

<<媒介素养通论>>

图书基本信息

书名：<<媒介素养通论>>

13位ISBN编号：9787811055238

10位ISBN编号：7811055236

出版时间：1970-1

出版时间：中南大学

作者：陈龙

页数：301

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>

<<媒介素养通论>>

内容概要

生产力水平往往是衡量各个历史时期进步与否的一个标尺。历史发展到今天，生产力水平更多体现在信息处理能力上。面对历史，我们可以自豪地说，我们今天的生产力空前发达，无论是信息的接受还是传播，都到达了一个前所未有的水平。但是，我们却不能说，作为人，我们真的就随着技术的进步而进步了。传播技术的进步，理应带动人格在现代社会的完善、带动思想境界的提升，然而，现实的情形是，人并没有随着技术的进步而进步，相反，却产生了许多新的社会问题。因此，如何认识媒介、如何看待媒介功能、如何使用媒介……成为我们迫切需要研究的问题。

<<媒介素养通论>>

书籍目录

绪论 媒介素养的基本内涵 / 1 第一节 媒介素养及其在当代社会的意义 / 1 第二节 媒介素养教育的基本内容 / 3 第三节 多元文化教育与媒体素养教育 / 5 第四节 媒介素养教育的发展历程 / 8 第一章 国内外媒介素养教育的历史与现状 / 15 第一节 英国的媒介素养教育 / 15 第二节 美国的媒介素养教育 / 16 第三节 加拿大的媒介素养教育 / 17 第四节 澳大利亚及大洋洲各国的媒介素养教育 / 18 第五节 法国和德国的媒介素养教育 / 19 第六节 其他国家的媒介素养教育 / 20 第七节 我国媒介素养教育 / 21 第二章 媒介传播原理 / 23 第一节 人类传播与社会进步 / 23 第二节 沟通社会信息是传播活动的基本功能 / 30 第三节 社会文化转型与媒介功能新认识 / 37 第三章 视觉接受心理与视觉文化传播 / 48 第一节 视觉是人类获得信息的主渠道 / 48 第二节 影响视觉注意的因素 / 53 第三节 视觉思维及其心理特点 / 57 第四节 受众图像文化的接受心理 / 64 第四章 媒介生态中的媒介机构与媒介文化生产 / 68 第一节 媒介生态与媒介机构 / 68 第二节 中外传媒制度比较 / 74 第三节 媒介批评视角看媒介 / 84 第五章 媒介文化及其生产的多维解读 / 87 第一节 媒介文化的兴盛与文化转型 / 87 第二节 媒介文化及其存在形态 / 89 第三节 媒介文化及其生产的多维解读 / 95 第六章 媒介传播的技术特性 / 108 第一节 摄影棚——虚拟的场景 / 108 第二节 影视传播中的特技 / 109 第三节 SNG技术与电视现场直播 / 111 第四节 网络技术与虚拟空间 / 118 第七章 新闻报道辨识 / 120 第一节 新闻与新闻价值 / 120 第二节 媒体、记者的权利与义务 / 129 第三节 新闻表达方式的历史演进 / 142 第四节 新闻的自律与他律 / 55 第八章 电视娱乐节目形态辨识 / 160 第一节 电视娱乐节目的发展历程概述 / 160 第二节 当代电视娱乐节目的元素分析 / 164 第三节 真人秀：电视娱乐节目的新发展 / 168 第九章 媒介文化生产中的偶像生产与消费 / 173 第一节 偶像与偶像崇拜 / 173 第二节 偶像的类型 / 175 第三节 当代中国社会转型期偶像产生的社会心理原因 / 177 第四节 偶像的制造与消费 / 180 第五节 偶像及其崇拜的社会意义 / 189 第六节 偶像生产与消费中媒体的社会责任 / 192 第十章 媒介再现与社会真实建构 / 194 第一节 眼见为实与影像谎言 / 194 第二节 媒介无法真实反映现实的原因 / 198 第三节 媒介再现的真实世界 / 204 第四节 媒介对刻板印象的塑造 / 211 第十一章 劝服性传播与逼真诱惑 / 216 第一节 电视上的政治宣传与广告 / 216 第二节 广告的劝服手段——视觉劝服 / 222 第三节 广告文化与消费认同 / 225 第四节 偶像在广告中的作用 / 230 第十二章 儿童与媒介：一个媒介素养教育的重要领域 / 235 第一节 儿童对媒介信息的认知、注意和理解 / 236 第二节 媒介对儿童的影响 / 240 第三节 代理经验与媒介新人类 / 245 第四节 批判性的媒介教育学 / 248 第十三章 “浅阅读”与青少年的媒介素养 / 251 第一节 “浅阅读”现象的特点及其产生的原因 / 251 第二节 “浅阅读”对青少年成长的影响 / 253 第三节 “浅阅读”造成的青少年媒介素养问题及其对策 / 255 第十四章 公众媒介接受中的图像文化素养 / 259 第一节 图像素养的内涵与当代公众图像素养的要求 / 260 第二节 受众图像消费的主要倾向 / 264 第三节 图像的意识形态批判与公众批判意识的建立 / 268 第十五章 媒介素养教育的全球化视野 / 271 第一节 我国公众的媒介素养教育的必要性 / 271 第二节 公众媒介知识结构与媒介功能观念的调整 / 273 第三节 媒介素养教育核心的调整：人格主体重塑 / 276 第四节 媒介素养中的能力结构调整 / 278 第十六章 媒介素养研究的基本方法 / 281 第一节 田野调查方法 / 281 第二节 控制实验方法 / 282 第三节 内容分析方法 / 283 第四节 人类学参与观察法 / 288 第五节 社会学分析方法 / 290 第六节 比较分析方法 / 294 参考文献 / 298 后记 / 300

