

<<观念体制话语>>

图书基本信息

书名：<<观念体制话语>>

13位ISBN编号：9787506828284

10位ISBN编号：7506828286

出版时间：2012-10

出版时间：中国书籍出版社

作者：朱天 著

页数：344

字数：286000

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>

<<观念体制话语>>

内容概要

朱天编著的《观念体制话语--1990年代中国电视新闻改革研究的三个视域》是一部针对1990年代中国电视新闻改革进行专门研究的专业著作。

该书用电视史论研究的方法，以中央电视台的电视新闻改革为主体线索，对1990年代中国电视新闻改革成果形成深刻影响的三个关键领域——观念、体制、话语系统内的各种关系进行了发现、清理、反思，其目的在于建立起当下视野中1990年代中国电视新闻改革的坐标系，并以此为参照，审视当下持续深化中的电视新闻改革的认识方向，从而在一定程度上回应新的改革思路的构建与实践路径的选择，上述脉络也构成了该书的电视新闻史论研究及现实发展参照价值。

<<观念体制话语>>

作者简介

朱天，重庆人，四川大学传媒研究中心主任，中国广播电视协会西部学术研究基地秘书长，中国传媒经济与管理学会常务理事，编审、教授、文学博士。

1984年毕业于四川大学历史系并留校工作至今，先后在四川大学获得历史学学士、新闻学硕士及文学博士学位，主要研究方向为电视新闻理论及实务、媒介经营管理。

合作及参与撰写专著、教材8部，已在包括《新闻与传播研究》等各级别专业刊物上发表研究论文50余篇。

<<观念体制话语>>

书籍目录

绪论：1990年代中国电视新闻改革的价值与意义

- 一、缘起：当前电视新闻改革道路的实践选择以及理论建构问题
- 二、价值：1990年代电视新闻改革对于当下实践的坐标性意义
- 三、研究现状及发展趋向：向着多元价值视野和多重理论方向开放的“学术话语场”
- 四、本议题的研究思路与方法设计

第一章 多重要求：1990年代的历史命名与新闻改革使命

第一节 冲突、协商、发展中的1990年代中国社会转型图景

- 一、新经济秩序的诞生与“百舸争流”的社会大发展
- 二、社会结构的“断裂式”变迁与多种社会问题的出现
- 三、“协商对话”与多元化发展的社会空间

第二节 1990年代的文化转型与多元文化语境的兴起

- 一、文化生活中政治性的“渐次退场”与世俗性的“悄然登场”
- 二、文化消费市场特征的确立与多元文化形态的形成

第三节 1990年代中国新闻改革的重要历史使命

- 一、政治使命的要求与新闻改革的自觉
- 二、新的社会文化体系构建与新闻改革的定位
- 三、多重动力下的大众传媒发展与新闻传播改革

第二章 多元融合：1990年代电视新闻观念的发展与变革

第一节 传媒政治功能的变革与电视新闻观念的变迁

- 一、传媒政治功能的变化与电视新闻功能多样化观念形成
- 二、舆论导向思想的产生与电视新闻舆论监督观念的实践

第二节 多元社会思潮的涌现及对电视新闻传播观念变迁的影响

- 一、1990年代主要社会思潮及对电视新闻观念的影响
- 二、人文主义与电视新闻传播的“平民化”观念

第三节 现代传播观念影响下的电视新闻观念变迁

- 一、现代新闻传播理念对电视新闻观念改革的影响
- 二、媒介本体性观念的演进及电视新闻观念的变革

第三章 边缘突破：1990年代的电视体制改革

第一节 中国电视体制改革的动因探析

- 一、世界电视传媒体制的变化及影响
- 二、中国电视体制的发展历程及基本特征
- 三、1990年代中国电视体制改革的推动力

第二节 1990年代中国电视体制改革的进程及特征

- 一、1990年代以前的电视体制改革与积淀
- 二、1990年代中国电视体制改革的主要进程与成果体现
- 三、改革开放20年电视体制改革的主要特征探析

第四章 “语态革命”：1990年代电视新闻话语变迁

第一节 1990年代的电视新闻语体变革

- 一、“新闻纪录电影”语体：1990年代前的电视语体面貌
- 二、“纪实语体”与《东方时空》开启的常态化新闻纪实实践
- 三、从“新华体”到“中新体”：1990年代电视新闻语体变革的实质

