第一图书网, tushu007.com

<<中国电视新闻传播格局的变迁>>

图书基本信息

书名：<<中国电视新闻传播格局的变迁>>

13位ISBN编号：9787504359728

10位ISBN编号：7504359726

出版时间：2009-11

出版时间：中国广播电视出版社

作者：杨凤娇

页数：146

字数：178000

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

内容概要

杨凤娇的《中国电视新闻传播格局的变迁》以一种新的视角，审视中国改革开放以来电视新闻传播的发展和变迁，研究中国电视新闻传播格局的特征与走势，分析传播主体的力量构成、内容定位、组织形态、社会角色等，廓清了影响格局变动的主要作用力，探讨了未来中国电视新闻传播格局的发展趋势和发展策略。

<<中国电视新闻传播格局的变迁>>

书籍目录

序 言绪论　一、研究对象　二、研究的理论基础　三、研究中国电视新闻传播格局的背景第一章　20世纪70年代末至90年代初：政府主导的层级分割布局 一、“ 喉舌论 ”主导下的媒体角色 二、“ 四级办电视 ”方针下电视传播主体力量的多级化 三、地域分割和分级垄断的传播版图 四、宣传逻辑主导的“ 新闻框架 ”与电视新闻专业理念开始碰撞 本章结论第二章　1992年以后：市场化进程中传播结构的变局 一、电视新闻机构市场属性增势 二、传播主体出现局部多元结构 三、卫星、网络传播搅动中国电视新闻层级分割格局 四、主要传播力量之间的竞合关系 五、电视新闻传播内容结构走向相对多元 六、政府、市场和新闻专业主义因素的合力与冲突第三章 中国电视新闻传播格局的走向　一、中国电视新闻业远未达到充分竞争　二、电视新闻业趋势：统一开放的市场和多元多样化的传播主体　三、市场机制下的电视新闻传播主体　四、建立完善的法律法规体系规范主体的行为和主体之间的关系　五、电视新闻传播格局中政府的作用　六、中国电视新闻业走向世界第四章　大传播格局中的电视新闻媒体攻略　一、广义的“ 电视新闻 ”和“ 电视新闻业 ”　二、传统电视新闻传播业的独立价值　三、传统电视品牌的维护　四、传统电视新闻媒体的可持续发展攻略　五、电视新闻品牌向新媒体传播领域扩张　六、电视新闻业是未来复合媒体的母体结束语　全球开放大传播格局中的中国电视新闻业参考文献后记

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