

<<批评与建构>>

图书基本信息

书名：<<批评与建构>>

13位ISBN编号：9787811352245

10位ISBN编号：7811352249

出版时间：2009-6

出版时间：暨南大学出版社

作者：谭天

页数：268

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>

<<批评与建构>>

前言

在中国新闻传播教育发展史上，暨南大学新闻传播教育已走过60多年坎坷不平而又不断奋进的历程。

1946年，暨南大学新闻学系在上海创立。

1949年，因暨南大学停办而并入复旦大学新闻系。

1958年，暨南大学在广州重建，中文系于1960年开办新闻学专业。

1970年，暨南大学在文化大革命中被迫停办，新闻学专业随中文系并入华南师范大学。

1978年，复校后的暨南大学重建新闻学系。

从此，暨南大学新闻传播教育走上不断发展的道路。

改革开放以来，暨南大学新闻学系逐渐扩大办学规模：1984年开设国际新闻与传播双学位专业（后改为国际新闻本科专业），1994年创办广告学本科专业，2001年创办广播电视新闻学本科专业。

2001年，在原新闻学系的基础上组建新闻与传播学院，下设新闻学系、广播电视学系、广告学系。

与此同时，暨南大学新闻与传播学院努力提高办学层次：早在1986年即成为我国第三批新闻学硕士点之一，2001年又获准设立传播学硕士点；2003年，新闻学同时成为广东省高校名牌专业和国务院侨务办公室重点学科；2006年成功申报新闻学博士点，成为华南地区首家设立新闻传播学类博士点的院系，建成本一硕一博一体化的完整人才培养体系。

继2006年成功申报新闻学博士点之后，暨南大学新闻与传播学院在2007年又取得了一系列可喜成绩：获准设立新闻传播学博士后科研流动站；与中文系联合组建的海外华文文学与华语传媒研究中心获准为广东省重点人文社会科学研究基地；新闻学获准为广东省重点学科；新闻学专业获准为教育部首批特色专业建设点；获准增设播音与主持艺术专业。

所有这一切，都令人感到气象一新。

之所以能够取得上述各项成绩，一个重要原因是暨南大学新闻与传播学院多年来十分重视学科建设。

特别是2006年暨南大学百年华诞、暨南大学新闻传播教育六秩荣庆之后，学院明确提出了要从教学型学院逐渐转变为研究型学院的发展战略，确立了学科建设的核心与龙头地位，完善了学科建设的激励机制，加大了学科建设的支持力度，全院教师以饱满的热情参与到以学科建设为中心的教学与科研工作之中。

<<批评与建构>>

内容概要

在中国新闻传播教育发展史上，暨南大学新闻传播教育已走过60多年坎坷不平而又不断奋进的历程。

1946年，暨南大学新闻学系在上海创立。

1949年，因暨南大学停办而并入复旦大学新闻系。

1958年，暨南大学在广州重建，中文系于1960年开办新闻学专业。

1970年，暨南大学在文化大革命中被迫停办，新闻学专业随中文系并入华南师范大学。

1978年，复校后的暨南大学重建新闻学系。

从此，暨南大学新闻传播教育走上不断发展的道路。

改革开放以来，暨南大学新闻学系逐渐扩大办学规模：1984年开设国际新闻与传播双学位专业（后改为国际新闻本科专业），1994年创办广告学本科专业，2001年创办广播电视新闻学本科专业。

2001年，在原新闻学系的基础上组建新闻与传播学院，下设新闻学系、广播电视学系、广告学系。

与此同时，暨南大学新闻与传播学院努力提高办学层次：早在1986年即成为我国第三批新闻学硕士点之一，2001年又获准设立传播学硕士点；2003年，新闻学同时成为广东省高校名牌专业和国务院侨务办公室重点学科；2006年成功申报新闻学博士点，成为华南地区首家设立新闻传播学类博士点的院系，建成本一硕一博一体化的完整人才培养体系。

