

<<媒介研究经典文本解读>>

图书基本信息

书名：<<媒介研究经典文本解读>>

13位ISBN编号：9787301180853

10位ISBN编号：7301180853

出版时间：2010-12-24

出版单位：北京大学出版社

作者：伊莱休 卡茨

页数：272

译者：常江

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>

<<媒介研究经典文本解读>>

前言

即使没有那两个字母“n”，经典（canon）也是个极具爆发力的词。

编辑一本题为“经典文本”的书，不啻令自己身陷战争的泥潭——自从在耶路撒冷的一次会议上产生了这个想法后，我们就走过了这样的历程。

后来，在阿卡普尔科（Acapulco）国际传播学会的一次会议上，一位同僚愤然指责我们：“你们不能那样做！”

“而朋友们则劝阻：“若你们真要编这本书，不妨换个标题，比如‘基础’、‘原创’或者‘权威’，但别贸然使用‘经典’。

”“为什么不能呢？”

”我们反问道。

结果，新一轮炮轰开始了。

“经典文本等于权威，”有人说，“那就意味着我们要对现有文本作出取舍，选择一些，忽视其他。

...”“应当由谁来选择？”

”又有人问。

“像通常那样，由那些资深和优秀的人来选。

”答案出来了。

“开列书单有碍创新，”有人告诉我们。

“给我们创新成果，而不是纪念性作品。

”“这只是个研究领域，不是个学科；我们应该天马行空地漫游，就算偶尔迷路，也强过拾人牙慧。

”有人说。

另一个人说：“这甚至连一个研究领域都算不上。

媒介研究仅有五十年历史，现在确定鼻祖为时过早。

”他补充说，“另外，我们的任务是与变迁中的现实打交道，而不是挖掘陈年旧账”。

简而言之，同僚对这本书的反对意见集中于诸多限制可能带来的危险，以及对摆脱权威、准则、方法与传统，实现回归自由的渴望。

我们不会屈服，甚至不会放弃“经典”的提法。

这并不等于对批评的观点全盘否定，但在大方向上我们绝不会动摇。

我们希望这项工作能对致力于传播学这一跨学科领域（是的，是领域）的学者们有所裨益。

<<媒介研究经典文本解读>>

内容概要

本书云集当代传播学领域一流学者，甄选13篇媒介研究领域的“经典文本”加以评述，不但清晰勾勒出媒介研究的历史脉络，更对哥伦比亚、法兰克福、芝加哥、多伦多和英国文化研究五大学派的传播思想做出精妙的总结。

从拉扎斯菲尔德到阿多诺，从麦克卢汉到霍尔，传播学，这一年轻的学科在不到一个世纪的时间里渐渐羽翼丰满，而本书就是国际学人将传播学建构为令人尊敬的独立学科的重要努力。

著名学者迈克尔·舒德森盛赞本书“必将在传播研究与传播理论发展史中掀起浪潮”。

<<媒介研究经典文本解读>>

作者简介

译者：常江 编者：（美国）伊莱休·卡茨（Elihu Katz）（美国）约翰·杜伦·彼得斯（John Durham Peters）（美国）泰玛·利比斯（Tamar Liebes）等梅纳海姆·布朗德海姆（Menahem Blondheim），耶路撒冷希伯来大学传播与美国研究系，高级讲师。

