

<<电视传播学>>

图书基本信息

书名：<<电视传播学>>

13位ISBN编号：9787560922225

10位ISBN编号：7560922228

出版时间：2009-10

出版时间：华中理工大学出版社

作者：石长顺

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>

<<电视传播学>>

内容概要

本书是我国第一部电视传播学专著。

全书共十一章，分别从电视传播的特性与功能、电视传播的符号、模式、主体控制、内容分析、电视传播的受众、效果以及电视传播的国际化等方面进行了系统的分析研究，建立起独特的学科理论体系，具有其他应用电视学和大众传播学不可替代的学术理论价值。

本书追踪电视传播的最新动向，密切联系最有影响的电视传播实践，注意捕捉具有前瞻性的电视传播信息，从而使该书具有先进性、可读性和较强的现实指导性。

本书是广大电视、电教从业人员的必备专业书，也是从事电视理论研究工作的重要参考书。

<<电视传播学>>

作者简介

石长顺，湖北钟祥人，1952年生，法学硕士。

1984年开始从事电视新闻工作，1986年任钟祥电视台台长，1998年调入华中理工大学新闻与信息传播学院任教。

近几年来，组织、参与了许多重要新闻及电视纪录片的摄制工作，有30多件电视新闻作品获全国和湖北广播电视新闻奖。

在全国省级以上刊物发表学术论文50余篇，其中6篇论文分别获全国、省级优秀论文一、二等奖，4篇论文被收入中央电视台编辑的《电视丛书》等论著中。

出版专著《荧屏思索录》，合著《中外电视新闻佳作赏析》等。

<<电视传播学>>

书籍目录

序第一章 电视传播引论 第一节 电视传播学的研究内涵 第二节 电视传播学的理论基础 第三节 电视传播学的研究对象 第四节 电视传播学的研究方法第二章 电视传播的特性与功能 第一节 电视传播的特性 第二节 电视传播的功能 第三节 电视传播的地位和影响第三章 电视传播的符号 第一节 电视传播符号的性质 第二节 电视传播的图像符号 第三节 电视传播的声音符号 第四节 电视传播的字幕符号 第五节 电视传播的体语符号第四章 电视传播的模式 第一节 大众传播的基本模式 第二节 电视传播的基本过程 第三节 电视传播的基本关系第五章 电视传播的主体控制 第一节 传播事业体制 第二节 传播控制系统 第三节 传播价值取向 第四节 传播主体把关第六章 电视传播的内容分析 第一节 内容分析的意义 第二节 内容分析的方法 第三节 内容分析的对象类别 第四节 内容分析的价值判断第七章 电视传播的议程设置 第一节 议程设置研究概述 第二节 电视传播的议程设置 第三节 议程设置与新闻编排第八章 电视传播的受众 第一节 受众角色 第二节 受众特征 第三节 受众心理 第四节 受众态度 第五节 受众反馈第九章 电视传播的效果 第一节 效果研究的基本过程 第二节 电视潜在效果 第三节 电视瘾效果 第四节 电视培养理论第十章 电视传播的国际化 第一节 电视越境传播 第二节 电视失衡传播 第三节 电视控制传播第十一章 电视传播的发展趋势 第一节 数字电视 第二节 网络电视 第三节 卫星直播电视主要参考文献后记

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>