

<<中国广播受众学>>

图书基本信息

书名：<<中国广播受众学>>

13位ISBN编号：9787504332080

10位ISBN编号：7504332089

出版时间：1998-10

出版时间：中国广播电视出版社

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>

<<中国广播受众学>>

书籍目录

目录

序

第一章 绪论

第一节 中国广播受众学的框架

第二节 创建中国广播受众学的意义

第三节 广播受众学的研究方法

第四节 广播受众学的学科位置

第二章 广播受众

第一节 受众的地位

第二节 受众分类

第三节 受众需求

第四节 树立正确的受众观

第三章 收听特性与规律

第一节 收听特性

第二节 收听规律

第四章 广播受众效果

第一节 认识受众效果的两种角度

第二节 正效果与负效果

第三节 影响受众效果的因素

第四节 受众效果评价

第五章 广播受众反馈

第一节 反馈的类型及其他

第二节 正确认识受众来信

第三节 妥善处理受众来信

第六章 广播受众调查

第一节 广播受众调查概述

第二节 受众调查的准备

第三节 抽样调查的基本概念和一般方法

第四节 抽样调查中的问卷设计与实施

第五节 调研报告的撰写

第七章 听评广播(上)

第一节 媒介教育

第二节 听评广播的意义

第三节 听评网和听评制度

第四节 听评者应具备的素质

第八章 听评广播(下)

第一节 帮助编辑部把好“七关”

第二节 其他重点听评内容

第三节 听评播音水平

第四节 综合考评一个台

第九章 办好受众参与性节目

第一节 办好受众参与性节目的必要性

第二节 受众参与性节目的方针和任务

第三节 受众参与节目的方式

第四节 节目的采制

<<中国广播受众学>>

第五节 主持人风格

第十章 受众工作原则

第一节 党性原则

第二节 真实性原则

第三节 群众性原则

第四节 保护受众原则

第十一章 广播受众工作部门的建制及职能

第一节 受众工作部门的地位

第二节 受众工作部门的建制

第三节 受众工作部门的职能

第十二章 广播受众工作者的素质

第一节 政治素质

第二节 思想素质

第三节 业务素质

附录1：台湾广播受众工作简介

附录2：1997年中央人民广播电台听众调查报告

后记

<<中国广播受众学>>

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>