

<<媒介文化通论>>

图书基本信息

书名：<<媒介文化通论>>

13位ISBN编号：9787549910465

10位ISBN编号：7549910464

出版时间：2011-10

出版时间：江苏教育出版社

作者：陈龙 主编

页数：176

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>

<<媒介文化通论>>

内容概要

研究媒体不仅要关注媒介的社会功能、舆论功能，更要从文化层面对当代各种媒介现象进行更为深入仔细的考察。

本书将媒体看作一种文化现象，并对各种媒体文化现象进行系统、深入和全面地考察。

<<媒介文化通论>>

作者简介

陈龙，苏州大学新闻传播学院副院长、教授、博士生导师，教育部广播电视教学指导委员会副主任委员。

<<媒介文化通论>>

书籍目录

- 绪论：走向科学的媒介文化研究
 - 一、正视当下媒介文化传播的社会现实
 - 二、媒介文化研究中的社会主体关注
 - 三、媒介文化研究中批判立场的坚守
 - 四、媒介文化研究的空间与边界
- 第一章 媒介文化研究的理论谱系(上)
 - 一、文化危机与“文化工业”的批判研究
 - 二、媒介与文化领导权研究
 - 三、“葛兰西转向”
 - 四、阿尔都塞与召唤主体性
- 第二章 媒介文化研究的理论谱系(下)
 - 一、福柯的话语规训理论
 - 二、布尔迪厄的场域理论
 - 三、霍尔的媒介文化政治学与阅读理论
 - 四、费斯克的文本与快感理论
 - 五、后现代主义的媒介文化研究
- 第三章 媒介文化的基本特征
 - 一、媒介文化的社会特性
 - 二、媒介文化的文本特性
 - 三、媒介文化的传播劝服形式
 - 四、媒介文化与消费认同
- 第四章 媒介文化的生产
 - 一、媒介文化的文本与话语生产
 - 二、媒介文化生产中的明星制造与偶像崇拜
 - 三、媒介文化中的消费欲望生产
 - 四、追星与文化经济
- 第五章 媒介生态与媒介制度
 - 一、媒介文化与媒介生态结构
 - 二、媒介文化的社会格局
 - 三、媒介文化生态中商业化机制
- 第六章 媒介文化中权力结构
 - 一、媒介权力的生成
 - 二、媒介接触方式与媒介霸权
 - 三、媒介权力的实现途径
- 第七章 媒介文化与媒介的真实建构
 - 一、客观真实、符号真实与主观真实
 - 二、意识形态与“真实建构”
 - 三、新闻框架与媒介真实的建构
 - 四、“真实”与再现真实
 - 五、媒介真实的文化属性
- 第八章 媒介文化的奇观化
 - 一、“奇观”理论起源
 - 二、媒介文化：从景观到奇观
 - 三、媒介的视觉化奇观
 - 四、情欲的奇观——身体叙事

<<媒介文化通论>>

五、媒介政治奇观与奇观化的政治

第九章 媒介文化的现代性、后现代性及其社会认同性

一、都市消费与视听形式的变迁

二、媒介文化与现代性

三、媒介文化与后现代性

四、媒介文化与社会认同性

第十章 媒介文化研究的新领域——新媒介文化

一、虚拟世界与符号化生存

二、互动性与文化生产全民参与

三、个体化与传播秩序困境

第十一章 当代媒介文化的社会性问题

一、媒介的物化与媒介文化低俗化倾向

二、娱乐至死的社会风潮

三、代理经验与“童年的消逝”

第十二章 青年亚文化与媒介素养教育

一、青年亚文化的发展历史

二、当代媒介文化中的青年亚文化

三、媒介青年亚文化与媒介素养教育

主要参考文献

后记

<<媒介文化通论>>

编辑推荐

陈龙编著的《媒介文化通论》主要介绍了媒介文化研究的理论谱系；媒介文化的基本特征；媒介文化的生产；媒介生态与媒介制度；媒介文化中权力结构；媒介文化与媒介的真实建构；媒介文化的奇观化；媒介文化的现代性、后现代性及其社会认同性；媒介文化研究的新领域——新媒介文化；当代媒介文化的社会性问题；青年亚文化与媒介素养教育等内容。

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>