第二节 1990年代电视新闻文体变革

- 一、构建“舆论中心”：从改变电视新闻文体开始
- 二、面向世界：对西方新闻节目形态的拿来与改造
- 三、两种向度的“互文”：电视新闻文体变革的特征

<<观念体制话语>>

第三节 1990年代电视新闻叙事模式变革

- 一、总体性叙事范式：1980年代的《新闻联播》叙事构成
- 二、“总体性”的分化与缝合：1990年代的《焦点访谈》话语构成规则
- 三、从“联播”到“焦点”——总体性叙事范式的自我改造

结语：1990年代中国电视新闻改革的价值追问与当下意义

- 一、电视新闻改革是对社会发展需求的积极回应
- 二、电视新闻观念的更新奠定了电视新闻不断发展的基础
- 三、时代发展特征下的体制改革局限与体制改革的持续推进
- 四、多重语义杂糅下的1990年代电视新闻话语改革
- 五、1990年代电视新闻改革的轨迹追寻与电视新闻改革持续

后记

参考文献

<<观念体制话语>>

章节摘录

版权页：以及由此所形成的消费主义文化的影响，若其在资本主义社会一样，同样也改变着我们原有的社会文化秩序和文化构成成分，成为新的社会文化产生的催化剂。

正如有文化学者所描述的那样：“消费在当代中国社会文化中已成为一种看待世界的霸权方式，成为一种社会用来控制文化、政治、个人的社会认同，一种发展经济的形式，它不仅是一种文化霸权，更是一种渗透社会、政治、经济等各个领域的具有某种共识性的主导力量。

”消费主义文化与大众文化样态的彼此裹挟，以及在市场合法化“命名”后，在彼此呼唤与“正名”的过程中，形成了一股极为强大的力量，甚至直接推进了1990年代中国文化价值的转型。

“大众文化的市场化，适应了这个时代的消费要求，也使20世纪以来主流文化‘一体化’文化生产的格局发生了根本性的转型。

”就积极意义而言，这种以消费为特征的市场力量，在消费与享受的过程中拆散了一体化文化体制下赋予文化、艺术强烈的意识形态价值指向，而转而赋予了这些形式更多的本体性含义，进而使文化与艺术呈现出更为丰富与多样的价值与意义，使得文化具有了多样性的本体特征的复苏与发展，也为多元文化的出现创造了空间条件。

消费文化在中国转型社会中的作用，“不仅表现在作为文化工业的大众文化形态本身，有着相当大的经济规模，也不仅表现在它以广告为中介，造就新的话语平台，拓展了广告的影像空间，更表现于这些大众文化以其超过精英文化的社会影响力，透过大众传播媒体，将其内容传输给居住在不同地区、不同职业的各阶层民众而促使其具有共同的经验和价值观，使得消费文化从本土生长，变强力的传统意识形态为新的消费话语，从而预示着一个新的时代与社会形态的来临。

”由此，在中国社会市场化转型加快的整体背景下，各种文化形态也迅速向市场主导的趋向发展。

民众通过市场机制，用消费选择进行的“投票”，来表达对某种文化形态的喜好，既揭示了文化领域中消费者主权的价值和意义，也昭示了文化存在与发展的大众文化方向。

更是构成了1990年代中国社会文化多元化趋向的前提。

1990年代多元文化观念，作为一种文化理想与文化现实在中国的凸显，有着其双重的合理性。

外在的是东欧剧变造成冷战的结束，政治及经济的全球化趋势成为世界新的发展主题。

多元化不仅成为新的国际秩序建构的思维与策略，更是众多发展中国家力求保持自身民族及国家特性，参与国际化秩序重建的理念武器，中国自当不例外。

内在的是自改革开放以来，尤其是邓小平“南巡”讲话以后，以经济建设为中心不仅成为一种新的意识形态指引，更成为全民、全社会统一的实践形态。

文化的功能亦在摆脱了简单政治宣传工具化的工程中，显现出其本来面目，呈现出政治、精英、大众诉求交织其间的多元景象。

<<观念体制话语>>

编辑推荐

《观念、体制、话语:1990年代中国电视新闻改革研究的三个视域》是一部针对1990年代中国电视新闻改革进行专门研究的专业著作。

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>