

<<选秀-庄严的嬉戏>>

图书基本信息

书名：<<选秀-庄严的嬉戏>>

13位ISBN编号：9787306030733

10位ISBN编号：7306030736

出版时间：2008-10

出版时间：中山大学出版社

作者：杜骏飞，袁光锋 著

页数：227

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>

<<选秀-庄严的嬉戏>>

前言

学术以历史进程和当下实践为生命之源，学者以关注社会人文和现实生活为崇高责任。在当今中国现代化和社会转型的关键时期，呼啸前进的列车带着人们阅尽新时代的辉煌景观，与此同时，筚路蓝缕的开拓也展现出前所未有的艰难，暴露了转型道路设计的不足和空白。这是一个社会急遽变革、世事不断更新的时代，这是一个思想遭遇启蒙、精神之花绽放的时代。哲学、人文学科、社会科学的研究者欣逢其时，理应对纷繁复杂的社会现象、社会思潮、舆论热点表达深层的关注，并以学者的胸怀和视野作出学术性的解读。

学术不能在象牙之塔中自足自美，它必须走向民众。自然科学需要普及，社会科学也需要普及。在心为物役、信仰缺失、精神贫乏、功利泛滥的时期，哲学、人文学科、社会科学的普及尤为重要。在这个领域里，以学者和专门研究者对象的纯学术著作汗牛充栋，而以广大民众为对象的思想性、学术性著作却十分稀缺。

<<选秀-庄严的嬉戏>>

内容概要

本书从社会的转型、大众文化成为主流文化、草根崛起等时代大背景出发，引出对近几年国内选秀热的思考。

本书论及选秀产生的社会文化背景、媒介条件以及大众的心理基础，还试图从政治意义的角度对选秀现象加以分析，从经济的角度分析了选秀活动带来的巨大的产业链。

最后，本书还作了一个补充性讨论，间或有一些专题的定性总结，行文着眼于工具性，以辞典的形式选取了选秀中出现的一些重要事件和概念，以及所衍生出来的名词，作了尽可能深入的解释。作为一场庄严的嬉戏，“选秀运动”或“选秀浪潮”，是中国媒体变革的重大事件，是中国公众娱乐的奇观，甚至还成为了中国人文化生活的一种特殊修辞，其中所蕴藏的学术讨论的价值，是不言而喻的。

本书作者以随笔、文化评论、访谈录的形式发表了对选秀活动的一些观点和看法，以及对“民主娱乐化”的忧思。

本书从文化的角度对选秀活动进行解读，作者的希望则是，对选秀的解读，会越来越被证明的确超越了一场庄严的嬉戏。

<<选秀-庄严的嬉戏>>

作者简介

杜骏飞，南京大学新闻传播学院教授，南京大学人文社会科学高级研究院兼职研究员；

<<选秀-庄严的嬉戏>>

书籍目录

总序前言第一章 导论：选秀时代的来临 时空错乱的“舞台” 大众文化的兴起与扩张 选秀活动的昨与今 选秀化中国成了社会文化事件 草根文化的觉醒和起步第二章 选秀运动总体分析 选秀产生的社会文化大背景 20世纪90年代的文化征候 多元的狂欢，抑或意义的真空？

选秀运作的媒介条件 传统媒体属性的转变 新媒介的推动力 媒体人的话语突围 选秀活动的人众心理基础 选手——成名的想象与自我实现 粉丝——寻求认同与归属 大众——消费“另类”的快感

第三章 选秀节目的类型 唱歌秀：超级女声 超女秀活动流程 超女启示录 影视秀：红楼梦巾人 海选“梦中人”的过程 批评者的主要观点 “傍”名著，创产业 表演秀：超级新秀 表演秀活动流程 选秀+造星的品牌效益第四章 政治秀：另类的民主 民主的狂欢 三种代表性观点 五个关键词 民主的演习 程序上象征民主 粉丝社群——文化叛逆的运动 民主的背离 “父爱主义”传统与公民文化的短缺 昂贵的入场券 规则上的背离民主的娱乐化 中国式民主的嘲讽 人人有得玩 大众玩得起的“文化”第五章 经济秀：商界的盛宴 选秀幕后的推手 大众的“消费者”面孔 遭遇质疑的商业秀 豪门盛宴中的获利各方 主办方——圈钱运动的“主谋” 冠名赞助商——品牌效益的追逐者 其他相关产业链 粉丝经济：难以估价的“潜利” 粉丝网——虚拟世界的现实经济利益 粉丝公社——崭新的明星经济模式 职业粉丝——被异化的粉丝文化 堕落的粉丝经济第六章 文化秀：草根的崛起 草根文化与精神 释义“草根” 选秀触发草根文化 “阿多诺”还是“费斯克”？

