第一图书网, tushu007.com

<<奥林匹克的传播学研究>>

图书基本信息

书名：<<奥林匹克的传播学研究>>

13位ISBN编号：9787811274080

10位ISBN编号：7811274086

出版时间：2009-4

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：周亭 编

页数：177

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

伴随着中国“申奥”成功，“奥运”上升为中国社会的重要议题，有关奥运与媒介传播的研究逐渐成为新闻传播学界的一个关注方向。
作为该研究领域具有奠基意义的中外学者交流和研讨的盛会，2006年7月28日至29日中国传媒大学广播电视研究中心与美国宾夕法尼亚大学安南堡传播学院联合召开了“2006传播论坛——体育与大众媒介”国际学术研讨会。
来自美国宾夕法尼亚大学、密苏里大学圣路易斯分校、法国巴黎政治学院、英国利物浦大学等学术研究机构的国外学者，与来自中国传媒大学、中国人民大学、北京大学、北京体育大学、上海体育学院等国内高校的中国研究者共聚一堂，就广泛的议题进行了深入交流，为奥运传播研究提供了多元的观点与研究的路径。
　在这次研讨会上，与会嘉宾就“传播研究与奥林匹克”、“媒介事件”、“媒介转型与技术扩散”、“国家形象与身份认同”、“政府、媒介与赞助商”，“知识产权议题”等六大议题进行了发言和讨论，其中的真知灼见形成了这本论文集。

<<奥林匹克的传播学研究>>

书籍目录

前言：奥运传播研究的多元路径传播研究与奥林匹克 全球化与奥林匹克运动的文化多元化 更多的期待：中国学术界2008奥运会研究状况简析 体育直播的文本和意义：体育媒介事件的叙述模式 体育媒介分层与传播效果的研究 和谐社会与体育大众传播的媒介意识——日本体育媒介对我们的启示和借鉴 体育赛事和电视联姻的传播学分析奥运效应：媒介转型与技术扩散 2004年雅典奥运会媒介传播效果研究——奥运与媒介运作的多方位解析 北京奥运会推进中国体育电视国际化进程——以中央电视台体育赛事国际公用信号制作为例 中国体育电视转播的历史与现状 从电视转播权之争看中国体育电视市场格局和趋势 Strategies for the TV Marketing of Sports再现中国：国家形象与身份认同 2008年北京奥运会中国体育代表团的形象塑造与媒体应对 全球化体育事件与国家营销传播——以2006世界杯德国、韩国为例 Non-Accredited Media，Olympic Games and the Host City 我（们）的奥运——个体的奥运想象及其与奥运官方网站的关系分析

章节摘录

插图：更多的期待：中国学术界2008奥运会研究状况简析2008年北京奥运会举办前，与之相关的政治、经济、文化、媒体、营销和学术研究等活动作为整个奥运大舞台的一部分，便已轰轰烈烈地铺展开来。
在这里，笔者仅试图聚焦中国学术界对于这场伟大的媒介事件的关注状况，寻求展示和提供一幅关于2008北京奥运会的学术研究图景，从而引发更加广泛和深入的有关“奥林匹克与中国”这个大课题的学术探讨和研究，推进国际合作与交流。
已经发表的研究成果为了掌握中国学者对奥运会的建构状况，笔者以中国知网中国期刊全文数据库、中国重要会议论文全文数据库、中国优秀博硕士学位论文全文数据库为数据来源，以“2008年北京奥运会”为关键词，从2001年（北京申奥成功）到2006年6月16日，共检索到相关文章1868篇。
其中，中国期刊全文数据库1742篇，中国重要会议论文全文数据库96篇，中国优秀博硕士学位论文全文数据库30篇。
从中国期刊全文数据库的文章来看，中国学者对于2008年北京奥运会的关注涉及政治、经济、人文文化、国家主义和民族主义、体育、教育、传播、社会综合等多个方面，其中，经济、体育、人文文化这三个方面是他们聚焦的热点。
而对于奥运会与国家主义和民族主义、奥运会与政治、奥运会与新闻传播等课题的研究则相对较少。

编辑推荐

《奥林匹克的传播学研究》是由周亭、胡正荣、友耘联合编著，中国传媒大学出版社出版发行的。

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