

<<大众传媒中的安徽形象研究>>

图书基本信息

书名：<<大众传媒中的安徽形象研究>>

13位ISBN编号：9787212057138

10位ISBN编号：7212057134

出版时间：2012-9

出版时间：安徽人民出版社

作者：姜红

页数：224

字数：245000

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>

<<大众传媒中的安徽形象研究>>

内容概要

《安徽经济社会发展论丛：大众传媒中的安徽形象研究》有两大特点：首先是多学科交叉，内容囊括了安徽经济社会生活的诸多方面，研究过程中研究者运用了多种学科的研究方法，这种学科“抱团”、“交叉”的研究特色，使研究结论贴近现实；其次是书中的层次性、立体感很强，从课题框架设计到丛书的谋篇布局，书中的各部分研究内容具有一种相互支撑、相互补充的效果。

相信《安徽经济社会发展论丛：大众传媒中的安徽形象研究》的问世对安徽省“兴皖富民，加速崛起”将起到重要的启发和指导作用，会对我国区域经济学、城市经济学发展做出积极贡献。

<<大众传媒中的安徽形象研究>>

书籍目录

- 第一章 “纸上空间”：大建设中的合肥报纸与城市
 - 第一节 城市与媒介——问题的生成
 - 第二节 当下之城——我们身边的合肥
 - 第三节 媒介之城——报纸的几次讨论
 - 第四节 去留之间——报纸呈现的城市空间记忆
 - 第五节 未尽的思索
- 第二章 “城市危机公关的实验室”：突发事件中的媒介阜阳
 - 第一节 导论：为什么受伤的总是阜阳
 - 第二节 “毒奶粉事件”——被“官员腐败”报道扭曲的阜阳形象
 - 第三节 “EV71疫情”——两种媒体框架中的两个阜阳形象
 - 第四节 阜阳——转型社会中的典型文本
- 第三章 “皖中鸠兹”：芜湖城市品牌的媒介造势
 - 第一节 城市品牌与大众媒介
 - 第二节 安徽的芜湖与中国的芜湖
 - 第三节 个案分析
 - 第四节 结语
- 第四章 多种话语，复调沈浩：新传播时代典型形象的塑造
 - 第一节 绪论
 - 第二节 多面的典型：媒体报道中的沈浩形象
 - 第三节 影视剧中的沈浩形象
 - 第四节 民间话语叙事中的沈浩印象
 - 第五节 小结：从焦裕禄到沈浩——不同的“第一书记”
- 第五章 从广场到电视：黄梅戏的媒介转型与文化撒播
 - 第一节 徽风皖韵品黄梅
 - 第二节 戏里戏外赞黄梅
 - 第三节 “天上人间”话黄梅
 - 第四节 结语
- 第六章 “碧山丰年祭”：传媒与乡村建设的共同体
 - 第一节 何处寻碧山
 - 第二节 历史的节点——碧山丰年祭
 - 第三节 传播中的丰年祭
 - 第四节 文化张力
- 后记

<<大众传媒中的安徽形象研究>>

章节摘录

客观漠视也好，主观忽略也好，这些与“梧桐难题”有关的个案不仅说明了“在城建现代化冲动和政策规划的朝令夕改中，梧桐以及历史建筑等难免成为城市发展的陪葬品”这一实际，更表明了“在整个事件中，在当前政府与市民平等对话的渠道有限的情况下，媒体正日益成为表达民意、反映民情的一个重要平台和渠道。

媒体对于政府最终采纳市民意见起到了至关重要的作用。

通过媒体表达市民意见，对于市民而言尚属一种被动的状态”。

而这种作用的发挥恰恰是传媒影响实体空间的最主要的途径，只是，这种作用最终是否影响到实体空间的建构则要看政府或相关部门能不能在最终决策中体现这些通过媒体反映出来的市民意见。

当然，如果市民仅有表达意见的机会，而市民意见却不能在政府的最终决策中得到体现，那么所谓的“民权”就只是一个空泛的概念和“看上去很美”的形式，所谓的传媒对城市实体空间的建设作用也仅仅是一纸空谈。

小结：“梧桐迁移风波”“梧桐换树大讨论”，皆是充分运用了大众传媒的影响力，充分展示了普通市民的呼吁，因此才保留了饱含城市记忆的梧桐树。

“梧桐门”事件虽然并未充分展现报纸这一传统媒体的影响力，但却是通过合肥论坛这样一个网络平台充分展示了舆论影响，并最终促使政府就此事向合肥市民做出道歉。

在面对城市建设中诸多如同“梧桐难题”般的“开发与保护”这一话题时，合肥的法梧和南京的法梧在2011年的命运是不一样的，而决定这一切的除了市民的呼声、媒体的展现外，更重要的还是政府的作为。

因为与城市记忆紧密联系起来，于是再小的物体也是整个城市的重要记忆，在面对类似于梧桐树这般活的城市记忆时，政府不能仅靠拍脑袋来决定其命运。

.....

<<大众传媒中的安徽形象研究>>

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>