第一图书网, tushu007.com

<<广播电视概论>>

图书基本信息

书名：<<广播电视概论>>

13位ISBN编号：9787504360267

10位ISBN编号：7504360260

出版时间：2009-12

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宫承波 编

页数：309

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

前言

在传媒业界，所谓“媒体创意”现象早已是司空见惯的客观现实，但若要问什么是媒体创意，人们却大多说不清楚。
作为一种新生事物，人们对其语焉不详，甚至有些疑惑，都是正常现象。
由于我们创办了一个媒体创意专业，所以也就时常有人向我询问，作为该专业的负责人，当然是回避不了的。
从逻辑学的角度说，一个事物的概念可以分为内涵性的概念和外延性的概念，内涵性的概念是对所指示事物的特征和本质属性的概括，外延性的概念则是对所指示的事物的集合的概括。
关于媒体创意，我们不妨把两者结合起来做一个界定：即创新性、创造性思维在传媒领域的运用，其要旨在于因势而变、不断推陈出新，它是市场化时代媒介生存与发展的必要手段，是传媒发展的第一生产力；其基本内涵，指现代传媒面向市场需求和变化，在信息建构与传播和媒介经营与管理的各个领域、各个层面、各个环节所采取的具有创新性或创造性的策略和构思——其视野开阔，内涵丰富，涉及传媒运作的方方面面，对此，可简要地概括为创意传播、创意经营和创意管理三大领域和范畴。
为什么要进行媒体创意呢？
有人说是媒介竞争的产物，这当然没有错，但仅仅认识至此还是粗浅的。
其更为深层的原因，是随着经济发展和物质生活水平的提高。

内容概要

在传媒业界，所谓“媒体创意”现象早已是司空见惯的客观现实，但若要问什么是媒体创意，人们却大多说不清楚。
作为一种新生事物，人们对其语焉不详，甚至有些疑惑，都是正常现象。

作者简介

宫承波（1966－），男，山东章丘市人。
毕业于山东大学文学与新闻传播学院文艺学专业.获文学博士学位；后曾于中央民族大学民族学与社会学学院从事博士后研究。
现为中国传媒大学电视与新闻学院教授.任媒体创意专业委员会主任、媒体创意研究中心主任。

有专著《新媒体的多维审视》、《传播学纲要》、《媒体创意导论》.合著《新媒体产业论》、《文化创意产业总论》、《民族审美心理学》、《中国人审美心理研究》.以及主编教材《新媒体概论》、《广播电视创意与策划》、《出版策划》、《新闻历史与理论》、《新闻业务》、《动画概论》等。