丹尼尔·戴扬（Daniel Dayan），巴黎国家科学与政治研究中心，媒介社会学教授。

迈克尔·古列维奇（Michael Gurevitch），马里兰大学新闻学院，教授。

唐·韩德尔曼（Don Handelman），耶路撒冷希伯来大学社会学与人类学系，人类学教授。

伊娃·依鲁兹（Eva Illouz），耶路撒冷希伯来大学社会学与人类学系，高级讲师。

伊莱休·卡茨（Elihu Katz），宾夕法尼亚大学安能堡传播学院，教授；耶路撒冷希伯来大学社会学与传播学系，名誉教授。

泰玛·利比斯（Tamar Liebes），耶路撒冷希伯来大学传播学系，教授。

尤瑟法·洛西茨基（Yosefa Loshitzky），耶路撒冷希伯来大学传播学系，副教授。

约书亚·梅洛维茨（Joshua Meyrowitz），新罕布什尔大学传播学系，教授。

艾薇儿·奥尔洛夫（Avril Orloff），宾夕法尼亚大学安能堡传播学院硕士，作家、学者。

约翰·杜伦·彼得斯（John Durham Peters），爱荷华大学传播学教授。

埃里克·罗森布勒（Eric W. Rothenbuhler），纽约新学院大学媒介研究研究生项目主任。

派迪·斯坎内尔（Paddy Scannell），威斯敏斯特大学哈罗校区传播与创意产业学院，教授、研究主任。

彼得·西蒙森（Peter Simonson），匹兹堡大学传播学系，助理教授。

加布里埃尔·韦曼（Gabriel Weimann），海法大学传播学系，教授、系主任。

常江，北京大学文学学士、硕士，清华大学新闻与传播学院博士，美国西北大学访问学者。

研究领域为媒介文化、传媒社会学与电影史。

译著有《发掘新闻：美国报业的社会史》和《文化理论与大众文化导论》。

<<媒介研究经典文本解读>>

书籍目录

前言 他山之石第一部分 哥伦比亚学派概述第1章 哥伦比亚的批判研究：拉扎斯菲尔德与默顿的《大众传播、流行品位与组织化社会行为》 历史的谬误：既有的常识 20世纪40年代的传播研究 默顿与拉扎斯菲尔德在哥伦比亚 论文的主题 拉扎斯菲尔德与默顿的后续影响力 结论第2章 赫佐格《论借来的体验》在“主动受众”争鸣中的地位 赫佐格被误解了？ 缘何《论借来的体验》可被归入法兰克福学派 程式化文本——控制抑或解放？ 替代性快感：表达攻击性抑或遁入“感情真实”幻想？ 解读受众动机的策略：精神分析、功利主义与文学 哭泣：我们需要付出代价吗？ 肥皂剧迷：赫佐格的第二个研究项目第二部分 法兰克福学派概述第3章 霍克海默与阿多诺的奥义：读《文化工业》有感 理解的障碍 关于本书的讨论 《文化工业》的思想渊源 一种补偿式解读 评价：《文化工业》的利与弊 第4章 情境化的本雅明：论《机械复制时代的艺术作品》 导言 20世纪30年代的艺术与政治 艺术、复制与灵韵的消失 音乐拜物教 自主艺术 后续影响第5章 拯救消费：论洛文塔尔的《大众偶像的胜利》>《大众偶像的胜利》 一种批判文化视角第三部分 芝加哥学派概述第6章 沃斯

<<媒介研究经典文本解读>>

章节摘录

具有讽刺意味的是，尽管洛文塔尔手握如此出色的方法论武器，他的绝大多数论述和观点后来都被证明是错误的。

一方面，不难发现，洛文塔尔眼中那些“对旧工业秩序构成威胁”的消费英雄其实是“第三次工业革命”的代表与载体，他们的出现折射了知识、信息与电子科技的进步。

另外，还有一个事实不容忽略，即社会重心从生产转向消费的过程创造了大量社会财富与自力更生的人，其成就远远超过“第二次工业革命”。

如果说体育和电影明星轻而易举地取代了传统工业精英成为人物传记的主角，那也是因为这些明星及其所在的领域业已成为资本主义历史上最为庞大的财富来源。

此外，被道格拉斯·凯尔纳（Douglas Kellner）贴切称为“技术资本主义”（techno-capitalism）（1989）的信息资本主义，早已通过教育渠道促成了新型社会流动的形成。

事实上，专业人士与“新型文化中介”（new cultural intermediaries）已然成为中产阶级与上流社会的主体。

社会流动渠道更加多样化，早非强调“领导权”与“绩效”的19世纪达尔文主义可比（Bendix，1956；Whyte，1957）。

另外，休闲文化并不必然意味着工作时间的减少。

事实上，情况恰恰相反，随着大众娱乐的普及与风靡，人类的劳动强度反而大幅度提高，工作时间也大幅度增加。

对此，茱迪丝·肖尔（Judith Schor）（1991）在其对美国劳动类型的历史分析中作出了清晰的阐释。

而且，诚如阿莉·霍赫希尔德（Arlie Hochschild）（1997）所言：人们越来越不爱待在家里，反而将秩序井然的工作环境视为避难所，以此来逃避家庭中的繁重劳动。

事实上，消费资本主义建立在福特主义（Fordism）的基础上，高度组织化使得劳动变得更加高效而理性，这只会极大提高生产力。

早期资本主义（所谓工业资本主义）与晚期“消费”资本主义之间的区别在于劳动场所的转移。

在消费资本主义中，身体已成为持续、艰辛工作的客体，而劳动的荣耀与乐趣则因人在面对自我时的严重焦虑态度而强化。

所有这些，都与洛文塔尔眼中的“没心没肺的享乐主义”相去甚远。

在洛文塔尔的文本以及当下始终困扰我们的问题与窘境之间，产生了强大的共鸣。

尤其是，该文提出了一个理解文化与经济关系的重要视角，它所探讨的问题我们今日仍须面对，因为自始至终都没有一套理论可以弄清我们与资本主义之间错综复杂的关系。

在诸多层面上，洛文塔尔的文章都见证了我们的矛盾心态，以及我们在考察文化究竟应在当下经济与社会秩序中扮演何种角色时的束手无策。

<<媒介研究经典文本解读>>

编辑推荐

《媒介研究经典文本解读》：未名社科·媒介与社会丛书(翻译版)

<<媒介研究经典文本解读>>

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>