

<<电视产品在中西文化语境中的对话>>

图书基本信息

书名：<<电视产品在中西文化语境中的对话>>

13位ISBN编号：9787565701375

10位ISBN编号：7565701378

出版时间：2011-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：郭林

页数：147

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>

## <<电视产品在中西文化语境中的对话>>

### 内容概要

本书比较了中西电视产品的语境差异、文化差异、类型差异、表述特征差异、话语沟通方式差异等，从电视产品在中西文化语境中的对话谈及跨文化传播以及跨文化交流问题。由于电视产品是进入异域语境开展跨文化交流的一种重要的媒介形态，由其对话与沟通方式，可以管窥跨文化传统可能触及的深层次问题。

## 作者简介

郭林，女，中国地质大学（武汉）艺术与传媒学院副教授，硕士研究生导师。先后师从吴廷俊教授、丁俊杰教授、石长顺教授学习新闻学、传播学，获华中科技大学新闻与信息传播学院博士学位，2007年至2009年赴美国、加拿大学习、考察。

近年来承担了《广播电视艺术实践》、《普通话语言的艺术表达》、《电视新闻节目》、《电视栏目设置与编排》、《电视节目主持》等课程的教学工作。

与中国教育电视台签约并立项完成了电视片《中国梅花》、《珠宝》、《恐龙蛋化石》、《野外生存体验》、《地面核磁共振》、《中国珍珠》、《和谐的居住环境》等三十余部。

在核心期刊发表专业论文十余篇并于2006出版专著《大学生拍电视》。

书籍目录

绪 论

- 一、电视产品的文化传播
- 二、电视产品的文化语境
- 三、电视产品的话语方式

第一章 中西电视产品的语境差异

- 一、以主观写意为主的高语境
- 二、以客观写实为主的低语境

第二章 中西电视产品的文化差异

- 一、哲学层面——信仰与道德
- 二、精神层面——独立与创新
- 三、审美层面——情感与情境

第三章 中西电视产品的类型差异

- 一、电视产品的性质——公益型与商业型
- 二、电视产品的功能——宣教型与娱乐型
- 三、电视产品的结构——统一型与多元型

第四章 中西文化语境中电视产品的表述特征

- 一、意象表述——纯理性与纯感性
- 二、具象表述——教条化与情节化

第五章 中西文化语境中电视产品的话语沟通

- 一、中西文化语境中电视产品的话语误读
- 二、中西文化语境中电视产品的话语转换
- 三、中西文化语境中电视产品的话语认同

结 语

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>