

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

图书基本信息

书名：<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

13位ISBN编号：9787010101002

10位ISBN编号：7010101000

出版时间：2011-8

出版单位：人民出版社

作者：郑保章 等著

页数：275

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>

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

内容概要

这本由郑保障、王爱玲、武文颖等人著的《大众传播时代媒介歧视问题研究》主要分析了近几年随着现代传播技术环境的变化，媒介生态的失衡，其所展示的“印象世界”对人类的价值判断及社会化过程所产生的影响，如传播媒介对人的主体性的侵犯、传受话语权的失衡与媒介歧视现象、传播工具的媚俗化及大众文化的低品质等，这些媒介的构造效果都在不同程度上侵蚀了媒介的人性化发挥与公正性效益，因此目前由权力、利益、技术和文化掌控下的大众媒介应该而且必须自主调适，建立有序的媒介生态环境。

《

这本由郑保障、王爱玲、武文颖等人著的《大众传播时代媒介歧视问题研究》主要分析了近几年随着现代传播技术环境的变化，媒介生态的失衡，其所展示的“印象世界”对人类的价值判断及社会化过程所产生的影响，如传播媒介对人的主体性的侵犯、传受话语权的失衡与媒介歧视现象、传播工具的媚俗化及大众文化的低品质等，这些媒介的构造效果都在不同程度上侵蚀了媒介的人性化发挥与公正性效益，因此目前由权力、利益、技术和文化掌控下的大众媒介应该而且必须自主调适，建立有序的媒介生态环境。

本书还对当前媒介歧视的突出现象在下部做了分析，对我国该领域中的问题及未来走向作了理性思考

。

书中既有理论分析，又有生动的个案，以便于读者的理解并使用。

》还对当前媒介歧视的突出现象在下部做了分析，对我国该领域中的问题及未来走向作了理性思考。

书中既有理论分析，又有生动的个案，以便于读者的理解并使用。

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

作者简介

郑保障，男，1964年出生于河北衡水。

现任大连理工大学人文与社会科学学部人文学院院长、教授、博士生导师，大连市社会科学院特邀研究员，大连市创造学会副会长兼秘书长，辽宁省新闻工作者协会常务理事，辽宁省写作学会副会长，中国自然辩证法研究会科学传播与科学教育专业委员会副主任委员等。

先后在河北工程大学(1986)、天津大学(1996)、大连理工大学(2010)获学士、硕士、博士学位。曾多年从事新闻传播实务及媒体经营管理工作，1999年始供职于大连理工大学从事教学科研工作。

在海内外重要学术刊物发表论文150余篇；主要学术著作有：《全球化与大众传播》、《新闻脑》、《新闻采访写作编辑案例教程》、《广播电视新闻采访与写作》、《电视专题与电视栏目》、《广播电视经营管理》等。

