

<<电视话语的重构>>

图书基本信息

书名：<<电视话语的重构>>

13位ISBN编号：9787560962214

10位ISBN编号：7560962211

出版时间：2010-9

出版时间：华中科技大学出版社

作者：石长顺

页数：326

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>

## <<电视话语的重构>>

### 前言

1997年，教育部正式将新闻传播学列为国家一级学科，下设新闻学、传播学两个二级学科，这是新闻传播学发展史上具有里程碑意义的大事。

由此上溯79年，1918年，北京大学成立新闻学研究会，标志着中国开始有了新闻学的学术研究；由此上溯40年，1957年，作为传播学最重要对象的大众传播开始以“群众思想交流”的译名为国人所知；由此前行13年，2010年，新闻传播学研究领域仅在一年之中，已经可以列出很多件可圈可点的事情，“中华新闻传播学者文丛”的出版，就是其中之一。

经历了92年的风雨和春秋。

对于一个人的个体生命来说。

已近期颐之年；对于一个学科来说，也应是臻于成熟之时。

学科成熟的标准在于学科范式的形成。

按照首倡范式学说的美国学者库恩的说法，“范式”一词无论实际上还是逻辑上，都很接近于“科学共同体”这个词。

科学共同体由一些科学专业的实际工作者组成，他们由所受教育和见习训练中的共同因素结合在一起，他们自认为，也被人认为专门探索一些共同的目标，也包括培养自己的接班人。

共同体的内部交流比较充分，专业方面的看法也比较一致。

同一共同体成员很大程度上吸收同样的文献，引出类似的教训。

中国的新闻传播学的学科发展史就是这样的学术共同体在前60年左右的时间于探索和奋斗中初见雏形，在后30多年的时间于改革开放的大潮中迅速壮大的历史。

由于新闻、传播在政治运作中的巨大作用，由于新闻、传播的业务开展与新闻、传播实业组织的紧密联系，中国有相当多的政治人物和新闻、传播的业界人物进入或一度进入中国的新闻传播学科的“科学共同体”，或者，考虑到在新闻传播研究中，不同于一般自然科学、社会科学研究的人文性质研究占有重要的，有时甚至是决定性的位置，我们在更为宽泛的意义上称之为“学术共同体”。

真正完全投身于中国的新闻传播学科的“学术共同体”的。

是一批新闻传播学界的以学术为生命的学者，他们主要生活、工作在中国的社会科学研究系统和高等教育系统。

就人数而言，高等院校的新闻、传播院系的教师占有绝大多数的比例。

1978年，中国恢复新闻学硕士生教育；1985年。

开始培养博士生；1999年，有了博士后流动站。

## <<电视话语的重构>>

### 内容概要

本书是作者近十年来电视理论与实践研究的论文选辑，包括电视基础理论研究、电视应用理论研究和视听新媒体研究三个部分。

论文既有对电视学学科体系建构的思考，又有对电视的公共性、文化性、叙事性和娱乐性等媒介特性的探讨，特别是对在信息全球化、视听新媒体迅速崛起的背景下，电视媒体如何应对、创新，提出了一些具有指导价值的新见解。

## <<电视话语的重构>>

### 作者简介

石长顺，华中科技大学广播电视与新媒体研究院院长、教授、博士生导师，兼任教育部新闻学学科教学指导委员会委员、中国广播电视学研究委员会副会长、中国新闻教育史学会副会长兼秘书长，获第二届全国“百优”广播电视理论工作者称号。

发表相关学术论文80余万字。

出版专著《电视传播学》、《公共电视》、《电视栏目解析》、《荧屏思索录》、《电视专题与专栏》、《电视新闻报道学》、《电视文本解读》、《电视编辑原理》、《电视新闻编辑与制作》等。

