

<<传播与文化研究>>

图书基本信息

书名：<<传播与文化研究>>

13位ISBN编号：9787301132135

10位ISBN编号：7301132131

出版时间：2007-12

出版单位：北京大学出版社

作者：吴予敏

页数：543

字数：615000

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>

## <<传播与文化研究>>

### 内容概要

本书从传播史论与文化研究、媒体与社会研究、媒介环境学派研究、跨文化传播及亚太传播研究、广告与品牌传播研究五个大的方面，汇编了近两年国内传播文化研究领域的最新成果，既有理论前沿研究，也有实践调研成果，既有前辈新论，又有新锐创见。

## <<传播与文化研究>>

### 作者简介

吴予敏，教授，中国社会科学院研究生院文学博士，现任深圳大学传播学院院长，传媒与文化发展研究中心主任。

博士生导师。

主要研究领域为传播理论、美学理论、文化研究、中国传播思想史。

## &lt;&lt;传播与文化研究&gt;&gt;

## 书籍目录

一 传播史论与文化研究 传播学知识论三题 20世纪80年代以来中国传播史研究回顾 试论《庄子》的传播观念 从出土简牍看汉帝国中央的信息发布——兼评张涛先生的“府报”说 艺术自律性与大众文化时代的乌托邦 文化：作为传播的双向过程——威廉斯的文化传播观念评述 网络读写的主体重构 网络空间的三重内涵 时尚的面孔：时装影像中的性、性别与权力 海滨旅游空间的符号学与文化研究 信息时代的“数字媒介设计” 符号消费社会的包装设计语义学探析 深圳精神文明建设与文化发展史纲（1980 - 2006）二 媒体与社会研究 从博客传播看中国话语权的再分配——以新浪博客排行榜为个案 媒体·家园·和谐社会——报纸接受对深圳移民城市归属认知的影响 网络不良信息管理研究——第三者效果分析之运用 权衡需求理论与网络受众实证研究 规制与竞争——中国传媒产业政府规制改革的主题 报业跨地区经营六大难题解析——以《南方都市报》为例 关于国产大片和电影市场博弈的思考 超越“西学东渐”——中国受众研究的本土化模式三 媒介环境学派研究 异军突起的第三学派——媒介环境学派 媒介环境学派的理念辨析 邂逅伊尼斯 媒介环境学的思想谱系：从芝加哥学派到波斯曼 媒介环境理论的研究框架和范式属性四 跨文化传播及亚太传播研究 日本对华舆情变动的深层分析 日本受众社会心理构造成因的切片分析——兼论德弗勒“媒介效果研究”操作模式的缺陷 冲突中的面子和面子功夫——中国、德国、日本和美国的跨文化比较研究 纪录片中的“文化折扣”现象研究 香港免费报纸的经营策略 澳门居民的信息处理机制及传媒影响——2003年非典期间之调查报告五 广告与品牌传播研究 广告存在的理论假设 媒体集团化与广告业的困境 软文广告的形式、危害和治理——对《广告法》第13条的研究 中国公益广告的运作机制 品牌个性对消费者心理认知的影响研究 简论区域品牌创新体系及其政策策略 企业赞助的市场效益 本集作者简介编后记

## 章节摘录

四、走向传播理性 后现代主义理论从根本上宣布了包括真理、事实、主体等在内的一系列范畴的死亡。

后现代主义拒绝深度，淡化历史，认为一切文化产品都是“拟像”（Simulacra），是对从不存在的本源的复制。

[32]鲍德里亚（Jean Baudrillard）认为政治经济学的批判已经结束，应该转向象征符号的批判。

因为符号本身成为商品，一切的文化生产都融入总体的商品生产，商品被以符号的形式生产，符号被以商品的形式生产，表象与事实、虚构与真实、上层建筑与经济基础的界限彻底消失了。

[33]威廉斯的“复制”（Facsimile）概念提出了反模仿的可能性。

他认为对新兴文化的迅速的归并在早期现代主义时期已经十分明显，然而“突显的因素也许真的会被归并，但同样经常的情况是：被归并的形式只是真正突现的文化实践的模拟。

任何超越或反对主导形式的重要的新兴文化在这种情况下总是十分困难的；难在它自身与复制的或新的归并阶段的不断的混淆。

然而，在我们的时期，正如在其他的时期，新兴的文化实践的事实是无可否认的”。

[34]威廉斯提供了一个关于新兴文化形式的乌托邦概念，可以通过欺骗主导的文化接受一个自身的复制，使主导的文化满足，从而逃脱归并。

对威廉斯来说，超越后现代主义的希望在于想象，在于包括更多集体形式的民主的传播模式。

主体的死亡是一个纯粹消极的命题，如果不是以一个社会的主体或“交往社区”（communal of community）来代替个人化的主体。

麦克卢汉认为新的历史主体是大众媒介。

鲍德里亚认为大众只是媒介生产的商品，没有祛魅和解放的可能性，也就没有关于大众的政治。

费斯克认为大众文化基本上是意识形态化的，但流行文化包括着多种抵抗的因素，可以构建自己的价值和意义。

文化研究总的来说认为大众并没有完全处于资本主义体制的控制之下。

詹姆逊对后现代的评估有效地拓展了威廉斯的理论，认为大众文化作为新的主体，借助于一种微观政治学可以在晚期资本主义的限制中寻找指向乌托邦救赎的“真理的瞬间”。

对于巴赫金来说，意义和主体性既不是超验的绝对的产物也不是个人的产物，而是产生于“交往实践”（communicative praxis）——最简单的如交谈行为，是不可消解的社会关系。

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>