

# 《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

出版社：中国广播电视出版社

作者：杨凤娇

页数：146

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](http://www.tushu000.com)

# 《中国电视新闻传播格局的变迁》

## 内容概要

《中国电视新闻传播格局的变迁》是在我的博士学位论文基础上修订而成的。在论文写作和成书出版过程中，得益于众多师友的帮助。首先要感谢我的导师朱羽君先生，在研究方向上给我高屋建瓴的指引，在关键环节的具体问题和研究方法上给予我不可或缺的指导和帮助。先生在学术上富于批判精神，她关注和研究现实的学术态度、严谨独立的学术品格不仅影响到我论文的写作，还影响到我对学术研究的认识和态度。在我的研究和写作遇到困难而心态彷徨时，先生的激励是让我保持稳定和继续钻研的动力。用心感受先生学术和人格上的大师风范，令我深深感动，并将受益一生。

# 《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

# 《中国电视新闻传播格局的变迁》

## 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](http://www.tushu000.com)