

# 《电视文化学》

## 图书基本信息

书名：《电视文化学》

13位ISBN编号：9787561433867

10位ISBN编号：7561433867

出版时间：2006年7月

出版社：四川大学出版社

作者：欧阳宏生 等

页数：388

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)

# 《电视文化学》

## 内容概要

本书在对中国电视文化历史与现状描述的基础上，对西方电视文化的丰富内涵进行系统的阐释并从符号学的角度简述了电视文化的符号学意义，对电视文化的功能和影响，电视文化的人文精神，电视文化的传播载体进行了深入研究。同时，本书还就电视文化的批评及电视文化的审美品格、电视文化的社会环境及媒介环境进行了具体阐述，并立足于学术的当下关怀，论述了在全球化和消费社会的语境中，电视文化与消费社会的关系，全球化与本土化等一系列文化研究的热点问题。

# 《电视文化学》

## 作者简介

高级记者，四川大学教授、博士生导师、新闻传播研究所所长、全国首届“十佳”广播电视理论工作者。先后在地方和中央电视媒体工作，从事采编、管理和理论研究。2001年引进调入四川大学。20余年来，发表新闻传播学等学术论文180余篇，出版有《新闻学论集》、《新闻写作学概论》、《记录片概论》、《广播电视学导论》、《中国电视论纲》（总撰稿）、《电视文化学》等著作，个人著述300多万字。曾主持“中国特色社会主义电视理论”、“中国电视产业与经营”、“电视文化学批评研究”共11项国家“九五”“十五”重点、一般课题及部省级课题，有7项成果分别获国家、省人民政府社科类奖励、多项成果填补学科空白。

# 《电视文化学》

## 书籍目录

丛书总序绪论第一章 历史与现状：中国电视文化研究的发展与视角第二章 理论资源：西方电视文化的丰富内涵第三章 解读电视文化：从符号开始第四章 功能与影响：电视文化的传播定位第五章 人文精神：电视文化传播的责任第六章 社会环境：电视文化的外围空间第七章 媒介环境：电视文化的近邻第八章 多样形态：电视文化传播的载体第九章 电视文化：与消费共舞第十章 全球化浪潮与电视文化的本土化第十一章 电视批评：对电视文化的阐释第十二章 审美阐释：对电视文化品格的审视参考文献后记

# 《电视文化学》

## 编辑推荐

本书在对中国电视文化历史与现状描述的基础上，对西方电视文化的丰富内涵进行系统的阐释并从符号学的角度简述了电视文化的符号学意义，对电视文化的功能和影响，电视文化的人文精神，电视文化的传播载体进行了深入研究。同时，本书还就电视文化的批评及电视文化的审美品格、电视文化的社会环境及媒介环境进行了具体阐述，并立足于学术的当下关怀，论述了在全球化和消费社会的语境中，电视文化与消费社会的关系，全球化与本土化等一系列文化研究的热点问题。

# 《电视文化学》

## 精彩短评

- 1、是买的课本 感觉就是送货速度慢了点 但是很不错的质量价格也很合理
- 2、本来买来备考的 当与我实用些一般！
- 3、这本书“看过”的人这么少真心奇怪
- 4、帮我答了50分的题.不错不错.
- 5、书的前三章和后三章相对更具有学理性，梳理的也更有体系，对于初涉猎理论学习的人有很强的指导性，而中间的几个章节，描述性简介性占了主导，难见理论的影子，和电视学其他书并无太多不同

# 《电视文化学》

## 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)