<<广播电视概论>>

书籍目录

第一单元 广播电视历史论　第一章 世界广播电视发展概观　　第一节 世界广播电视的产生与发展　第二节 世界广播电视体制沿革　第二章 中国广播电视发展概观(一)　　第一节 中国广播电视的发展历程　　第二节 中国广播电视体制变迁　第三章 中国广播电视发展概观(二)　　第一节 香港的广播电视事业　　第二节 台湾的广播电视事业　　第三节 澳门的广播电视事业　本单元主要参考文献第二单元 广播电视技术论　第四章 传统广播电视技术概观　　第一节 广播电视技术的发展沿革　　第二节 广播技术　　第三节 电视技术　第五章 新媒体技术与广播电视新形态　　第一节 新媒体技术概观　　第二节 新媒体技术与广播媒体新形态　　第三节 新媒体技术与电视媒体新形态　　本单元主要参考文献第三单元 广播电视传播论　第六章 广播电视传播概说　　第一节 广播电视传播的优势与劣势　　第二节 广播电视的传播层次　第七章 广播电视传播要素解析　　第一节 传播内容解析　　第二节 传播者解析　　第三节 受众解析　第八章 广播电视传播生态审视　　第一节 当下媒体生态格局概观　　第二节 广播媒体生态位与生存空间试析　　第三节 电视媒体生态位与生存空间试析　　本单元主要参考文献第四单元 广播电视节目论　第九章 广播电视节目概说　　第一节 广播电视节目的基本概念　　第二节 广播电视节目系统　　第三节 广播电视节目发展概观　第十章 广播电视节目的构成要素　　第一节 广播节目的构成要素　　第二节 电视节目的构成要素　第十一章 广播电视节目的基本形态与类型　　第一节 节目形态概念辨析　　第二节 广播电视节目的基本形态与类型　第十二章 广播电视节目主持人　　第一节 节目主持人的定义　　第二节 节目主持人的产生与发展　　第三节 节目主持人的类型　　第四节 节目主持人的修养　　本单元主要参考文献第五单元 广播剧、电视剧论　第十三章 广播剧　　第一节 广播剧发展概观　　第二节 广播剧艺术的构成要素和基本特性　　第三节 中国广播剧的现状和发展前景　第十四章 电视剧　　第一节 电视剧的特点　　第二节 电视剧的发展历史　　第三节 电视剧的类型　　第四节 具有中国特色电视剧的基本要求　　第五节 中国电视剧的创作现状和发展趋势　　本单元主要参考文献第六单元 广播电视产业论　第十五章 广播电视产业概说　　第一节 广播电视产业本论　　第二节 国外广播电视产业概观　　第三节 我国广播电视产业概观　第十六章 广播电视产业发展探析　　第一节 广播电视产业发展趋势试析　　第二节 当下我国广播产业面临的挑战和机遇　　第三节 当下我国电视产业面临的挑战和机遇　　本单元主要参考文献后记

章节摘录

二战结束后，广播事业进入全球普及时期。
“ 1950年，世界近50个国家没有广播设施：其中23个在非洲。
1960年前后，没有电台发射机的国家数目减少到P2个，其中7个在非洲。
1973年左右，对世界187个国家和地区的调查表明，其中只有3个没有发射设备：不丹、列支敦士登和圣马力诺。
”②到1970年代末，世界绝大多数国家和地区都开设了广播电台。
这一时期，由于社会主义阵营的崛起，引起了以美国为首的资本主义世界的恐慌。
美国对苏联和其他社会主义国家采取了敌视和遏制的政策，在经济、政治、军事、外交、文化、意识形态等方面均采取对抗姿态。
在冷战背景下，利用广播加强对外宣传，争取舆论支持受到了各国政府的高度重视。
“ 二战 ”期间兴起的国际广播在这时继续迅猛发展。
到1960年代，美国之音（VOA）和英国广播公司（BBC）即开始用英语进行环球广播，日本广播协会（NHK）用英语和日语进行环球广播。
苏联莫斯科广播电台也于1970年代用英语和俄语开办了环球广播。
这一方式突破了对象地区和广播时间的限制，便于及时播发新闻，有利于扩大和加强宣传效果。
在广播技术上，20世纪50年代中后期，许多国家纷纷采用调频广播。
这种广播的优点是音质好、抗干扰能力强，尤其是在传送音乐节目方面具有很大优势，而且其频率资源相对丰富，维护改造费用相对较低。
仅美国到1955年就已建立调频电台552座。
从广播所发挥的功能看，在实行商营体制的美国，“ 二战 ”结束后，各大广播公司纷纷将重点转移到了发展电视事业方面来，原有的大型广播网则逐渐趋于衰落，向地域化、专业化和对象化方向发展，节目内容转向以娱乐化和新闻性、服务性为特色。
而在实行公营体制的英国、日本等国家，广播节目就相对较严肃且富于教育意义。
在另外一些新独立的国家，广播事业则被当做国家发展战略的一部分，由政府统一管理和使用，服务子民族独立和国家建设，并在大众教育和政治动员等方面发挥着巨大的作用。
如中国、印度以及非洲和拉美国家。
“ 发展中国家在过去20年里特别利用了这个工具。
在发展中国家，无线电才是真正能称得上‘ 大众 ’的唯一工具。
在那里，人口中很大部分能收到无线电广播，而且拥有收听的手段。
” ……

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