

<<当代媒体文化与青少年>>

图书基本信息

书名：<<当代媒体文化与青少年>>

13位ISBN编号：9787547502389

10位ISBN编号：7547502385

出版时间：2011-8

出版时间：中西书局

作者：刘怀光 赵昆鹏

页数：286

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>

## <<当代媒体文化与青少年>>

### 内容概要

《当代媒体文化与青少年》主要包括：媒体的发展与文化模式的转变；文化工业、媒体文化、流行文化；媒体文化与代际间的传承；影视媒体与价值文化的传播；互联网上的青少年；媒体时代青少年的文化价值意识等内容。

## <<当代媒体文化与青少年>>

### 作者简介

刘怀光

男，河南许昌人，1964年10月生。

河南师范大学马克思主义学院教授、副院长，河南师范大学青少年问题研究中心副主任。

吉林大学哲学博士。

长期从事哲学与社会发展问题研究，注重现代社会转型发展中的文化、伦理问题研究。

近年来，研究兴趣聚焦于现代社会中文化、伦理与青少年的关联研究，就流行文化、现代媒体、互联网等现代文化现象对青少年的影响及其伦理、文化意义进行了广泛的探索。

发表学术论文三十余篇，多次被中国人民大学报刊复印资料、《新华文摘》等转载和摘编。

主持了河南省社科规划项目、共青团中央工作项目、河南省教育厅人文社科项目、河南省教育规划项目等+余个项目。

赵昆鹏

男，河南柘城县人，1975年3月生。

安阳工学院教师。

1998年7月毕业于郑州大学行政管理专业，获法学学士学位。

2007年6月获河南师范大学法学硕士学位。

主要从事文化与伦理问题研究。

## &lt;&lt;当代媒体文化与青少年&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论第一章 媒体的发展与文化模式的转变 第一节 印刷媒介时代：以经典和精英为中心 第二节 电子媒介时代：以娱乐和消费为中心 第三节 网络媒介时代：以赋权和参与为中心 一、网络媒介的形成 二、网络媒介文化及其特征 三、失控的文化 第二章 文化工业、媒体文化、流行文化 第一节 起舞于商业社会：中国文化工业的发展 第二节 艺乎？利乎？媒体技术下文化工业的商业模式 一、媒体的技术化、产业化、市场化 二、文化工业的秘密 三、文化工业的商业本质及其主导价值 第三节 媒体文化与去精英化 一、从报纸到互联网：精英角色的淡化 二、从深度到平面：文化内容的世俗化 三、从教化到交流：传播方式的民主化 第四节 潮起又潮落：流行文化及其特征 一、流行文化的特征 二、流行文化对经典文化表达方式的颠覆 三、流行文化合法化 第三章 媒体文化与代际间的传承 第一节 玛格丽特·米德与代际理论 一、“前喻文化”、“并喻文化”和“后喻文化”的代际理论 二、米德对文化模式转变的预见性 三、米德的不足 第二节 媒体文化时代的文化传统 一、媒体中的文化与文化传统 二、媒体与传统的紧张关系 三、媒体中的传统文化隐喻：突破与坚守 第三节 媒体时代的代际冲突与妥协 一、传统社会中不存在代际冲突，或代际冲突是轻微可控的 二、媒体时代猝不及防的代际冲突 三、文化回归 第四章 影视媒体与价值文化的传播 第一节 影视是全新的文化形态 一、影视是一种新的文化传播方式 二、作为文化工业产品的电影电视是一场新的价值革命 三、电影电视是意识形态表达的重要文化形式 四、电影电视与文化表达 第二节 电视文化与参与制 一、电视的本质是娱乐 二、电视魅力之源：参与制 三、电视文化的纷争 第三节 追星族与偶像崇拜 一、影视与明星制 二、追星族的偶像崇拜 三、偶像崇拜、走火入魔与媒体反思 第四节 资本渗入：广告植入与时尚专制 一、广告植入与消费主义输出 二、影视制造时尚专制，将受众吸引至时尚的旋涡 第五章 互联网上的青少年 第一节 互联网的文化特征 一、全民偷菜：网络的游戏化特征 二、平等参与：网络空间与虚拟公共领域的形成 三、网络文化的后现代风格 第二节 互联网的青年文化本质 一、网络文化彰显了青少年求新求异的个性化诉求 二、网络文化本质上属于青年文化 三、青少年网络文化的流行文化属性 第三节 青少年网络化生存的文化后果 一、权威价值的颠覆与重建 二、生存体验中的狂欢与沉沦 三、主体的解放与控制 第六章 媒体时代青少年的文化价值意识 第一节 媒体、文化传播和青少年 一、媒体文化与青少年的密切关联 二、媒体文化对青少年价值意识的冲击 三、青少年群体的道德意识及伦理观念 第二节 凸显与表达：媒体时代青少年文化价值意识的多维镜像 一、全球化意识和民族认同双向强化 二、传统文化约束的弱化和现代意识的建立 三、个体价值的重新发现 第三节 审视与期望：媒体时代青少年文化价值建构的批判性反思 一、媒体时代青少年文化价值的重构之路：从价值冲突走向价值整合 二、青少年作为媒体文化的主要受众：从价值迷茫走向价值认同 三、青少年作为媒体文化传播的重要主体：从价值选择走向自我实现 参考文献

<<当代媒体文化与青少年>>

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>