

<<媒介素养引论>>

图书基本信息

书名：<<媒介素养引论>>

13位ISBN编号：9787308056847

10位ISBN编号：7308056848

出版时间：2008-3

出版时间：浙江大学出版社

作者：单晓红

页数：276

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>

## &lt;&lt;媒介素养引论&gt;&gt;

## 内容概要

今天的我们，被各种媒介包围着，特别是以电视和网络为代表的电子媒介，更是对我们的生活产生了重大的影响。

电子媒介的普及，宣告了以单一的印刷文化为中心的社会文化格局的彻底改变，宣告着我们身处一个“读图时代”和“影像时代”，而且身处一个全方位传播、多媒体介质、流动迅速、信息增殖迅猛的时代。

如今的社会状况，已经与上世纪初的媒介环境不可同日而语，然而，诞生于上世纪三十年代的媒介素养概念，却对今日身处复杂多元的媒介环境中的现代人，具有很多现实的意义。

英国学者富兰克·雷蒙德·李维斯和丹尼斯·托马森于1933年发表了《文化和环境：批判意识的培养》中，首次提出了“媒介素养”这个概念，目的是在面对以电影为首的大众传媒所带来的流行文化的时候，唤醒人们的批判意识，呼吁维护传统价值观念和精英文化。

时隔八十多年，如何认识与看待精英文化和大众文化，学界已经有了更为清醒的认识和客观的判断。媒介素养的概念也经历了一个变化进步的过程——由最初的精英主义立场所提出的单纯的抵抗防疫阶段，到六十年代以后开始的文化多元化认识与实践；从重视独立批判能力的培养，到认识到媒介素养更应该是一种赋予民众传播能力与权力的阶段，提倡加强全民对媒介的使用能力与表达能力的培养。人们对媒介素养的认识走上了一条日趋完善、更加全面的道路。

媒介素养概念是在九十年代以后才逐渐被国内的学界接受的，这样的原因在于一方面中国的传播学理论一直延续美国传统，热衷于研究传播的效果等具有实用功能的环节，对欧洲的批判学派的研究一直未能形成气候，这一状况在九十年代以后才有所改变。

另一方面在于我们的国情中，媒介一直属于党和政府的耳目喉舌，舶来品的媒介素养及其批判性的概念实质，似乎多有适应不良的“先天疾病”。

由于这样的双重背景，媒介素养长期未能在传播学研究的主流领域获得应有的关注。

## &lt;&lt;媒介素养引论&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 媒介合影：七个成员的讲述

- 一、报纸——当之无愧的“老大”
  - (一) 报纸的简史
  - (二) 报纸的种类
  - (三) 报纸的版面构成元素
  - (四) 报纸的“轶事”
  - (五) 报纸统治世界
- 二、杂志——知心可亲的“大哥”
  - (一) 杂志的简史
  - (二) 杂志的种类
  - (三) 杂志的“轶事”
  - (四) 杂志的影响力
- 三、广播——能言善辩的“大姐”
  - (一) 广播的简史
  - (二) 广播电台和广播节目的类型
  - (三) 广播的传播手段
  - (四) 广播的“轶事”
  - (五) 广播的特质
- 四、电视——贴心善变的“新宠儿”
  - (一) 电视的简史
  - (二) 电视和电视节目的类型
  - (三) 电视的传播手段
  - (四) 电视的“轶事”
  - (五) 电视的影响力
- 五、电影——风情万种的“女子”
  - (一) 电影的简史
  - (二) 电影的技术发展
  - (三) 电影的基本表达手段
  - (四) 电影的“轶事”
  - (五) 电影的影响力
- 六、互联网——年少轻狂的“内弟”
  - (一) 互联网的简史
  - (二) 计算机媒介的基本功能和网站基本形式
  - (三) 互联网的工作原理及提供的服务
  - (四) 互联网的“轶事”
  - (五) 互联网的影响力
- 七、手机——人见人爱的“小妹”
  - (一) 手机的简史
  - (二) 手机类型和手机媒体的基本形式
  - (三) 手机是具有潜质的个性化媒体
  - (四) 手机发展“轶事”
  - (五) 手机的影响力

第二章 媒介生产：大千世界的新闻书写

- 一、真相与假象的博弈
  - (一) 新闻：对真相急切而绝望的探索
  - (二) 假新闻：潘多拉的魔盒
- 二、新闻生产的流水线
  - (一) 巧妇难为无米之炊——新闻采访
  - (二) 铁肩担道义，辣手著文章——新闻写作
  - (三) 苛刻的把关，完美的加工——新闻编辑
  - (四) 从资讯供应商到观点供应商——新闻评论
  - (五) 传播造就影响力——新闻发布
- 三、新闻策划赢天下一
  - (一) 什么是新闻策划
  - (二) 媒介定位策划
  - (三) 新闻报道策划的类型
  - (四) 新闻报道策划的流程
  - (五) 编辑策划

第三章 媒介解析：传媒影响力的来源

第四章 媒介反思：几个隐痛的揭露

第五章 媒介呈现：不同角色的透视

第六章 媒介能力：日常行为的选择

## 章节摘录

第一章 媒介合影：七个成员的讲述。 一、报纸——当之无愧的“老大” （一）报纸的简史

到了15、16世纪，由于日渐兴盛的东西方贸易的需要，欧洲开始流行手抄小报。这些小报主要刊载一些船期、货物等经济信息。由于战争、政局变化或者天气变化都会成为影响经济贸易的重要信息，因此，这些信息后来也成为手抄小报的重要内容。

到了17世纪，欧洲开始出现了定期出版的报纸，在德国、瑞士、奥地利、丹麦、意大利、瑞典和波兰等国家都出现了近代报纸。

其中，有几份报纸的出现具有里程碑的意义。

1609年，在德国出现了《报道或新闻报》，成为近代新闻事业产生的时间标志。

1663年，德国《莱比锡新闻》周刊改为日刊，成为世界上第一份日报。

1665年，英国的《牛津公报》问世，成为世界上第一份使用单页两面印刷的报纸。

1702年，英国出版《每日新闻》，这是一张四开的小报，开始具备了近代报纸的形式。

1833年，一个叫本杰明·戴的人在纽约创办了《纽约太阳报》，这是世界上第一份成功的大众化报纸。

而在中国，据说有世界上最早的报纸——“邸报”。

据史家考证，我国唐代出现了专门用以传播新闻的媒介，也就是我们今天所说的中国古代报纸。唐代时，出现了“开元杂报”，它们是唐代开元年间一些朝廷消息的汇集，主要是运用手抄的方式进行传播，其传播的范围也是比较小的，主要是在一些达官贵人和有地位的人群中传播。

.....

编辑推荐

1993年，在英国学者富兰克·雷蒙德·李维斯和丹尼斯·托马森发表的《文化和环境：批判意识的培养》中，首次提出了“媒介素养”这个概念，目的是在面对以电影为首的大众传媒所带来的流行文化的时候，唤醒人们的批判意识，呼吁维护传统价值观念和精英文化。

媒介素养并非解决所有社会问题灵丹妙药，但是媒介素养的低下却肯定是产生这些现象的原因之一，因而，在我们的媒介体制中，在当下的媒介环境中，重申媒介素养的重要性，建构一个既在学理上能站得住脚，又在实践中具有可操作性的框架，既为充实理论做出一点努力，又能在的媒介素养普及与提高中做一些事，就成了我们的初衷和努力方向。毕竟，普及与教育，从来都是媒介素养的题中之义。

<<媒介素养引论>>

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>