

<<中国知识分子与电视媒体关系研究>>

图书基本信息

书名：<<中国知识分子与电视媒体关系研究>>

13位ISBN编号：9787565700255

10位ISBN编号：7565700258

出版时间：2011-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：牛慧清

页数：281

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>

<<中国知识分子与电视媒体关系研究>>

内容概要

20世纪90年代以来，知识分子与电视媒体的关系呈现出纷繁复杂的互动形态，全书试图穿越屏幕表象，拨开层层迷雾，去揭示其背后的运作机制和暗藏的万千玄机。

全书首次运用布尔迪厄“场域”理论的基本方法，以电视策划、电视嘉宾和电视讲坛类节目主讲人为主要的共时互动形态，准确选取知识分子介入电视媒体的典型人物和典型事件，别有新意地解读了知识分子与电视媒体关系的异化成因和表征，深入剖析每一种形态所表现出的社会背景和模式动因，构建并展望了知识分子与电视媒体良性互动的前景。

本书从学理层面，为读者呈现了一个理解知识分子与电视媒体互动的视角、添补了知识分子“触电”现象学术研究的一个空白。

作者简介

牛慧清，新闻传播学博士，现为中国传媒大学电视台新闻部主任。研究领域涉及新闻理论、电视新闻实务、纪录片、新闻发言人实务，危机传播和跨文化传播等。先后在《现代传播》、《中国电视》、《南方电视学刊》等核心期刊发表学术论文数十篇；主持并参与《重大事件新闻报道与国家形象构建》等国家及省部级课题多项；受邀出席世界华人传播学学术研讨会（2008）；曾赴台湾政治大学传播学院等地开展学术交流与访问。

书籍目录

绪论

- 一、问题的缘起
- 二、研究时段
- 三、文献综述
- 四、创新性和难度
- 五、研究方法
- 六、基本框架

第一章 关键词研究

- 第一节 社会转型
- 第二节 知识分子
- 第三节 电视媒体
- 第四节 电视受众

第二章 动力机制

- 第一节 知识分子介入电视媒体的必然性阐释
- 第二节 知识分子介入电视媒体的心态探源

第三章 互动模式

- 第一节 知识分子介入电视媒体的历时主导模式
- 第二节 知识分子介入电视媒体的共时主导模式

第四章 异化趋势

第五章 良性互动

研究结论与反思

参考文献

后记

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>