

<<电视重构论--转型期中国电视的文化>>

图书基本信息

书名：<<电视重构论--转型期中国电视的文化选择>>

13位ISBN编号：9787504333735

10位ISBN编号：7504333735

出版时间：1999-09

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘忻

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>

书籍目录

目录

序言 中国电视的发展呼唤不断创新电视理论

前言

第一章 电视文化选择是价值选择

第一节 电视文化选择的必然性

一 文化选择

二 文化选择是价值选择

三 电视文化选择

第二节 电视文化选择的特点

一 塑造人的社会选择

二 涵盖多重的选择

三 有限理性的选择

以四 两难的选择

第三节 文化选择中的电视文化构成

一 电视主流文化与电视非主流文化

二 电视政治文化与电视民间文化

三 电视高雅文化与电视通俗文化

四 电视本土文化与电视外来文化

五 电视正效应文化与电视负效应文化

第四节 电视文化选择是价值的创造

一 电视创造精神价值

二 电视创造基本价值

三 电视满足三类精神价值需要

第二章 电视文化冲突是价值的冲突

第一节 电视文化选择中的文化冲突

一 冲突与电视文化冲突

二 电视文化冲突带来价值冲突

三 全球化加剧电视文化冲突

第二节 中国电视面临的价值冲突

一 中国电视价值冲突的层面

二 正确价值导向是协调冲突的明智

选择

第三章 电视文化重构实现电视文化选择

第一节 社会转型带动电视文化转型

一 电视文化转型

二 文化转型是现实的文化选择

第二节 电视人的艰难选择

一 在价值体系的嬗变中选择

二 引导无序到有序的选择

三 在困惑与迷失中选择

第三节 在文化重构中实现文化选择

一 文化重构

二 文化重构是价值重构

三 重构的重点在深层结构

四 理性审视是电视文化重构的前提

第四节 电视文化重构的途径

- 一 增设频道
- 二 创意策划
- 三 栏目改版
- 四 节目定位
- 五 形象包装

第四章 电视文化在冲突与融合中重构

第一节 改革开放中的中外电视文化接触

- 一 电视文化接触
- 二 电视文化接触中的接受 适应和冲突

第二节 电视重构中的文化现象

- 一 电视的文化消费
- 二 电视的文化融合
- 三 电视的文化增值
- 四 电视的文化流变
- 五 电视的文化分层

第三节 电视文化重构的直接结果

- 一 电视通俗文化的崛起
- 二 电视文化的商业化属性

第五章 电视文化在分化中重构

第一节 电视文化接受群体的崛起

- 一 电视接受群体出现
- 二 电视接受群体是特殊文化群体
- 三 电视文化接受群体的演变

第二节 电视主客体的不断分化

- 一 观众及其趣味的分化
- 二 电视人及其角色的分化
- 三 电视节目及其结构的分化

第三节 社会变迁促进电视分化

- 一 观众个体自主意识的强化
- 二 社会审美价值取向的流变
- 三 社会各阶层的分化
- 四 电视节目的不断分层

第六章 重构中的电视文化态势

第一节 电视文化重构的阶段性标志

- 一 文化格局从一元到多元并存
- 二 文化功能从一元到多元并存
- 三 文化类型从一元到多元并存

第二节 电视文化重构中的节目走向

- 一 平民化
- 二 栏目化
- 三 都市化
- 四 娱乐化
- 五 边缘化
- 六 模糊化

第三节 负面电视文化如影随形

- 一 意义和价值的被消解

<<电视重构论--转型期中国电视的文化>>

二 飘浮无根的文化“快餐”

三 批量化地复印时尚

四 千方百计和“性”联手

第七章 重构新型的电视文化体系

第一节 新型电视文化体系的目标要求

一 目标要求及其内涵

二 第五个现代化是终极目标追求

三 新体系的目标特征

第二节 建构新型电视文化体系的原则

方法

一 分析和综合的原则

二、更新观念的原则

三 运用宏观调控的方法

主要参考书目

后记

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>