《大瓷商》:赣商文化的艺术传播
22.1　描写江西商人的曲折经历
22.2　世界瓷都的艺术再现
22.3　历史的繁华与现实的对策
参考文献

章节摘录

版权页：经历“媒体互动”这一层次的摸索之后，媒体之间无形的竞争开始有了革命的味道。
在传统媒体和新媒体的竞争中，双方开始探索出新的融合方式，也就是媒体的组织结构型融合。
组织结构型融合就是一个传媒公司或者媒体集团同时拥有报纸、电视、广播、网络等媒体形式，也可以发展成为全媒体实业，在统一的目标下让各个媒体之间最大程度地实现信息资源共享、整合、开发，各媒体平台相互协作，使传媒公司或媒体集团的利益最大化。
默多克的传媒帝国就包括了各种类型的媒体。
在这一阶段，不管是传统媒体还是新媒体都会尽可能的将自己的产品扩张。
但是，我们可以想见，媒介融合的过程绝对不是一个简单的产品内容扩张的过程，一味地扩张“领土”未必有利于占领稳定而广阔的市场。
从受众的角度出发，提高产品的重组功能和分发性是未来媒体产品的重要方向，也是争夺市场的主要途径。
就目前来看，推出媒体的特色产品才能找到突破口，不至于在媒体的“圈地运动”中丧失良机。
而现阶段各媒体打造特色产品也形成了一种大趋势，以社区产品为中心打造的全方位产品和激发用户潜能的个性化产品逐渐成为主流。

编辑推荐

《文艺传播学》是现代传播学丛书之一。

第一图书网, tushu007.com

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