

Nâng cao hiệu quả của các chương trình phát thanh :
 THS / Vũ Trà My . - H. : ĐHKHXH & NV , 2001 . - 134 tr.

	Trang
MỞ ĐẦU	2
CHƯƠNG MỘT	
NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN cơ BẢN CỦA PHÁT THANH	9
1.1. Truyền thông phát thanh	
1-1.1. Khái niệm phát thanh	9
1.1.2. Đặc tính của phát thanh	14
1.2. Sự hình thành và phát triển của phát thanh	14
1.2.1. Lịch sử phát thanh thế giới	"
1.2.2. Quá trình hình thành và phát triển của phát thanh Việt Nam	19
1.3. Vai trò của phát thanh trong đời sống kinh tế - xã hội	
1.4. Phát thanh trong hệ thống các phương tiện truyền thông đại chúng	33
CHƯƠNG HAI	
HIỆU QUẢ CỦA TRUYỀN THÔNG PHÁT THANH	38
	38
2.1. Hiệu quả của truyền thông đại chúng	38
2.1.1. Thuật ngữ hiệu quả	39
2.1.2. Hiệu quả - một yếu tố của quá trình truyền thông	44
2.1.3. Những yêu cầu về hiệu quả truyền thông	46
2.2- Hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả của truyền thông đại chúng	"
2.2.1. Các quan điểm về tiêu chí đánh giá hiệu quả TTĐC	^
2.2.2. Hệ thống tiêu chí đánh giá hiệu quả truyền thông đại chúng	^
2.2.3. Hiệu quả của truyền thông đại chúng và quy luật tiếp nhận thông tin	59
2.3. Các yếu tố tạo hiệu quả của truyền thông đại chúng	^
2.3.1. Chiến lược thông tin	60
2.3.2. Yếu tố con người	61
2.3.3. Yếu tố chất lượng thông tin	61
2.3.4. Yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật	62
2.3.5. Khả năng hiểu biết đối tượng; phục vụ	63
2.3.6. Bối cảnh xã hội	64
2.4. Hiệu quả của truyền thông phát thanh	^
2-4.1. Truyền thông bằng âm thanh	^
2.4.2. Chương trình của đối tượng	

CHƯƠNG BA	
THỰC TRẠNG TRUYỀN THÔNG PHÁT THANH VIỆT NAM	70
3.1. Chiến lược phát triển ngành phát thanh Việt Nam	
3.2. Hiệu quả chương trình phát thanh của Đài Tiếng nói Việt Nam	72
3.2.1. Hiệu quả qua thực trạng hoạt động của Đài Tiếng nói Việt Nam	72
3.2.2. Hiệu quả qua những kết quả đạt được khi thực hiện chức năng, nhiệm vụ và mục tiêu của ngành	78
3.2.3. Hiệu quả nhìn từ góc độ người tiếp nhận thông tin	80
CHƯƠNG BỐN	
NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÁC CHƯƠNG TRÌNH PHÁT THANH	99
4.1. Chương trình phát thanh	99
4.2. Các giải pháp nâng cao hiệu quả chương trình phát thanh	104
4.2.1. Hiểu biết đối tượng phục vụ	105
4.2.2. Nâng cao hiệu quả trên cơ sở đổi mới chất lượng thông tin	105
4.2.2.1. Phát thanh hiện đại	106
4.2.2.2. Phát thanh trực tiếp	109
4.2.3. Hiện đại hóa cơ sở vật chất - kỹ thuật	118
4.2.4. Yếu tố con người	121
4.2.5. Chiến lược phát triển ngành và Quy hoạch mạng lưới phát thanh trên cả nước	125
KẾT LUẬN	128
TÀI LIỆU THAM KHẢO	133