

<<中国传媒大趋势>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒大趋势>>

13位ISBN编号：9787220064210

10位ISBN编号：7220064217

出版时间：2003-8

出版时间：四川人民出版社

作者：沈国芳

页数：169

字数：119000

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>

<<中国传媒大趋势>>

内容概要

随着现代生活的发展，传媒正逐渐成长为一个政治巨人、经济巨人。
在中国步入全面建设小康社会的进程中，传媒国际交流的屏障有多坚固？
媒介生存的空间到底有多大？
受众的心态有哪些变化？
未来的传媒人又会以什么样的姿态应对社会的变化？
未来中国传媒将以怎样的模式运作？
会给受众的生活带来哪些影响？
又会对小康社会的建设作出什么样的贡献？
本书以新颖的视角、轻松的语言，对中国传媒未来的发展趋势进行了预测。

<<中国传媒大趋势>>

作者简介

沈国芳，教授，江苏省高校青蓝工程中青年学术带头人培养人选。
1988年获得南京大学硕士学位，现任江苏广播电视大学现代传播学院院长。
已经公开出版《电影审美学》等专著2本，主编、合著教材、著作13本，在国家级和省级学术刊物上发表论文30余篇，主持和参与省级以上课题多

<<中国传媒大趋势>>

书籍目录

第一章 预测的背景和方法第二章 传媒交流的屏障有多坚固 一 世界的开放是主流，外国传媒的狼不请自来 二 坚冰开始融化，疆界渐趋模糊 三 娱乐产业是传媒全球化交流的先头部队第三章 媒介生存空间 一 没有绝对的媒介大哥大 二 非中心化态势形成的原因第四章 媒体巨匠的时代是否依然存在 一 传播技术走出象牙之塔，进入寻常百姓家 二 传者和受者的边缘模糊 三 媒介产品生产不再是精英垄断的行当第五章 网络的天空究竟有多大 一 网络媒体打开了文化信息全球通的另一扇门 二 网络媒体在中国的今天 三 网络媒体在中国的明天第六章 传播特征：休闲、超市、方便、渗透 一 休闲化：信息和娱乐的界限消失了 二 超市化：随选信息的天下 三 方便化：响应松散型的接收方式 四 渗透化：综合业务和多媒体趋势第七章 变化中的受众心态 一 中心化意识 二 人文化意识 三 娱乐化意识 四 互动化意识 五 差别化意识 六 意识形态隐藏意识第八章 未来传媒人 一 拎着金桶的痛苦人 二 不能把鸡蛋都放在一个篮子里 三 类别重新定义 四 知本显示出充分的价值 五 传媒业的新宠第九章 中国传媒运行逻辑 一 商品交换的逻辑渗透到传媒的各个领域 二 感性逻辑向理性逻辑偏移 三 现代性和后现代性的合理配置第十章 中国传媒运作模式 一 分离和整合 二 跨媒体、跨文化 三 跨区域、跨文化 四 媒介生产、受众消费、广告主三分天下第十一章 中国未来媒介制度 一 两个背景 二 媒介制度的内容第十二章 中国传媒与小康社会的建设 一 信息消费支撑着社会 二 传媒扮演着社会变革的工具角色 三 信息化绿色通道结束语参考文献

<<中国传媒大趋势>>

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>