

## <<当代媒介文化导论>>

### 图书基本信息

书名：<<当代媒介文化导论>>

13位ISBN编号：9787504366320

10位ISBN编号：7504366323

出版时间：2012-4

出版时间：中国广播电视出版社

作者：于德山

页数：197

字数：213000

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>

## <<当代媒介文化导论>>

### 内容概要

《当代媒介文化导论》共分10章，内容包括研究范式与中国问题；中国意识：整合理论资源；急剧变化的媒介版图；好新闻与坏新闻；消费社会与当代广告等。

特点是主要着重应用性和实践性的特点，紧密结合媒体传播中的现实问题，力求学以致用之学，把新闻与传播学的基本理论转化为业务实践的指南，并根据我国的媒体传播实践不断检验理论的适用性与合理性。

本书由于德山著。

## <<当代媒介文化导论>>

### 书籍目录

- 总序
- 第一章 研究范式与中国问题
  - 第一节 媒介文化是一门学科吗
  - 第二节 媒介文化研究的四种范式
  - 第三节 媒介文化研究的未来
- 第二章 中国意识：整合理论资源
  - 第一节 整合理论资源：可能性与必要性
  - 第二节 媒介文化研究的中国语境和中国问题
- 第三章 急剧变化的媒介版图
  - 第一节 地方电视节目(频道)的崛起与电视文化生态
  - 第二节 电视民生新闻发展的“瓶颈期”及其提升策略
  - 第三节 美国报刊的生与死
  - 第四节 媒介融合背景下美国新闻传播教育的挑战与对策
- 第四章 好新闻与坏新闻
  - 第一节 新闻的好与坏
  - 第二节 南京彭宇案：一个真实的实例
- 第五章 消费社会与当代广告
  - 第一节 消费社会与当代文化转型
  - 第二节 消费文化与当代广告
- 第六章 烟与酒：广告中的快意人生
  - 第一节 嗜好、商业与权力：香烟
  - 第二节 杯酒人生——酒广告的当代诠释
- 第七章 商品房与私家车：富有生活的广告想象
  - 第一节 商品房的疯狂
  - 第二节 私家车——流动的现代性
- 第八章 广告的终极点
  - 第一节 当代广告的纷扰
  - 第二节 广告的终极点
- 第九章 当代媒介文化的性别特征
  - 第一节 叙述传播主体的性别特征分析
  - 第二节 女性媒介镜像与自我身体认同
  - 第三节 “春哥”与“伪娘”——时代的畸趣
- 第十章 当代媒介文化的体育神话
  - 第一节 媒介事件与商业神话
  - 第二节 三十年来中国运动员媒介形象嬗变
  - 第三节 神奇、博彩与娱乐至死——章鱼保罗的体育神话
- 结语
- 主要参考文献
- 后记

<<当代媒介文化导论>>

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>