

<<文明传播的哲学视野>>

图书基本信息

书名：<<文明传播的哲学视野>>

13位ISBN编号：9787516112038

10位ISBN编号：7516112038

出版时间：2012-11

出版时间：中国社会科学出版社

作者：杨瑞明 等主编

页数：513

字数：570000

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>

## <<文明传播的哲学视野>>

### 内容概要

杨瑞明编著的《文明传播的哲学视野》系中国社会科学院重点课题“文明传播学的跨学科研究与学科创建”主要学术成果的汇总。

文明传播课题组以文明进程为大视野和思考框架，在我国学界率先展开大跨度的多学科和跨学科文明传播研究，运用历史哲学和传播哲学的方法，深入中华文明和西方文明的发展问题和论域，拓展了传播学研究领域与方法论，梳理了传播哲学的实践方法论，反映了研究者力图建构我国社会转型时期具有哲学宏大论域特点的、跨学科的、综合性的文明传播思想体系的美好愿望。

《文明传播的哲学视野》突出文明传播的历史实践内容和现实意义，提高了传播学对实践问题的关注与引导能力，拓展文明研究和文化思考的传播学方法论领域。

在和谐传播与发展的理念中发扬、传承与光大中华文明。

对于我国思想与学术界展开跨学科的社会科学研究，具有重要的启迪意义。

## <<文明传播的哲学视野>>

### 书籍目录

#### 前言

#### 第一篇 关于文明传播的基本认识

##### 导言

##### 第一章 问题的提出：文明传播的宏大语境

###### 第一节 “财富”语境与“文明”语境

###### 第二节 中华文明与世界文明

###### 第三节 文明“寻梦”的传播效应

###### 第四节 文明传播语境的必然性

##### 第二章 问题的归纳：文明传播与和谐传播

###### 第一节 传播手段构成文明要素

###### 第二节 文明的传播对应关系

###### 第三节 文明是和谐传播的成果

##### 第三章 问题的演进：对话在文明传播与文化和谐之中

###### 第一节 文明范畴的反思性与文明的传播悖论现象

###### 第二节 联合国以对话为核心方法论的文明传播观念

###### 第三节 对话：文明传播与和谐

###### 第四节 对话传播与社会和谐的方法论及其意义

##### 第四章 问题的深化：文明传播思想与方法的形成

###### 第一节 文明传播思想和方法的形成

###### 第二节 文明传播思想与方法的综合

###### 第三节 文明传播学：一个思想学派的可能性

###### 第四节 文明传播必须关注中国发展的实践真问题

##### 第五章 问题的具体：文明传播与社会和谐的现实话题

###### 第一节 文明传播的实践方法论

###### 第二节 在文明传播中的倡导与畅言

###### 第三节 在文明传播中我们需要文化警惕意识

###### 第四节 文明传播的文明问题

#### 第二篇 传播学的反思与中国学派的传播哲学

##### 第六章 问题的回顾：2005—2006年的传播学主题

###### 第一节 西方传播学的重点问题

###### 第二节 2005年中国传播学界关注的主要问题

###### 第三节 2006年中国传播研究关注的主要议题

##### 第七章 问题的困惑：全国传播学研讨会简析

###### 第一节 问题的提出

###### 第二节 历届全国传播学研讨会的背景与内容

###### 第三节 对立：我国传播研究所面临的困境

###### 第四节 小结：中国传播学研究的不足

##### 第八章 问题的总结：成就与危机的矛盾并存

###### 第一节 中国传播学发展的三个时期

###### 第二节 传播学学科的基本成就

###### 第三节 中国传播学的深层危机

###### 第四节 初步界定：方向与任务

##### 第九章 问题的反思：西方传播学的众多局限

###### 第一节 经验主义传播学的总体局限

###### 第二节 经验主义研究方法框架的局限

## <<文明传播的哲学视野>>

第三节 批判主义范式的危机与困境

第四节 技术主义范式及其困境

第五节 后经验主义和人本主义的局限

第六节 西方传播学危机的总体表现

第三篇 中华文明传播的原理探索

第四篇 中华商业文明及其传播机制的历史反思

第五篇 文明的转型与发展传播理论的反思

第六篇 文明跃迁进程中的组织变革与战略理性

主要参考文献

后记

## &lt;&lt;文明传播的哲学视野&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：五 媒介与性别研究 / 女性主义传媒批评 媒介与性别研究与女性主义传媒批评旨在建立一个以女性的视角，以性别权力结构为切入点，来探索人类社会中性别的现实与意义的问题研究。

“性别”不是指生理上的性别，而是一个与人类生活与体验相关的，且无处不在的研究范畴。

媒介与性别研究以大众媒介作为分析对象，因为大众媒介最具建构性别意义的功能。

研究者通过观察大众媒介如何通过图像、声音、文字等多种表征系统表现女性这个群体在社会上的形象与意义，揭示性别歧视等问题。

妇女问题主要涉及平等权利的问题。

20世纪90年代初，我国出现媒介与性别研究 / 妇女问题研究。

2006年，有研究者对该领域10年的研究进行了重要的回顾与分析。

该研究发现，在这10年中有关媒介与性别研究的主要内容有4个部分：媒介内容的性别分析；传播业中的女性；对民间妇女组织和妇联组织或干部等行动者的研究；受众 / 效果研究。

其中有关媒介内容的性别分析与刻板印象是最主要的研究议题。

也有观点认为，该领域的研究可概括为三个部分：其研究议题一般包括传播内容研究、传播者研究和受众研究。

但总的看法是，女性主义构成了当前我国传播研究中的一个范式。

目前，随着互联网等传播技术的普及，媒介新技术与性别的议题也将受到研究者的重视。

六 我国农村传播的兴起与应用性研究的问题 农村传播研究兴起于第二次世界大战后的美国。

这一研究领域与创新扩散与发展传播研究的视野关系密切。

2006年，我国在该领域的研究者立足于认识我国农村传播的现状、意义与问题。

研究中有代表性的观点是，农村传播的核心概念是信息。

信息的平衡与获取意味着社会的公平与公正的原则。

目前，农村传播研究的主要内容包括农村社会的传播类型、传播模式、传播效果、传播文化、传播者、受传者以及在农村社会中所发生的信息交流的传播活动等。

乡村传播研究的主要意义在于，农村信息传播系统的研究对中国社会现代性的构建具有重要意义。

2005年，国家提出了建设社会主义新农村的目标和任务。

在这样的背景下，农村中的信息传播问题成为研究者关注的一个重点。

研究发现，农村中的信息传播问题已经成为制约中国发展与实现现代化进程中的突出问题。

传播技术的不均衡使用与影响在城市与农村社会的发展中呈现出明显的差异。

农村获得信息的渠道，农村传播技术的使用与农村特定社会结构的关系等问题引起传播研究者的注意

。

<<文明传播的哲学视野>>

编辑推荐

<<文明传播的哲学视野>>

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>