<<媒介素养通论>>

章节摘录

英国早期媒介素养教育的第一阶段大约是20世纪30年代至50年代，利维斯和汤普森等人的观点在当时成为一种主流观念，其核心观念是文化保护，即保持本国文化传统、语言、价值观和民族精神的纯正和健康，从这种观念出发，有关大众文化教育的目的被理解为鼓励学生去“甄别与抵制”。

在英国文化保护主义者看来，之所以要保护孩子免受媒体的伤害，是因为媒体传播明显缺乏文化价值。

通过媒介素养教育，使学生能够防范大众传媒的负面影响，自觉追求符合英国传统精神的美德和价值观。

这种教育、强化学生具备甄别和批判意识的方法被后来的批评家称为“免疫法”。

主要内容是使用当时法兰克福学派学者开创的批判理论，对大众文化的欺骗性、麻痹性、虚伪性等进行批判，通过甄别大众文化中的良莠成分，使学生辨清好坏，最终使他们回到传统文化的轨道上来。

虽然这种观点在现在某些场合显得有点过时，但人们认为保护主义的这种动机不如某些出于实用和政治考虑的动机更能说明问题。

但保护主义价值的动机在抵制诸如美国文化霸权的时候仍然具有说服力并且容易得到人们的支持。

到20世纪70年代初，媒介素养教育逐步扩散到美国、加拿大以及其他欧美发达国家，并得到了很多学者的关注和支持。

这一时期，媒体被视为破坏高雅文化、滋生低俗文化的“文化病毒”。

基于对大众传媒及其传播的大众文化的批判立场，早期的媒介教育采取了完全的保护主义方式，让青少年远离媒介文化的污染。

然而，正像著名学者马斯特曼所说的，这种媒介教育事实上是一种反对媒介的教育。

后记

我们身处一个信息传播的时代——新的观念在不断产生、新的时尚在快速流行、新的价值观念在迅速扩张、消费被极度夸张和鼓惑。

我们时常看不清传播媒体变化的面孔，却能够感觉到它有一双巨大的手操纵着整个社会的言行，塑造着人们的心灵。

于是，我们有理由担心这个逐渐为传媒控制社会，它是否能够健康发展。

人类行为从未像今天这样深受媒介传播的影响，许多由传媒造成的社会现象发人深思。

我们的下一代究竟往何处去，这关系到我国未来国民的素质，很显然，这是一个值得关注的新问题。

于是媒介素养教育的意义就显得十分重要了。

媒介素养教育在西方开展较早，而在我国才刚刚起步，对媒介素养教育的重视主要还是停留在高校，而且是高等学校的新闻传播学、教育学等少数专业。

人们对于媒介素养教育在青少年成长过程中所起的作用，尚缺少应有的认知。

当前，在我国应试教育大环境下，媒介素养教育举步维艰，如何开展媒介素养教育尚有许多值得探讨的盲区，可以说任重而道远。

2005年夏天，我们邀约了全国一些高校的同仁进行了认真的讨论，并对开设媒介素养教育课程提出一些有价值的建议。

大家觉得首先有必要写一本书，用以作为课堂教学的教材或参考书。

这一动议立即得到中南大学出版社的刘辉、彭亚非两位编辑的积极支持，于是，经过大家一年多的努力，基本的雏形出来了，这其中有一些朋友因为种种不同的原因退出了写作队伍，但是他们仍然关注着本书的进展，像爱护自己的树苗那样关心这本小书的成长。

在这里，我们要对关心我们的所有同仁们说声谢谢！

<<媒介素养通论>>

编辑推荐

《媒介素养通论》：21世纪新闻与传播学专业系列教材

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>