

《体育传播学》

图书基本信息

书名：《体育传播学》

13位ISBN编号：9787313059796

10位ISBN编号：7313059795

出版时间：2010-7

出版社：上海交大

作者：许正林 编

页数：332

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

《体育传播学》

内容概要

《体育传播学》

书籍目录

绪论 体育传播理论的范式与研究路径 第一节 体育传播学的学科背景 第二节 体育传播理论的范式 第三节 体育传播学的研究路径第一章 现代体育发展与体育传播 第一节 社会发展视野中的体育运动 第二节 媒介传播对体育的双效应 第三节 媒体传播与奥运会的共生效应第二章 体育传播与现代社会 第一节 大众媒体与民族体育 第二节 大众媒体与国际体育 第三节 体育传播与大众文化第三章 体育传播生态 第一节 传播生态理念及其研究 第二节 体育传播的生态系统第四章 体育传播媒介 第一节 体育传播与报纸 第二节 体育传播与电视 第三节 体育传播与期刊 第四节 体育传播与网络第五章 体育传播符号 第一节 符号的一般理论 第二节 奥林匹克体育的符号系统 第三节 奥林匹克符号的文化传播 第四节 体育传播中的性别偏向 第五节 体育传播中的语言暴力批判第六章 体育传播受众 第一节 西方学者的受众理论 第二节 体育传播中的受众及其特征 第三节 体育传播受众类型分析 第四节 受众类型对体育传播定位的影响 第五节 受众心理对体育传播内容定位的影响 第六节 如何更有效地进行体育传播第七章 体育传播效果 第一节 大众传媒对体育传播效果的影响 第二节 使用与满足理论对体育传播效果的影响 第三节 议程设置理论对体育传播效果的影响 第四节 体育有效传播的对策分析 第五节 体育传播效果调查实例第八章 体育传播与体育赛事 第一节 体育传播中的体育赛事 第二节 体育赛事与体育传播的关系 第三节 体育赛事对体育传播的影响 第四节 体育传播对体育赛事的影响 第五节 重大体育赛事与体育传播第九章 体育传播与社会价值重构 第一节 体育价值形成背景分析：社会价值的世界性结构 第二节 体育价值观的历史流变 第三节 我国体育价值取向的现状解读 第四节 体育传播与体育价值重构第十章 体育社会控制的媒体传播参与 第一节 体育法规 第二节 体育伦理 第三节 体育组织 第四节 媒体舆论监督后记

《体育传播学》

编辑推荐

体育传播学是现代体育与大众传媒相结合产生的一门新兴学科，是研究、探索体育信息传递过程及其运行规律的科学。体育传播学伴随着人类体育的进步而发展，至当代社会蕴含着更为丰富的文化内涵。体育传播媒介、体育传播符号、体育传播受众、体育传播效果，以由此折射出的社会价值观、媒体责任等问题，皆通过实证调研得以呈现，并通过理论剖析得以建构……《体育传播学》系统诠释与探讨了体育传播学的理论框架与基本观念。

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