<<媒介融合与话语越界>>

图书基本信息

书名:<<媒介融合与话语越界>>

13位ISBN编号:9787500497042

10位ISBN编号:7500497040

出版时间:2011-6

出版时间:中国社会科学出版社

作者:陈伟军

页数:257

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

<<媒介融合与话语越界>>

内容概要

《媒介融合与话语越界:传媒文化的多维阐释和散点透视》是运用跨学科的研究方法对传媒文化进行多维审视,内容涉及新媒体技术、知识传播、新闻出版、媒介批评、广告艺术、欲望叙述、人文论争和新闻教育等方面。

作者将理论思辨与实务分析相结合,文化观察与传媒运作相结合,对媒介融合趋势下的知识生产、新闻媒体的价值引导、编辑出版的文化关怀、影视文化的意义生产、广告与日常生活的文化诗学、传媒的欲望叙述、理论批评与文化生产的互动、报刊评论与现代性、媒介技术与人文素养等话题作了深度阐述。

《媒介融合与话语越界:传媒文化的多维阐释和散点透视》以文化、价值和意义追寻为核心线索,在历史和现实的时空坐标上思考各种媒介现象的精神底蕴,探讨大转折时代传媒文化的嬗变与价值流向,为我们理解传媒实践及其文化定位提供了某种参照。

<<媒介融合与话语越界>>

作者简介

陈伟军,1973年生,湖南湘潭人,文学博士。

曾在南方日报社工作7年,2004年获评主任编辑职称。

现为暨南大学新闻与传播学院副教授,新闻业务、大众传播与媒介批评方向硕士生导师。

在《文学评论》、《现代传播》、《中国出版》、《新闻战线》等刊物发表论文30多篇,参与撰写《欲望的重新叙述》、《文人心灵的历史回声》等专著多种。

硕士论文被收入国家"十五"重点图书出版规划项目《中国人文社会科学博士硕士文库·续编》。 主持广东省哲学社会科学"十一五"规划项目《社会思潮传播中的导向调控——大众传媒。

<<媒介融合与话语越界>>

书籍目录

序引言 传媒文化内蕴与价值流向探析第一章 媒介融合的知识场域一 媒介融合趋势下的知识生产 媒介融合视野中的新闻出版强国建设三、媒介融合运作:手机媒体与图书营销第二章 新闻实践 与价值追寻一新闻媒体的价值引导二个案分析:《南方日报》头版的编辑策略第三章 史维度与现实景观一 新中国地方出版社的发展二 献礼书的多维审视第四章 面向农村的文化关怀 农家书屋的受众开发二 农家书屋与农村出版物发行第五章 影视文化的侧面观察一 星学者"现象的文化思考二 个案分析:解读《建国大业》第六章 广告与文学的同构共生一 广告 与文学的话语越界二 广告与日常生活的文化诗学三 广告文本的编码方式和表意策略第七章 性的媒介化面孔一 晚清报刊评论的现代性追寻二 文学杂志、小说理论和现代性第八章 及其文化观照一 欲望的理性化叙述二 欲望理性化叙述的盲视三 欲望的"非理性"之旅第九章 理论批评与文化生产的互动一 理论批评的"命名热"及其发生学探讨二 中国"后现代"批评的回 现实主义:"命名"的尴尬第十章 人文建构的跨界阐释一 20世纪90年代知识界关于 文化重构问题的思考二 第二媒介时代 " 的人文导向第十一章 媒介技术与人文素养的融合一 新闻 教育的人文向度二 新媒体语境中编辑的阅读取向与人文诉求参考文献后记

<<媒介融合与话语越界>>

编辑推荐

《媒介融合与话语越界:传媒文化的多维阐释和散点透视》涉及了众多领域,但作者对相关问题的考察并未停留在表面,而是抓住特定的对象,从不同侧面透视传媒文化的复杂性。

如广告与文学、广告与日常生活之间的关系,陈伟军深入地分析了广告与文学的文本互涉、广告与日常生活的文化诗学建构。

书中提出,生活的极度商业化使得广告的符号意义不断增值,广告文本采用独特的表意符号,将欲望修辞与受众需求联系起来,使人的经验世界理想化、诗意化。

广告参与建构的日常生活的诗学体系,是一种广义的诗学,它拓展了日常生活的"诗性"、审美性。 这些虽是一家之言,但颇有见地,能够启发人们新的思考。

该书对传媒文化进行散点透视,实际上各部分之间还是有其内在的联系。

作者以文化、价值和意义追寻为核心线索,在历史和现实的时空坐标上思考各种媒介现象的精神底蕴 ,探讨大转折时代的传媒文化嬗变与价值流向,为我们理解传媒实践及其文化定位提供了某种参照。 书中表达的价值立场,也体现了一个人文学者应有的文化品格。

<<媒介融合与话语越界>>

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