第一图书网, tushu007.com

<<大众文化与媒介传播>>

图书基本信息

书名：<<大众文化与媒介传播>>

13位ISBN编号：9787807306924

10位ISBN编号：7807306920

出版时间：2008-9

出版时间：学林出版社

作者：叶虎

页数：409

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

内容概要

大众文化与媒介传播研究的上述特点无疑给研究者提出了诸多需要直面的难点，但又为其开辟了一个弹性的自由空间。
本书在写作过程中就吸收了与研究相关的社会学、传播学、心理学、文学、哲学等学科领域的信息，力图使整个研究显得饱满厚重，既有理论的思辨力，也有对现实问题的穿透力。
　本书面临的另一个重大问题是：面对西方的学术话语，如何针对中国当下的现实进行理论思考和现实言说?提出这一问题的一个重要背景是自20世纪90年代以来，中国文化失语的呼声在学界激起强烈反响，至今仍不绝如缕。
我们认为，文化失语问题尽管不符合当今不同文化之间交往、对话的世界潮流，且容易造成东西方文化的新的二元对立。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

叶虎，1975年生，安徽省巢湖市人。
南京师范大学文艺学博士。
现为厦门大学新闻传播学院副教授、硕士生导师，党委副书记。
已出版专著一部，在《学术月刊》、《中国广播电视学刊》、《文艺理论研究》、《社会科学战线》. 《学习与探索》等刊物上发表论文近30篇。
主持、参与多项省部级、厅级课题研究。

<<大众文化与媒介传播>>

书籍目录

总序导言第一章 大众文化与媒介 第一节 文化的媒介化与媒介化的现实 第二节 西方视域中的大众文化 第三节 大众文化的涵义及其特征 第四节 大众文化在中国大陆的行程及其影响 第五节 法兰克福学派大众文化批判理论在中国的局限第二章 大众文化与消费社会 第一节 消费社会与消费文化 第二节 大众文化的消费功能 第三节 广告消费的意识形态幻象 第四节 女性消费与购物快感 第五节 消费社会语境下的大众文化省思第三章 大众文化与性别传播 第一节 生理性别与社会性别 第二节 规训与控制：大众文化中的身体再现 第三节 性别、空间与权力 第四节 大众文化与性别传播研究的思考第四章 大众文化与视觉传播 第一节 视觉文化传播时代的来l临 第二节 文化范式的嬗变：从语言文化到视觉文化 第三节 大众文化视觉转向原因探析 第四节 大众文化的视觉再现 第五节 视觉传播语境中的大众文化思考第五章 大众文化与文化全球化 第一节 全球化与本土化 第二节 网络传播的狂欢化与网络文化帝国主义 第三节 全球化进程中的软权力与中国大众文化传播主要参考文献

章节摘录

第一章 大众文化与媒介　　一个显而易见的事实是，与人们早先主要从自然、社会直接获取经验相比，今天，我们对生活的体验往往来自于媒介，尤其是萦绕于周遭的大众媒介。
相应地，依托于大众媒介而发展起来的大众文化，在主流文化与精英文化的双重夹击之下，倔强地崭露头角并获得自身的成长空间，日益发展为文化家族中一支占据主导位置的文化力量。
在此行程中，作为西方舶来品的大众文化于20世纪70年代末进人中国大陆，掀起了一股褒贬不一、争论不休的洪流。
如何从中西对照的视域审视大众文化与媒介传播问题?如何正视大众文化对精英文化的冲击和影响?中国的大众文化理论批评和研究存在哪些问题?这些无疑都是值得去思考的极富理论与实践意义的课题。
第一节 文化的媒介化与媒介化的现实　　卡西尔在《人论》中说：“ 人的符号活动能力（Symbolic activity）进展多少，物理实在　　似乎也就相应地退却多少。
在某种意义上说，人是在不断地与自身打交道而不是在应付事物本身。
他是如此地使自己被包围在语言的形式、艺术的想象、神话的符号以及宗教的仪式之中，以至除非凭借这些人为媒介物的中介，他就不可能看见或认识任何东西。
”①确实，从历史上看。
人类感知对象的方法和对象的再现技术从文明开始时就与特定的媒介有关。
人类最初的历史纪录是画在洞穴墙壁上的绘画，汶些绘画就是用于传递思想的最原始的媒介。
而每一种新媒介的诞生，都在不同程度上改变着获取、传递、交流信息的方式，影响着人类社会的变革。
今天，“ 无数新的技术文明正在被转化为文化的生产、流通和接受方式，这就意味着社会大众面对的是一个由各种媒介所传递的符号文化。
于是，面对文化也就是面对媒介，身处文化之中就是身处媒介之中，或者更准确地说，是面对媒介化的符号 ”。
②由是，现实本身也被媒介化了。
当我们想要了解朝核六方会谈的最新动向时，我们会自然而然地打开电视；当我们想要查询观众对2008年央视春节联欢晚会的反馈时，我们会毫不犹豫地打开搜索引擎。
这样看来，在文化、现实、媒介这三者的互动关系中，媒介无疑在其中发挥了关键作用。
然而，在经济一体化和信息全球化时代，媒介的高频率使用往往使人们忽略了它的存在，久而久之便习以为常、见惯不怪了。
因此，对“ 媒介 ”（又译为“ 媒体 ”）一词的追问就成为当下进入文化和现实世界的一把不可或缺的钥匙。
……

第一图书网, tushu007.com

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