<<批评与建构>>

作者简介

谭天，教授，高级记者、硕士生导师，暨南大学新闻与传播学院广播电视系主任，广播电视研究中心主任，全国“百优”广播电视理论人才，中国广播电视学会电视学研究委员会理事、广东省广播电视协会理事、广东媒体战略研究会研究员、广东省电视艺术家协会纪录片委员会主任委员。

主要研究：广播电视与新媒体、传媒经济、网络传播、纪录片等。
著有《电视策划学》、《记者的世界》、《纪录之门——纪录片创作技能与理念》等书。
发表论文逾百篇，主持研究项目有：《广东电视内容产业建设与发展研究》、《电视节目形态研究》、《内地电视在香港传播研究》、《澳亚卫视发展战略与频道定位研究》、《中国（广州）国际纪录片大会发展研究》等。

<<批评与建构>>

书籍目录

总序前瞻·务实·开放·创新——我的研究之路（自序）第一章 电视新闻传播论 第一节 不可预测：电视新闻的卖点 第二节 电视新闻记者的角色定位 第三节 电视记者角色的符号解读 第四节 中国电视呼唤新闻主播第二章 电视新闻改革论 第一节 透析中国电视新闻三十年 第二节 2005：八大看点 第三节 2006：三大视域 第四节 2007：在狙击中穿越 第五节 2008：直播中国第三章 电视新闻影响论 第一节 构建电视新闻舆论场 第二节 电视新闻评论的涅槃之路 第三节 中美电视调查性报道比较 第四节 读报读网与媒体互动第四章 电视节目研发论 第一节 电视研发的节点与向度 第二节 电视制播理念的颠覆 第三节 中国纪录片的转机与前景 第四节 从栏目运作到项目管理 第五节 如何向境外电视媒体学习第五章 电视节目形态论 第一节 节目形态研究的进程 第二节 电视节目的构成要素 第三节 电视节目的基本形态 第四节 节目模块与结构方式 第五节 元素符号与创造技法 第六节 形式产品与媒介产品第六章 电视对外传播论 第一节 从“走出去”到“走进去” 第二节 纪录片的跨文化传播 第三节 两岸四地广播电视互动 第四节 内地电视在香港传播第七章 电视媒介融合论 第一节 因特网冲击下的电视 第二节 新媒体视听与青少年 第三节 台网互动打造品牌 第四节 新媒体内容产品设计 第五节 网络媒体的奥运升级第八章 电视产业经营论 第一节 传媒经济研究的范式与进路 第二节 走出新媒体产业的误区 第三节 影视：创意产业的突破口 第四节 选秀：打造影响力经济附录 广东电视内容产业建设与发展研究后记

<<批评与建构>>

章节摘录

第一章电视新闻传播论 电视新闻研究属于新闻业务研究范畴,在采、写、编、播、评各环节中,“采”与“播”分列新闻信息传播的前端和后端,属于最基本和最重要的新闻业务。对于电视新闻业务的研究,首先要从问题出发,从实践出发,从中国电视新闻改革与发展中最迫切需要解决的问题入手,如电视新闻记者的定位问题。

然后,运用新闻学理论和传播学理论来分析问题,解析困惑,如运用传播学中的符号理论对电视记者进行深层解构。

在全面梳理和深入分析的基础上,提出解决问题的办法或提出新的电视新闻理论。

在此,笔者提出了新闻引力场概念、名记者理论和中国特色新闻主播等观点。

值得欣慰的是,这些前瞻性的研究成果已经或正在被中国电视新闻实践所验证。

第一节不可预测:电视新闻的卖点 当今世界已进入注意力经济时代。

就拿电视来说,我国约有3000个频道,观众平均每天看电视的时间是180分钟,其中更换100次频道,这就意味着观众注意力高度分散。

电视媒体竞争,新闻无疑是主战场。

那么,电视新闻大战如何取胜?

有什么东西能把观众的注意力吸引到电视新闻上呢?

当然有许多办法,但有一种稀缺的新闻资源值得我们去开发利用,那就是重大新闻事件中的“不可预知性”。

<<批评与建构>>

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>