

<<媒介批评通论>>

图书基本信息

书名：<<媒介批评通论>>

13位ISBN编号：9787300156644

10位ISBN编号：7300156649

出版时间：2001-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：刘建明

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>

<<媒介批评通论>>

内容概要

《21世纪新闻传播学系列教材:媒介批评通论(第2版)》主要围绕为什么要开展媒介批评、媒介经常出现哪些错误引发社会批评、媒介错失的根源是什么、如何进行媒介批评等问题,建构知识体系和理论框架,对相关概念和原理做出阐释。

我国的媒介批评同西方大不相同,西方偏重媒介制度与意识形态批判,而国内则盛行对媒介作品的评析。

建构我国自己的媒介批评理论,促进批评范围不断扩大,把媒介作品、媒介经营、媒介体制及其他相关问题都纳入批评对象,将有助于增强媒介软实力的建设。

第二版根据近年媒介批评的变化,围绕我国媒介批评遇到的新课题进行论述,进一步探索媒介批评的中国范式。

<<媒介批评通论>>

作者简介

刘建明，清华大学新闻与传播学院教授，博士生导师。

长期从事新闻学和舆论学研究，主要著作有：《宏观新闻学》（2001）、《科技新闻传播理论》（2001）、《科技新闻理论与写作》（1998）、《基础舆论学》（1988）、《当代舆论学》（1990）、《现代新闻理论》（1999）、《媒介批评通论》（2001）、《社会舆论原理》（2002）。

主编《宣传舆论学大词典》、《应用写作大百科》两部辞书。

在报刊上发表有关新闻学、舆论学、传播学、经济学、社会学、政治学和当代中国研究等论文530多篇，11种论著获优秀成果奖。

内容简介本书主要围绕为什么要开展媒介批评、媒介经常出现哪些错误引发社会批评、媒介错失的根源是什么、如何进行媒介批评等问题，建构知识体系和理论框架，对相关概念和原理做出阐释。

我国的媒介批评同西方大不相同，西方偏重媒介制度与意识形态批判，而国内则盛行对媒介作品的评析。

建构我国自己的媒介批评理论，促进批评范围不断扩大，把媒介作品、媒介经营、媒介体制及其他相关问题都纳入批评对象，将有助于增强媒介软实力的建设。

第二版根据近年媒介批评的变化，围绕我国媒介批评遇到的新课题进行论述，进一步探索媒介批评的中国范式。

<<媒介批评通论>>

书籍目录

第一章 媒介批评与媒介批评研究第一节 媒介批评的内涵和相关概念第二节 媒介批评研究与媒介批评理论第三节 媒介批评流派与批评对象第二章 批评视野中的媒介第一节 媒介功能意识的升华第二节 媒介性质与媒介力量第三节 媒介自由的理性第四节 媒介生存与媒介张力第三章 我国媒介批评的演变第一节 从经书批评到报刊批评第二节 民国前后的报刊思想对峙第三节 报刊专业批评的萌芽与发展第四节 我国当代的媒介批评第四章 西方媒介批评的产生与流派第一节 英国从暴力治媒到媒体投诉第二节 法国媒介批评的思潮第三节 美国从党报论战到新闻监察第四节 西方媒介批评的流派第五章 媒介批评者及价值取向第一节 媒介批评者及其类型第二节 媒介批评者的主体性与个性第三节 媒介批评者的意义追寻第四节 媒介批评者的动机第六章 媒介批评的类型与方式第一节 媒介的管理批评第二节 媒介的法治批评第三节 专业性媒介批评第四节 学术性媒介批评第五节 优秀媒介作品的评选第七章 媒介批评的规范与标准第一节 不同精神产品批评的特点第二节 媒介批评的规范及范式第三节 媒介批评的标准第八章 媒介批评的方法第一节 媒介批评的理论思维第二节 媒介批评的结构主义方法第三节 媒介批评的系统方法第四节 媒介批评的实证方法第五节 媒介批评的定量、定性方法第九章 媒介批评的文本阐释第一节 媒介文本及意义的构成第二节 对媒介文本意义的剖析第三节 批评文本的建构与阐释第十章 媒介批评的主要领域第一节 新闻报道及新闻批评第二节 影像传播及影视批评第三节 网络传播及网络批评第四节 出版批评及书评第五节 广告宣传与广告批评第十一章 传播政策与媒介批评伦理第一节 传播政策与媒介批评第二节 媒介批评的伦理准则第三节 媒介批评者的修养参考文献

<<媒介批评通论>>

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>