第一图书网, tushu007.com

<<媒体市场化与电视分众>>

图书基本信息

书名：<<媒体市场化与电视分众>>

13位ISBN编号：9787501179213

10位ISBN编号：7501179212

出版时间：2007-3

出版时间：新华

作者：孙卫华

页数：209

字数：173000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

数字技术的推动、媒体市场化的转轨与深入、新型传播媒介的加入，这些对于发展中的中国电视产业，既是机遇，又是挑战。
电视分众，作为电视应对媒介新竞争态势的一种重要手段，也日益成为一种趋势。
电视日益加剧的分众趋势，有其积极的意义，但隐含的负面因素也日益引起社会的关注。
本文作者站在宏观的、批判的立场，结合社会分层的相关理论，对电视分众所蕴含的社会内涵作了富有意义的探索。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

孙卫华，天津师范大学新闻传播学院讲师。
1997年2000年，天津师范大学中文系，获现当代文学硕士学位。
2003年-2006年，中国人民大学新闻学院，获传播学博士学位。
曾经先后在《中国广播电视学刊》、《电视研究》、《当代传播》等新闻传播学专业刊物上发表论文近30篇，参编书籍三

第一图书网, tushu007.com

<<媒体市场化与电视分众>>

书籍目录

总序第一章　绪论　第一节　“大众”概念体系辨析　第二节　“分众”概念的提出及意义延伸　第三节　本文关于分众的研究视角与思路　第四节　国内外已有的研究成果回顾　第五节　本文的研究方法　第六节　本文的结构安排第二章　电视分众的历史回顾及两种动因分析　第一节　电视“分众”的历史回溯　第二节　电视分众的两种动因分析　第三节　市场化、社会分层与电视分众第三章　电视分众的内容分析　第一节　电视大众传播时代的节　目制作理念　第二节　从大众到分众——分众时代的节　目制作理念变异　第三节　电视分众的内容解析　第四节　关于本章　的回顾与总结第四章　电视分众的影响分析　第一节　电视分众对于传播者的影响　第二节　电视分众对于受众的影响　第三节　电视分众对于社会整体的影响　第四节　关于本章　的回顾与总结第五章　分众趋势下的平衡　第一节　政府的责任　第二节　媒体的责任　第三节　网络空间——新自由、新设想结语　论文观点的总结和进一步研究的展望主要参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

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