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

书籍目录

丛书思序

前言

上部

第一章 媒介权力：显现与霸权

第一节 媒介权力的理论解读

- 一、“媒介的权力”研究
- 二、“权力的媒介”研究

第二节 媒介权力的显现与生成

- 一、媒介权力的显现形态
- 二、媒介权力的生成
- 三、公众权力的保障

第三节 媒介权力的危机：霸权

- 一、媒介在制作信息阶段的霸权
- 二、媒介在传播信息阶段的霸权
- 三、媒介在信息反馈阶段的霸权

第二章 媒介利益：效益与利润的冲突

第一节 新闻业的市场化转型

- 一、报社企业化的初步尝试
- 二、媒介的市场化之旅
- 三、媒介集团化的运营
- 四、媒介与资本的联姻

第二节 新闻利润化

- 一、新闻利润化的出现
- 二、新闻利润化的表现

第三节 媒介效益的制衡

- 一、两种体制的转换
- 二、两个功能的定位
- 三、两种属性的确认

第三章 媒介文化：与消费合谋的文化流行与偏倚

第一节 媒介文化：与消费主义的合谋

- 一、消费主义诞生：符号的意义扩张
- 二、大众传媒：与消费合谋的文化表现

第二节 媒介消费主义的双重文化品格

- 一、文化由一元走向多元到无元
- 二、个体在符号叙事中的“自我实现”与“物性异化”
- 三、文化由娱乐走向媚俗

第三节 现代媒介文化：制造流行与偏倚

- 一、媒介对流行文化的主导性
- 二、现代传媒“拟仿”文化的自主性
- 三、现代传媒建构文化交融的偏向性

第四章 媒介技术：赋权与平等的幻像

第一节 媒介技术：赋权与重新赋权

- 一、媒介技术：一种隐性的媒介权力
- 二、媒介技术的权力基础
- 三、赋权与重新赋权

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

第二节 媒介技术：工业化后的文化本体

- 一、媒介技术的文化本体论
- 二、媒介由“技术理性”走向“文化工业”
- 三、“技术工业”：为大众服务的幻像

第三节 现代传播技术环境下的媒介人性化解读

- 一、传播生态的博弈与媒介的人性化
- 二、现代传播环境下媒介人性化的反思
- 三、媒介人性化的不懈追求

第五章 媒介权力、利益对媒介形象的影响

第一节 媒介形象的建构标准

- 一、媒介形象的界定
- 二、媒介形象的结构
- 三、健康媒介形象建构的标准

第二节 媒介权力和利益对媒介形象的影响

- 一、媒介权力和利益对媒介形象的正面影响
- 二、媒介权力和利益对媒介形象的负面影响

第三节 权力和利益下的媒介形象建构

- 一、提高从业人员素质平衡媒介权力利益
- 二、遵循新闻规律塑造媒介产品形象
- 三、强化品牌经营意识塑造媒介经济形象
- 四、强化社会责任意识塑造媒介社会形象

下部

第六章 大众传播媒介地域歧视问题

第一节 导论

- 一、媒介歧视与媒介地域歧视
- 二、研究背景及意义

第二节 我国大众传播媒介中地域歧视的调查与分析

- 一、样本分析：我国三大媒体报道中存在的地域歧视的统计
- 二、媒介地域歧视的表现形式
- 三、媒介地域歧视带来的危害

第三节 媒介地域歧视形成的原因分析

- 一、历史原因导致媒介地域歧视的产生
- 二、地域自我形象构建意识和体制的滞后
- 三、经济因素是形成地域歧视的重要原因
- 四、媒介从业人员自身素质因素
- 五、有意识文化误读与集体无意识引发媒介地域歧视

第四节 我国大众传播媒介地域歧视问题的解决策略

- 一、完善地域传播形象机制
- 二、出台相关法律政策
- 三、加强教育工作，呼吁社会共同关心

第七章 大众传播媒介弱势群体歧视问题

第一节 镜与像

- 一、关于弱势群体的界定及分类
- 二、媒介歧视弱势群体具体分析

第二节 透视弱势群体被歧视之镜

- 一、弱势群体歧视镜像的理论透视
- 二、形成歧视镜像的现实要素分析

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

三、弱视群体镜像歧视的后果

第三节 关于农民工要薪事件的个案分析

- 一、透视“赤脚讨薪”的修辞策略
- 二、如何形成真实的农民工报道之像

第八章 大众传播媒介中的女性歧视问题

第一节 大众传播媒介中女性歧视的具体表现

- 一、弱化型
- 二、忽视型
- 三、复制性
- 四、偏差型

第二节 性别歧视在传媒中形成的原因分析

- 一、社会原因
- 二、文化原因
- 三、媒介素养问题
- 四、媒介自身运作的原因

第三节 如何改善女性媒介歧视的现状

- 一、加强社会对媒体的监督力度
- 二、媒介的自律
- 三、从文化根源入手

第九章 大众传媒对“三农”偏视问题

第一节 导论

第二节 忽视：常见大众传媒涉农信息份额分析

第三节 审视：涉农新闻的基本姿态分析

第四节 大众传媒的偏视对农村信息化的影响

第十章 西方主流媒体对我国形象的媒介歧视问题

第一节 导论

- 一、媒介歧视与国家形象研究现状
- 二、西方主流媒体对我国形象报道的历史与发展

第二节 西方主流媒体对我国形象报道的调查与分析

- 一、样本分析：西方主流媒体有关我国形象报道的统计
- 二、关英主流媒体有关我国形象的歧视性报道分析

第三节 西方主流媒体对我国形象的媒介歧视问题成因分析

- 一、意识形态的作用
- 二、集体无意识心理的影响
- 三、文化差异导致的文化误读
- 四、经济利益的驱动

五、主流媒体与国家思想库的互动

六、我国对外形象传播观念和体制的缺失

第四节 媒介歧视环境下我国形象对外传播的对策

- 一、完善政府对外传播国家形象的机制
- 二、媒体传播应适应国际受众的心理需求
- 三、在对外传播工作中注重发挥“人”的作用
- 四、实现我国优秀文化对外大传播

主要参考文献

后记

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

编辑推荐

《大众传播时代媒介歧视问题研究》内容包括：媒介权力：显现与霸权，媒介利益：效益与利润的冲突，媒介文化：与消费合谋的文化流行与偏倚，媒介技术：赋权与平等的幻像，媒介权力、利益对媒介形象的影响，大众传播媒介地域歧视问题，大众传播媒介弱势群体歧视问题等，共十章。

<<大众传播时代媒介歧视问题研究>>

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>