主持并完成国家社科基金项目及省、部级重点社科课题多项。

两项教改课题获省人民政府一等奖。

两部专著分别获全国和省级一等奖。

七篇论文获一等奖，一篇论文获湖北省社会科学优秀成果二等奖。

## &lt;&lt;电视话语的重构&gt;&gt;

## 书籍目录

第一编 电视基础理论研究 论电视传播的特性 一、即时现场传播 二、双重信息传播 三、荧屏人际传播 四、媒介兼容传播 五、线性连续传播 电视学的建构与研究路径 一、电视学的学科价值体系 二、电视学的学说理论框架 三、电视学的学术研究路径 现代电视传媒的文化转换 一、文化转换的形式 二、文化转换的内容 三、文化转换的实现 现代电视传媒的生态特征 一、现代电视传媒的全球化趋势 二、现代电视传媒的本土化生存 三、现代电视传媒的市场化运行 四、现代电视传媒的集团化发展 五、现代电视传媒的数字化影响 六、现代电视传媒的工业化生产 现代电视传媒的品牌运营策略 一、传媒品牌的构建 二、传媒品牌的运营 三、传媒品牌的延伸 娱乐狂欢与电视拯救 一、电视娱乐的变迁 二、电视娱乐的反省 三、电视娱乐的拯救 公共电视与公共领域的建构 一、传媒通过公众舆论影响公共领域 二、公共电视符合公共领域对传媒的本质要求 三、公共电视在我国公共领域建构中的作用 公共电视的公共文化服务诉求 一、公共电视的“公共。本质 二、公共电视的社会基础 三、公共电视的目标追求 公共电视的理念之争与模式选择 一、英国的公共电视理念 二、美国的公共电视模式 三、“公共电视”的中国化解读 中国广播电视公共服务的历史使命 一、广播电视公共服务的现实呼唤 二、广播电视公共服务的内涵差异 三、广播电视公共服务的基本任务 四、广播电视公共服务的运行模式 电视传播学的研究内涵与理论基础 一、电视传播学的研究内涵 二、电视传播学的理论基础 三、电视传播学的研究方法 中国电视理论的历史观照 叙事理论与电视 一、叙事学的发展 二、叙事学与电视：电视叙事理论研究的意义 三、电视叙事理论的体系建构和研究策略 电视收视语境与文本意义的重构 ——评戴维·莫利的民族志受众研究 一、自身话语影响着受众的电视解读 二、家庭收视语境中的性别服力关系 三、以“双重焦点”来分析收视行为 四、莫利民族志研究：质疑收视率 新媒体语境下涵化理论的模式转变 一、电视涵化的线性模式反思 二、电视涵化的认知模式建构 三、电视涵化的批判模式转向 媒介话语的历史性超越与重建 ——汶川大地震报道的电视话语分析 一、电视媒介话语机制的历史性进步 二、电视媒介话语机制的实践性突破 三、电视媒介话语机制的“自反性”思考 电视新闻传播与受众的主体性构建 一、营造公共话语空间，搭建主体性构建平台 二、建立能动的传、受关系，使受众成为创造性的接受主体 三、运用隐喻式手法构建认知，引导受众实现主体性构建 广播影视集团产业化运作的思考 一、我国广电业产业化运作应遵循的原则 二、我国广电业产业化运作的四大问题消解 三、我国广电业产业运作中的多元化经营 媒介产业化急需解决的核心问题 ——基于产权理论的分析 一、我国媒介产权制度的现状——模糊产权 二、模糊产权成为媒介产业化过程中的最大阻碍 三、媒介产权制度改革的目标、方法 第二编 电视应用理论研究 中国电视如何应对WTO 一、面对WTO：中国电视休戚相关 二、面对WTO：中国电视“四海扬波” 三、面对WTO：中国电视“未雨绸缪” 境外电视频道落地广东的调查报告 一、调查的基本情况 二、调查的现状分析 三、调查的理性思考 频道专业化：从理念到成功实践 一、跨越式发展 二、特色化经营 三、对象性传播 我国电视财经频道的现状及对策分析 一、财经电视的发展现状 二、财经电视的问题反思 三、财经电视的对策分析 从长沙女性频道的创办看电视策划 一、电视频道策划 二、电视栏目策划 三、电视节目策划 实证性调查报道在电视舆论监督中的独特效力 一、过程化的访谈：用事实说话的冲击力 二、一体化的展现：用镜头说话的感染力 三、戏剧化的记录：用故事说话的吸引力 电视新闻直播的探索与拓展 一、“没事找事”的题材开掘 二、化静为动的“穿越。直播 三、“点”、“线”结合的叙事结构 电视新闻直播在伊拉克战争报道中的感染力 一、同步的传播 二、零距离的接触 三、过程的记录 “民生新闻热”的冷思考 一、“民生新闻热”的理论阐释 二、“民生新闻热”的冷思考 …… 第三编 视听新媒体研究附录A 我的电视人生后记

## &lt;&lt;电视话语的重构&gt;&gt;

## 章节摘录

2.减少资金、规模问题给产业化运作带来的压力 广电业产业化面临的一个严峻问题就是资金短缺。

中国广电业单靠自己的资本积累远远不能满足产业化需要，依赖国家拨款贷款也不是长久之计。

而剥离媒体的产业部分，组建公司，甚至上市，走股份制传媒之路，是快速有效的途径之一。

如湖南电视业依靠电广传媒这个上市公司，在短短两年间，就迅速积累资金20亿元。

湖南电广传媒的上市，拓宽了人们的思路，把广告、非新闻节目、网络这些部分从主体剥离开，集合上市，既避免了政治风险，又为集团产业化发展迅速积累了资金。

充分利用好现有政策，极力拓宽融资渠道，开展资本运营，才是集团产业化发展的正途。

广电业产业化还面临着规模经营问题。

我国传媒业的一大特点就是散、滥、差，产业规模小，产业集中度低，重复建设，所以广电产业的出路还在于搞集团经营，规模化发展。

集团化虽然使我们的广电传媒做大了规模，但这种“大”是相对我们过去而言的，同国际上的强势媒体、媒介“巨轮”相比，我们还是“小船”。

跨地区、跨行业地收购、兼并、联合、重组是国际上媒介集团做大的手段，那么我们是否也能借鉴这种做法呢？

实际上，国内的一些媒体已经有这方面实践，比如湖南电视业。

但从当时情况看来，跨地区还是一道难以逾越的坎。

因为我国上、下级台之间不是母子台式的网状结构，而是条块分割，这样上级台无法并购下级台，同级台之间也很难做到资本运营上的真正联合。

当时地区电视台之间的联合都是单次性的，以活动为主的“联办”；而且因为我国媒体是党和政府的舆论工具，必须对电视传媒实行绝对拥有和控制，其政治属性和功能决定了媒体的主体部分不能、作为独立产业进入市场进行资本运营，所以集团规模的壮大受到很大限制。

<<电视话语的重构>>

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>