

<<节目主持人传播>>

图书基本信息

书名：<<节目主持人传播>>

13位ISBN编号：9787309054804

10位ISBN编号：7309054806

出版时间：2007-6

出版时间：复旦大学出版社

作者：陈虹

页数：230

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：<http://www.tushu007.com>

## <<节目主持人传播>>

### 内容概要

作为广播电视机构的核心竞争力之一，节目主持人的地位日益提升。

但在教学科研层面，更多的注重“术”的培训，缺乏“道”的阐发。

《节目主持人传播》正是从主持人的“传播之道”入手，弥补了主持人基础理论的匮乏。

本书将主持人节目生产和传播放在一个大的社会文化系统中，细致地考察了节目主持人传播主体、传播课题、传播环境、传播通道、传播效果等要素组成的内部系统。

作者是“金话筒奖”得主，其丰富的经验使《节目主持人》一书颇具特色：理论与实践结合，战略与战术并重。

系统合理的分析框架，深入到位的理论解剖，鲜活生动的个案解读，对于广播电视播音主持专业师生、各类节目主持人，都具有很高的学习和研究价值。

## <<节目主持人传播>>

### 作者简介

陈虹，华东师范大学传播学院副教授，复旦大学新闻传播学博士后，中国广播电视学会播音与主持研究会理事、学术委员。

在上海、湖北广播电视战线工作10多年，编辑主持的节目多次获得中国广播奖、中国广播文艺奖、上海新闻奖、湖北新闻奖。

1999年，在全国第四届广播电视“金话筒”奖评比中获得银奖，并被授予“全国百佳节目主持人”称号；并两度荣获全国广播电视论文“金笔奖”一等奖。

2006年1月作为人才引进到华东师范大学传播学院，专职从事主持艺术教学与科研工作。

同年9月，被中国电视艺术家协会主持人专业委员会聘为上海专家组成员。

## <<节目主持人传播>>

### 书籍目录

第一章 节目主持人传播的研究对象和基本问题 第一节 节目主持人传播的界定与内涵 第二节 研究主持人传播的意义和方法第二章 节目主持人传播历史及现状 第一节 西方主持人传播史 第二节 中国主持人传播史 第三节 中国节目主持人现状分析第三章 节目主持人传播的特性 第一节 人格化 第二节 个性化 第三节 对象化 第四节 全息化 第五节 互动性第四章 节目主持人传播的过程 第一节 主持人传播的构成要素 第二节 主持人传播的模式研究第五章 节目主持人传播的主体 第一节 主持人传播者的作用空间 第二节 节目主持人的角色定位 第三节 节目主持人的品牌价值第六章 主持人传播与受众 第一节 大众传播中受众观念的转变 第二节 受众对主持人传播的心理期望 第三节 受众对主持人形象的期望 第四节 节目主持人对受众的移情作用第七章 节目主持人传播与媒体 第一节 主持人与媒体的互动关系 第二节 主持人与栏目的互动关系 第三节 主持人与嘉宾的互动关系第八章 节目主持人传播的效果 第一节 主持人传播中的效果分析 第二节 主持人传播效果构成与评价第九章 节目主持人传播策略 第一节 语言传播策略 第二节 情感传播策略 第三节 人文传播策略 第四节 文化传播策略第十章 主持人传播的未来发展趋势 第一节 传媒生存环境的变化与主持人创新 第二节 受众细分与主持人专业化发展 第三节 社会经济转型与主持人文化品格的提升 第四节 传播手段更新与主持人可持续发展参考文献生命的传奇（代后记）

<<节目主持人传播>>

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:<http://www.tushu007.com>