

<<权力的影像>>

图书基本信息

书名：<<权力的影像>>

13位ISBN编号：9787810856355

10位ISBN编号：7810856359

出版时间：2006-1

出版时间：中国传媒大学

作者：郑世明

页数：193

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>

<<权力的影像>>

内容概要

《权力的影像：权力视野中的中国电视媒介研究》共分五章，主要介绍了电视媒介权力：概念及内涵；在权力视野中对中国电视媒介性质的重新定义；中国电视媒介拥有媒介权力的背景和动因等内容。

<<权力的影像>>

书籍目录

导论第一章 电视媒介权力：概念及内涵第一节 话题的引入第二节 权力研究的复杂性第三节 媒介权力研究相关理论的回顾第四节 电视媒介权力的定义、内涵和特性一、电视媒介权力的定义二、电视媒介权力的内涵三、电视媒介权力的特性第五节 电视媒介权力的形式第六节 电视媒介权力的资本构成第二章 在权力视野中对中国电视媒介性质的重新定义第一节 作为一种经济权力的电视媒介：消费欲望生产工具第二节 作为一种政治权力和权威的电视媒介：合法化机器一、相关理论的回顾二、电视媒介与政治权力合法化第三节 作为一种精神—文化、信息权力的电视媒介：空中规训学校第三章 中国电视媒介拥有媒介权力的背景和动因第一节 中国电视媒介的功能演变第二节 中国电视媒介权力产生的政治背景第三节 中国电视媒介权力产生的经济背景第四节 中国电视媒介权力产生的文化背景第四章 中国电视媒介权力的转换第一节 电视媒介权力与政治权力的转换：第二节 主流意识形态的生产一、电视媒介监督权力的体现二、电视媒介权力政治话语生产的策略电视媒介权力和文化权力的转换：文化命名权的搬演一、文化资本与文化命名权力二、电视媒介权力文化话语的生产策略第三节 电视媒介权力与经济权力的转换：消费欲望的制造一、电视媒介权力与经济权力转换的内在依据：电视媒介的商业属性二、电视广告与消费主义意识形态的生产三、电视栏目与消费主义意识形态的生产第五章 权力视野中的电视媒介人身份一、“费边主义知识分子”二、“新型媒介文化人”三、“文化掮客”结语参考文献后记

<<权力的影像>>

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>