

《分化与融合——社会转型期的中国埂》

图书基本信息

书名：《分化与融合——社会转型期的中国广播》

13位ISBN编号：9787307177129

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《分化与融合——社会转型期的中国埂》

内容概要

本书从转型期社会变迁过程中当代中国广播发展的现象出发，在理论框架下采用多维视角，既有横向比较，又有纵向观察，并注重案例研究，从政策视角下的广播角色分化变迁、广播经营与社会经济的同构转型、广播专业化与社会多元化、广播与“分众化”的听众和当代广播与新技术融合五大方面梳理出转型期中国广播的发展路径。

《分化与融合——社会转型期的中国埂》

作者简介

丁洁，女，武汉大学新闻与传播学院博士，湖北广播电视台主任记者、新闻主播、新媒体策划主管。从业至今，已发表论文10篇，参与省级项目2项，共有30多件新闻作品获得中国广播影视大奖、湖北新闻奖等奖项。曾任全国青年文明号《焦点时刻》栏目记者，主创的《时事大家谈》栏目入选中国广播电视年鉴年度具有影响力栏目。

书籍目录

导论

第一节选题的背景与意义

第二节相关研究综述

一、对广播基础理论及操作技术层面的研究

二、对广播产业化与广播经营管理、广播改革的研究

三、对广播与社会发展的研究

四、国外研究现状

第三节研究思路与方法

第四节概念的厘清

一、广播角色

二、广播种群

三、社会转型

四、社会分化

第一章政策视角下的广播角色分化变迁

第一节回归与重构

一、从广播者向服务提供者的回归

二、分化与裂变

三、倾斜与重构

四、整合工具

第二节从信息广播者到服务提供商

一、自上而下的信息发布者

二、面目模糊的综合台

三、走向细分

四、频率专业化

第二章广播经营与社会经济的同构转型

第一节广播经营管理与社会互动发展轨迹

一、中国广播经营纵向轨迹

二、中国广播经营管理的横向比对

第二节以经营求发展——广东电台经营实例

一、始于商品经济的探索

二、社会深化转型期的尝试

第三节广播经营发展的制约因素及对策

一、制约广播经营发展的内部因素及表现

二、制约广播经营发展的环境因素

第三章广播专业化与社会多元化

第一节广播专业化发展的社会基础

一、市场高度分化

二、受众碎片化

三、媒体竞争白热化

四、行政和政策的推动

五、广播媒体角色功能多元化

第二节广播专业化与社会互动的现实图景

一、与政府的互动：“半自主”共生关系

二、与经济的互动：同构多元化

三、与社会环境的互动：专业广播适地适媒发展

四、与受众的互动：向强势阶层倾斜

第三节广播专业化发展的环境制约因素

- 一、频率数量少，目标受众不明
- 二、受众碎片化与专业不专的矛盾
- 三、市场化与行政介入的界限
- 四、机制不活
- 第四节经济广播之困
 - 一、传统经济广播定位宽泛，不适应细分市场
 - 二、经济广播听众群体老化，收听方式受限
 - 三、受社会经济环境潮汐影响大
- 第四章广播与“分众化”的听众
 - 第一节社会转型期广播听众的流变
 - 一、广播听众的基本变化
 - 二、广播听众收听行为和收听心理的变化
 - 第二节社会转型期广播听众的特征
 - 一、转型期广播听众的收听环境
 - 二、转型期听众的基本特征
 - 第三节传播分众化时代的受众与广播
 - 一、分众市场变迁与广播理性诉求的回归
 - 二、“分众化”的受众与传播价值多元化
 - 三、受众需求与广播节目构成变化
 - 四、受众需求与广播表达语态的变化
 - 五、广播对社会发展观念的重构
- 第五章当代广播与新技术融合
 - 第一节新技术的冲击
 - 一、技术的革命
 - 二、快速更迭的新媒体
 - 三、媒介使用的变化
 - 第二节技术融合与广播形态的分化
 - 一、网络广播引领潮流
 - 二、手机广播异军突起
 - 三、微电台跨界风行
 - 四、移动音频分享电台
 - 五、车载网络电台
 - 第三节新技术与广播经营模式的更新
- 结语：走向多元与融合的广播
- 参考文献
- 附录
- 后记

《分化与融合——社会转型期的中国埂

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:www.tushu000.com