

《新传媒》

图书基本信息

书名：《新传媒》

13位ISBN编号：9787504366948

10位ISBN编号：7504366943

出版时间：2012-9

出版社：中国广播电视出版社

作者：宫承波

页数：204

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

《新传媒》

内容概要

《新传媒(2012.3)》，本书分7个专栏：特稿、焦点话题、新媒体前沿、广播电视前沿、新闻与传播研究、文化创意产业研究、媒体创意与策划。分专题探讨了媒体传播问题、多学科交叉的传媒教育体系建设等问题。

作者简介

宫承波（1966-），山东章丘市人。山东大学文学（文艺学）博士，中央民族大学法学（民族社会学）博士后。现为中国传媒大学电视与新闻学院教授、博士生导师，任媒体创意专业委员会主任、媒体创意研究中心主任。目前主要致力于传媒理论、媒体创意及文化创意产业方面的教学与研究。

书籍目录

特稿

基于创意能力培养的多学科交叉的传媒教育体系建设

焦点话题：政务微博

从“全景监狱”到“共景监狱”——从“政府微博”看新媒体环境下政府社会管理的转型

政务微博的现状与传播效果分析——以新浪微博为例

中国政务微博发展概观

自媒体时代政务微博的传播特点分析

新媒体前沿

公民新闻发展的现实动力探析

由豆瓣电台看网络广播新形态

从“泛社交”到“私密社交”——媒介生态视角下的社交工具转型

浅析“两限令”下视频媒体格局嬗变趋势

广播电视前沿

文化研究视野下《舌尖上的中国》热播现象的多维审视

从“感动中国”走向“感动世界”——央视《感动中国》“走出去”的战略可行性及对策分析

我国广播电视节目娱乐化现状及解决对策研究

媒介生态视角下的广播媒体核心竞争力探析

新闻与传播研究

传播学视阈下的农民工城市融入问题研究综述

论中国市民社会的文化形态——传播学视角的解读

格伯纳与传播通用模式

沙特阿拉伯的新闻传播史概览

照片存在的证明

选择性接受理论在广告策划中的应用探究

文化创意产业研究

印度动画发展概观

南方报业传媒集团跨区域经营《云南信息报》经验策略探析

媒体创意与策划

《闲话浙江》节目策划案——地域文化与方言类节目的创意与策划之五

《天涯若比邻》节目策划案——地域文化与方言类节目的创意与策划之六

《民族大不同》节目策划案——地域文化与方言类节目的创意与策划之七

《双城记》节目策划案——地域文化与方言类节目的创意与策划之八

《食字街头》节目策划案——地域文化与方言类节目的创意与策划之九

《天津范儿》节目策划案——地域文化与方言类节目的创意与策划之十

章节摘录

为了有效地避免办学上流于宽泛，从而失去重点和方位感，我们理智地采取了适当收拢、收缩培养口径，同时与一定的职业岗位相结合的思路。根据业界需求和本校、本专业优势，我们将本专业教育的重点定位在“创意传播”领域，以培养现代大众传媒（重点是视听传媒）创新发展所需要的传播“创意人”为培养目标——有取有舍，有所为有所不为。它包括媒介信息传播与媒介运用的策略和智慧，也包括媒介信息建构的技能和技巧，体现的是创意智慧与创意技术、技能的交叉与融合——从人才规格上说，是一种以创造性、创新性思维为核心，集人文艺术素养、传播策略和智慧，以及现代传播的技能、技巧于一体的，以现代传媒的传播业务为主要面向的复合型人才。不难看到，复合型人才的培养目标决定了媒体创意专业典型的交叉边缘学科性质，决定了这既是一个以创意思维、创意能力的培养为核心的专业，也是一个知识和理论交叉性、综合性很强的专业。有必要指出的是，在《普通高等学校本科专业目录》中，媒体创意专业虽列于新闻传播学类之下，但事实上，该专业可以立足于新闻传播学，却不能局限于新闻传播学。根据本人的理解，其主要学科依托为新闻传播学、艺术学和中外语言文学等（一级学科），从学术层面看，关系密切的学科在中国传媒大学主要有传播学、导演、广播电视编导、戏剧、影视艺术、数字媒体艺术、动画、汉语言文学等（二级学科）。上述这些，也就很大程度上决定了媒体创意专业在教学及专业建设上的基本思路：其一，重视知识视野与理论视野的拓展，强调跨学科开设课程，主张通过各种相关知识、理论与技能的交叉与融合而激发创意、提升智慧；其二，重视理论与实践的互补与互助，强调实践教学、开门办学，主张通过各种实践环节、尤其是与传媒业界的合作，将学生导向媒体创意与策划前沿。……

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