

<<媒介批评>>

图书基本信息

书名：<<媒介批评>>

13位ISBN编号：9787308041201

10位ISBN编号：7308041204

出版时间：2005-5

出版时间：浙江大学出版社

作者：李岩

页数：270

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>>

内容概要

媒介评价是一种学术立场，也是学者的一份社会责任和一种良知。

媒介批评所关注的领域与传统媒介研究的主要区别可以从研究立场、范畴、命题、方式四个方面论述。

第一部分涉及到当代评论理论的主要方面：符号学、意识形态分析、叙事理论、女性主义研究和大众文化研究等。

第二部分主要是探讨媒介批评的实践活动。

侧重对被批评的对象的研究。

它勾勒出批评对象和这些对象所在位置以及其他相关事宜共同生存的面貌。

它由三个章节构成：媒介批评对象研究与批评活动、媒介批评工具与操作、传媒教育与实践。

<<媒介批评>>

作者简介

李岩，浙江大学新闻与传播学系教授。

现任浙江大学新闻与传播学系副主任、浙江大学传播研究所所长、浙江省传播学会副会长、浙江省广播电视学会常务理事。

从1985年开始从事新闻与传播教学与科研工作。

主要研究方向：媒介批评、传播与文化、广播电视学等。

曾主持国家社会科学研究项目——媒介批评学、国家教委面向21世纪教学改革与课程建设项目——广播电视新闻学，主持浙江省高校重点教材建设项目广播学等。

曾获省级社会科学奖二等奖，优秀奖，省教委社科学研究二等奖、三等奖等。

出版主要著作有《广播电视新闻学》《广播学导论》，参加编写《当代广播电视艺术理论》等；先后发表论文40多篇。

2000年作香港浸会大学高级访问学者。

<<媒介批评>>

书籍目录

批评理论的选择和批评的责任第1部分 批评理论与媒介批评 第1章 符号学分析与媒介批评 一、索绪尔语言学基本概念 1.语言/言语 2.能指/所指 3.组合/联想 二、结构主义符号学 1.皮尔斯关于符号的分类 2.罗兰·巴尔特的符号学概念 3.雅克布逊的符号学视点 三、符号学理论在媒介批评中的实践 1.真实性与神话性 2.媒介的隐喻与转喻模式 第2章 意识形态分析与媒介批评 一、意识形态注意的意识形态批评 1.马克思主义的意识形态批评 二、西方马克思主义的主要理论 1.葛兰西的“文化霸权”理论 2.阿尔图塞与“主体性” 三、意识形态分析理论视野中的大众传播媒介 1.大众传播媒介作为市民社会力量的真相 2.大众传播媒介与政治的关系 3.大众传播媒介的话语霸权与商业盈利 四、意识形态理论在影视作品分析中提供的知识 1.阿尔图塞“主体性”概念对观看身份的分析 2.影视作品中意识形态的同质性与差异性 第3章 叙事理论与媒介批评 一、有关叙事的叙述 1.叙事的日常存在 2.叙事的模式化 二、叙事理论的主要概念 1.关于故事——叙事 2.讲述故事 3.故事的时间 三、叙事学的新原则和媒介主体性叙事 1.媒介——个人身份的叙事局限 2.对叙事结构的重新叙述 第4章 结构主义、读者反映理论与媒介批评 一、解构主义对罗各斯中心主义的思考 1.关于本源 2.补充对本源的替代 二、读者反映理论 1.阅读召唤意义苏醒 2.阅读是“深化的实践” 三、在媒介解读实践中的读者反映理论 1.“填补式”的阅读 2.“解释团体”的解读 第五章 女性主义理论与媒介批评 一、女性主义批评理论的沿革 二、在哲学和政治层面的女性主义 1.作为本质主义或者反本质主义的女性主义 2.进入政治活动的女性主义 三、对媒介实践的女性主义解读 1.坚持平等,反对对女性的压迫和轻视 2.关注现存体制对女性形象地塑造 3.反对父权制度,揭示性别差异中的歧视 4.后结构主义的女性主义立场 5.对《不要和陌生人说话》等作品的女性主义分析 第六章 大众文化批评理论与实践 一、梅杰、大众、文化 1.媒介 2.大众 3.文化 二、对大众文化的否定式批判 1.文化工业与大众文化 2.大众文化的模仿性与同一性 3.大众文化标准化与去个性比 三、大众文化的“快感”理论 1.文化经济与文化符号化过程 2.意义/快感 3.“生产性文本”的符号化过程 四、汉城世界杯足球赛的文化解读实践 1.在个性话语的宣泄中获取快感 2.反抗和颠覆式的快感 3.大众狂欢与民族情绪的结合 第2部分 媒介批评的实践范畴 第7章 媒介批评对象研究与批评活动 第8章 媒介批评工具与操作 第9章 媒介批评与传媒教育主要参考文献后记附录

<<媒介批评>>

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>