外来理论的水土不服 多重权力同构的文化格局 选秀：传媒主导下的草根狂欢 中外学者对狂欢的解读 选秀的狂欢性质 选秀的非狂欢因素 作为符号的“李宇春” 李宇春——“个性”的代名词 李宇春的性别文化意义 李宇春与中国民主实践的象征意义 想唱就唱：浮出水面的自我 “自我”的谱系学 想唱就唱？

可疑的自我 娜拉的出走 粉丝——出走的娜拉 出走以后的困境 当代的“中国娜拉”还回归吗？

第七章 选秀还能走多远 选秀尚能生存否 为选秀卜卦 各种观点的争论 继续存在但会越来越难 政治生存环境 六道紧箍咒 政治与经济夹缝中的暧昧 文化生存环境 缺乏思想根基的中国大众文化 意识形态主导的文化格局 选秀节目的自身因素 节目模式缺乏创新 商业因素对节目质量的侵蚀 公平公正公开的缺失 选手的未来走向 大众审美疲劳与粉丝情感透支 审美疲劳——兴奋减弱 感情透支——厌弃开始第八章 选秀小辞典 PK 海选 粉丝 湖南卫视 李宇春 男色 红衣教主 短信门 直信门 刷票 红头文件事件 媒体顾问团 毒舌评委 大众评委 舞美师事件 职业粉丝 粉丝公益联盟 粉丝日与粉丝节附录后记

<<选秀-庄严的嬉戏>>

章节摘录

作为具有商业性质的电视媒体，电视台主办选秀节目来获得经济利益，本来也无可厚非。从上面的各种代表性观点中，我们可以看出，对这一点，绝大多数研究者都能认同。但现在的问题是，当前中国许多选秀节目已经纯粹是为了商业利益而举办，甚而逾越了社会道德的底线，为了最大限度地获得商业利润，主办方简直可以称得上是“无所不用其极”：他们可以随意地更改赛制，置公平于不顾；他们可以与电信公司勾结，把普通的0.1元/条的短信提价十倍；他们可以任意拉长赛程，为的是让观众、粉丝多投几次票。

在商业利益面前，绯闻可以炒作，噱头可以卖弄，名誉可以出售，总之一切都奔着“钱”来。

因此，笔者称选秀为“商界的盛宴”：用来形容选秀这道饕餮大餐。

但可惜的是，面对这道盛大的经济宴席，普通老百姓是没有机会享用的，有资格坐到餐桌上的都是些权势群体：主办方、电视台、广告商、冠名商、电信运营商……还有一些相关产业也可以分得一杯羹。

主办方、节目品牌运营商、广告商、电信运营商显然是获利最丰厚的群体，此外，广告代理商、短信增值服务商也盈利颇丰。

还有一些下游群体也抓住了商机，得到了一些甜头，比如职业粉丝、娱乐网站等。

<<选秀-庄严的嬉戏>>

编辑推荐

《选秀：庄严的嬉戏》作者以随笔、文化评论、访谈录的形式发表了对选秀活动的一些观点和看法，以及对“民主娱乐化”的忧思。

《选秀：庄严的嬉戏》从文化的角度对选秀活动进行解读，作者的希望则是，对选秀的解读，会越来越被证明的确超越了一场庄严的嬉戏。

作为一场庄严的嬉戏，“选秀运动”或“选秀浪潮”，是中国媒体变革的重大事件，是中国公众娱乐的奇观，甚至还成为了中国人文化生活的一种特殊修辞，其中所蕴藏的学术讨论的价值，是不言而喻的。

<<选秀-庄严的嬉戏>>

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>