<<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。

1

<<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 -、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