

<<电子媒体导论>>

图书基本信息

书名：<<电子媒体导论>>

13位ISBN编号：9787309048964

10位ISBN编号：7309048962

出版时间：2006-4

出版时间：上海复旦大学

作者：[美]JosephR.Domi

页数：256

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>

<<电子媒体导论>>

内容概要

《复旦博学传播学系列教程：电子媒体导论》以《电子媒体导论》英文版第五版为蓝本，结合中国国情，分析了广播、电视、有线电视、卫星电视以及因特网的发展、现状以及存在的问题。讨论以美国电子媒体为主要对象，涉及电子媒体的发展历史和现状、内容编排、经营管理、监管自律、受众研究、传播效果以及国际传播等。

中国电子媒体的相关内容也有所涉及。

《复旦博学传播学系列教程：电子媒体导论》理论联系实际，内容丰富、资料翔实、语言生动、深入浅出，适合传播学、新闻学、广播电视学等专业师生使用，对广播电视和网络传播从业人员也有参考价值。

作者简介

约瑟夫·R·多米尼克（Joseph R. Dominick），美国佐治亚大学新闻和大众传播学院教授，电信系负责人。

1966年毕业于伊利诺伊大学，1970年获密歇根大学博士学位。

曾在纽约城市大学任教四年，以后任教于佐治亚大学新闻和大众传播学院，自1980年至1985年，曾担任广播电视电影专业的负责人。

此外，他还兼任一些机构的媒体顾问。

弗里茨·梅瑟（Fritz Messere），美国奥斯威戈纽约州立大学传播系主任、广播和电信专业教授。毕业于纽约州立大学，1971年获学士学位，1976年获硕士学位。

他有丰富的广播电视节目制作经验，曾担任一位FCC成员的兼职助理，并且是全国农村电信政策研究所的专家组成员。

巴里·L·谢尔曼（Barry L. Sherman，1952—2000），生前为佐治亚大学新闻和大众传播学院教授，自1986年至1991年任电信系主任。

此外他还是美国广播电视教育学会、国际广播和电视协会以及广播电视传播博物馆成员。

张海鹰，复旦大学新闻学院教授。

1983年毕业于北京广播学院新闻系，获学士学位，1991年毕业于英国威尔士大学卡的夫学院，获新闻学硕士学位。

1983年起在上海人民广播电台工作，曾任记者、编辑、国际部主任，曾参与筹办上海人民广播电台英语台并主持工作。

1993年加入香港《大公报》，任该报驻上海办事处主任，高级记者。

1998年到复旦大学新闻学院任教。

书籍目录

总序中文版前言第1章 广播电视的发展史1.1 发明家1.2 经营和管理1.3 广播的发轫1.4 广播的快速发展(1920年代)1.5 广播的黄金时代(1930-1948)1.6 电视1.7 广播的调整时期1.8 电视的成长(1953-1962)1.9 电视的稳定期(1963-1975)1.10 电视的变革(1975-1999)1.11 视频时代的广播1.12 中国广播电视的发展小结第2章 有线电视和因特网的发展史2.1 有线电视的故事2.2 有线电视的其他种类2.3 中国有线电视和卫星电视2.4 因特网和万维网(WWW)2.5 因特网在中国小结第3章 音视频技术3.1 媒体技术的基本原则3.2 信号处理的步骤3.3 步骤一:信号的生成3.4 步骤二:信号放大和处理3.5 步骤三:信号传输3.6 步骤四:信号接收3.7 步骤五:信号的储存和重现小结第4章 今日美国广播4.1 今日广播中的三个“C”:竞争、合并与控制4.2 今日广播节目4.3 今日卫星广播4.4 广播电台的组织结构小结第5章 今日美国广播电视和有线电视5.1 美国电视台的种类5.2 广播电视网5.3 地方电视台5.4 电视台的所有权5.5 公共电视5.6 有线电视5.7 直播卫星(DBS)5.8 电视台的组织结构小结第6章 今日因特网和新媒体6.1 因特网向大众传媒的转变6.2 因特网基础6.3 因特网和广播电视6.4 发展前景小结第7章 广播、电视和有线电视的经营管理7.1 电子媒体的竞争7.2 广播电视销售实务7.3 广播电视销售的其他方面7.4 中国广播电视的管理经营小结第8章 美国广播节目编排8.1 广播电台的管理和类型设计8.2 广播节目编排矩阵8.3 广播节目的制作模式8.4 电台与音乐广播的类型化8.5 “类型空白”8.6 新闻/谈话和体育类节目的编排8.7 非商业性广播电台的节目编排小结第9章 美国电视节目编排9.1 美国电视新闻简史9.2 今日电视新闻9.3 电视新闻团队:电视新闻的管理结构9.4 电视新闻可信度的瓦解9.5 电视娱乐节目9.6 广播电视网:四加三9.7 电视辛迪加系统9.8 地方电视节目编排9.9 电视节目编排策略小结第10章 广播电视媒体的监管和自律10.1 美国广播电视媒体监管的历史回顾10.2 联邦通信委员会及其职能10.3 其他有关广播电视和有线电视的联邦法律10.4 广告监管10.5 广播电视媒体的自律10.6 中国广播电视业的法制建设和道德自律小结第11章 收视率与受众反馈11.1 受众研究的历史11.2 收视率处理11.3 收视率的准确性11.4 收视率的使用11.5 收视率调查技术的新发展11.6 其他受众调查11.7 因特网受众调查11.8 中国广播电视的受众调查小结第12章 电子媒体的传播效果12.1 电子媒体的效果研究12.2 媒介效果理论12.3 视频暴力12.4 对现实的感知12.5 广播电视与美国政治12.6 电视与学习12.7 电视与亲社会行为12.8 因特网的社会影响12.9 未来:社会的关注小结第13章 国际广播电视和广播电视的国际传播13.1 电子媒体体制之比较13.2 其他国家的电子媒体13.3 国际广播的历史回顾13.4 国际广播电台小结中文版后记

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>