

<<电视主持传播概论>>

图书基本信息

书名：<<电视主持传播概论>>

13位ISBN编号：9787561757246

10位ISBN编号：7561757247

出版时间：2008-5

出版时间：华东师范大学出版社

作者：王群,沈慧萍

页数：186

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>

<<电视主持传播概论>>

内容概要

本书充分借鉴传播学的理论成果，立足于电视节目主持的现状，总结规律，探索主持人和主持人节目的发展趋势。

根据传播学先驱拉斯韦尔的划分，传播活动共有五个要素。

根据这些观点，本书将主持人节目的传播过程大致分为五大内容，分门别类地加以论述。

比如针对传播主体“谁”的控制分析，这一部分主要介绍主持人的角色、功能和素质。

<<电视主持传播概论>>

书籍目录

序言导语第一章 电视主持传播概说 第一节 电视主持传播：大众传播与人际传播 第二节 电视主持传播的发展背景 第三节 电视主持传播的发展历程 第四节 电视主持传播的节目特点 第五节 电视主持传播的社会功能第二章 电视主持传播的符号构成 第一节 语言符号 第二节 非语言符号 第三节 语言符号和非语言符号的传播功能第三章 电视主持传播的主体透析 第一节 节目主持人的角色定位 第二节 节目主持人的功能定位 第三节 节目主持人的素质定位第四章 电视主持传播的环境系统 第一节 主持人节目的外部环境 第二节 电视主持传播的内部环境第五章 电视主持传播的内容分析 第一节 新闻类主持人节目的传播 第二节 社教类主持人节目的传播 第三节 谈话类主持人节目的传播 第六章 电视主持传播的受众研究 第一节 电视主持传播中受众的基本特征 第二节 电视主持传播中的受众需求 第三节 对受众需求的满足与引导策略第七章 电视主持传播的艺术传达结语 电视主持传播的远景展望主要参考书目后记

<<电视主持传播概论>>

章节摘录

第一章 电视主持传播概说 本章学习目标 了解中西方电视主持传播的发展历程。

理解栏目化的电视主持传播形态，并结合具体案例说明。

认识主持传播个性化的内涵，并寻找其优化途径。

了解电视主持传播的社会功能。

在当下的电视节目中，传统的传播模式正受到挑战。

大众传播与人际传播的互动融合，即大众传播的人际化和人际传播的大众化，正成为电视主持传播的趋势所在。

我们究竟如何认识电视主持传播，电视主持传播节目具有怎样的特征呢？本章将对这些问题进行探讨。

第一节 电视主持传播：大众传播与人际传播的互动融合 作为将大众传播与人际传播完美结合的载体，电视主持人节目发扬着覆盖面广、受众量大的优势，借助大众传播的专业化手段实现了人际传播的大众化，真正实现了“人的延伸”；同时又彰显了人际传播的优势，弥补了大众传播所造成的受众情感断流，从而使大众传播更加充满生机和活力。

一、作为大众传播的电视主持传播 传播是一种刻着古老历史年轮的社会现象。

在人类诞生的初期，传播活动就应运而生。

伴随着人类社会的发展和进步，传播的活动和行为越来越频繁、多样，尤其是在高度文明的现代社会，各种传播方式如润物无声的细雨，渗透在人们生活的各个角落，悄然地改变着人们的生活。

<<电视主持传播概论>>

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>