

<<美国传媒史>>

图书基本信息

书名：<<美国传媒史>>

13位ISBN编号：9787208080584

10位ISBN编号：7208080585

出版时间：2010-02

出版时间：上海人民出版社

作者：【美】大卫·斯隆

页数：719

译者：刘琛等

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>

<<美国传媒史>>

前言

文化和传媒是今天传播全球化的重要使者，一个是无形的文明积累，一个是有形的传播形态，把我们带入有文化内涵的历史情境中。

任何具有传播功能的大众媒介，在人类发展的历史轨迹中，无不成为文化的载体，既表现人与人的社会关系，也展现人与物的关系。

我们学习西方或是批判西方，离不开传媒的提示和诱导。

传媒是什么？

按照我们的理解，传媒意味着传播信息符号的手段，当然要同时具备社会性和技术性。

这包括已经拥有和溢出的以大量扩散为主要特征的当代媒介圈层（印刷媒体和电子媒体），诸如报刊、广播、电视、电影和广告等，更有不断更新的多媒体和互联网。

一张餐桌、一种教育制度、一个咖啡馆、一个教堂的讲坛、一个图书馆的阅览室、一个墨盒、一个打字机、一个集成电路、一个夜总会并不是为“扩散信息”。

就此而言，它们不是“媒介”，但是它们作为信息扩散的地点和赌注，或者情感的矢量和社会性的子宫进入传播的领域。

没有这些“渠道”，这样或那样的“意识形态”不可能成为一种社会存在。

在著名历史学家迈克尔·曼看来：“社会是由多重交叠和交错的社会空间的权力网络构成的。”

这些网络是实现人类目标的组织和制度手段，其中包含意识形态权力网络。

为什么人类需要意识形态权力？

这里至少有三个原因：第一，人们不能仅仅依赖直接感受来认识世界并产生能动性作用，需要传媒来提供关于意义的概念和范畴。

与其说传媒是世界的一面镜子，不如说传媒是世界的一个框架。

第二，社会的形成和组织需要规范和共识，而这个共识的载体是传媒，由此引发出垄断规范的权力之争。

<<美国传媒史>>

内容概要

没有一个国家的大众传媒事业像美国这样深刻影响着整个国家的命运，扮演着有力而复杂的角色。在美国著名新闻史家大卫·斯隆主编的《美国传媒史》一书中，你会走近新闻狂普利策等伟大人物，他(她)们为大众传播成为国家社会生活的重要组成部分发挥了巨大作用；你还会看到美国各个关键时期的总统和其他政要与大众传播复杂微妙的关系；此外，“黄色新闻”和“耙粪运动”对整个美国社会的影响，以及美国的战时新闻策略都为这本权威作平添异彩。

《美国传媒史》出版后广受欢迎，很快成为了解和研究美国传媒史的必读书，也成为美国各大学相关专业的经典教材，现在已经刊行到第六版。

<<美国传媒史>>

作者简介

大卫·斯隆（David Sloan），美国新闻学历史学会的创立者，在学会的学报《美国新闻学》担任主编长达五年。

为表彰他，美国新闻学历史学会设立了每年一度的“斯隆杰出专业研究论文奖”（Sloan Outstanding Faculty Research Paper）。

斯隆已经出版了二十余部著作，并在历史研究和新闻写作领域发表了八十余篇文章和学术论文，并且凭借传媒史研究数次获得研究表彰。

1998年，他荣获了美国新闻学历史学会的科伯奖（Kobre Award）终身成就奖；在著名的大众传播协会“卡帕·图·阿尔法协会”担任全国主席（1998—2000）。

在协会的第十九届年会上，斯隆成为卡帕·图·阿尔法协会选出的五位协会历史上最重要的人物之一。

刘琛，北京大学博士，北京外国语大学英语学院副教授，主要从事跨文化传播和英语国家媒体等方面的研究，著有《全球化背景下的跨文化传播——印度电视传媒变迁研究》等著作，并发表多篇学术论文。

<<美国传媒史>>

书籍目录

导言 为什么学习传媒史第一章 大众传媒的开端第二章 印刷业在美国的发端（1600--1690）第三章 殖民地时期的报纸（1690—1765）第四章 独立革命时期的报纸（1765--1783）第五章 政党报纸时期（1783--1833）第六章 出版自由（1600--1804）第七章 便士报时期（1833--1861）第八章 南北战争前的出版业（1820--1860）第九章 报业和南北战争（1861--1865）第十章 边疆报业（1800--1900）第十一章 报业和工业化时期的美国（1865--1883）第十二章 新新闻主义时代（1883--1900）第十三章 美国杂志（1740--1900）第十四章 广告的发展（1700--1900）第十五章 现代传媒的出现（1900--1945）第十六章 传媒与改革（1900--1917）第十七章 传媒与国家危机（1917--1945）第十八章 广播时代的来临（1900--1945）第十九章 娱乐传媒（1900年至今）第二十章 大众杂志时代（1900年至今）第二十一章 现代广告业（1900年至今）第二十二章 公共关系（1900年至今）第二十三章 变迁中的传媒（1945--1974）第二十四章 当代传媒（1974年至今）本书编著者译者后记

<<美国传媒史>>

章节摘录

第一章 大众传媒的开端 现代人醉心于无处不在的电子计算机、卫星技术、网络空间和信息高速路，认定它们将是引领未来的潮流。

不过对于大众传媒专业的学生而言，认真回顾一下媒体的发端是必不可少的，借此他们才有可能真正解这门与通讯报道、广告宣传、公共关系和广电业等联系在一起的学科。

发展史研究在展示根植于世界多民族性的技术和哲学体系多样化的同时，也凸显了作为传媒基础的印刷和文字的重要性。

因此了解大众传媒的起源不但有助于我们每个人更好地知道美国传媒的鼻祖和世系，而且有助于我们更好地认同人类这一大家庭。

文字究竟是经过漫长年代逐渐形成的还是横空出世的，历史学家对此一直看法不一。

本章像早期传媒史的研究一样，主要采取了进化论的观点。

而另有一些学者则摆出些风马牛不相及的证据，强调古人无一例外地重视促成传播的自然力量。

在他们看来，文字并非历经千百年发展而成，也并非主要用于吵吵嚷嚷的生意经，它可能是神赐的，一下子就出现在古代中东人、亚洲人和美洲人的脑海里…。

举个例子，传统的文字发展论常常忽视美洲印第安人的贡献。

K. H. 巴索(K. H. Basso)和内德·安德森(Ned Anderson)曾在1973年发表了对西阿帕切人(Apaches)用过的一种“可靠、朴实、原创和高效的”文字的研究。

阿帕切人的巫师塞拉斯·约翰(Silas John)称这套原生态的文字系统由“大神”在1904年托梦给他，专门用于记录流传在本部落的宗教祈祷仪式。

巴索和安德森强调，尽管塞拉斯。

约翰对拼音文字略知一二，他这套文字系统的书写形式及基本原理却与英语字母迥异。

和塞阔亚(Sequoyah)在1820年前后创制的切罗基(Cherokee)音节文字相仿，这是一种独一无二的文化创新形式，巴索和安德森凭此将其列为“20世纪北美印第安人重要的文明成桌”。

<<美国传媒史>>

编辑推荐

《美国传媒史》对美国各个时期的报纸、杂志、广播、电视、广告，以及后来的娱乐事业进行了详细描述和深入探讨，是美国传媒史研究中最权威、最全面、最透彻的著作。

《美国传媒史》每个章节的作者都是该领域的领军人物，材料丰富、理路明晰、持论中肯，堪称美国传媒业的百科全书。

<<美国传媒史>>

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>