

<<媒介人种论>>

图书基本信息

书名：<<媒介人种论>>

13位ISBN编号：9787811270990

10位ISBN编号：7811270994

出版时间：2008

出版时间：北京：中国传媒大学出版社

作者：海阔

页数：296

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>

## <<媒介人种论>>

### 内容概要

《媒介人种论》运用广泛意义的传播人种学，以多种视角将不同时代的大众传媒置于特定的语境下，通过对其主导群体特征的考察，重新梳理意识形态、生产系统、社会结构等因素与大众传媒的关系。

大众传媒被用于唤起民族危机意识，以现代性摆脱危机。

新兴传播技术及日益兴起的媒介文化使中国文化陷入新的危机，同时也创造了复兴的契机。

适读对象：新闻传播专业的师生、研究者、媒介管理者、媒介爱好者。

## <<媒介人种论>>

### 作者简介

海阔，河南长葛人。  
浙江大学传播研究所博士。  
现为上海大学数码艺术学院影视系硕士研究生导师。  
在国内核心期刊及国外刊物上发表中，英文论文数十篇，主持浙江省、上海市课题两项。  
合著有《大众传媒通论》。

## &lt;&lt;媒介人种论&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 导论第一节 传媒与现代性的遇合一、当代传媒问题与现代性二、当代中国传媒问题三、中国传媒问题的历史视角四、大众传媒历史的主体视角第二节 基本概念及相关研究一、现代性二、传播人种学第三节 整体架构一、基本观点二、研究方法三、介入视角四、全书结构第二章 社会结构的现代化转型：报刊第一节 维新派：新民族—国家的初步想象一、维新派报刊二、报人群体特征三、公共领域与私人领域四、选择报刊第二节 革命派：新国家形象的雏形建构一、革命派报刊二、报人群体特征三、公共领域与私人领域四、报刊思想第三节 《新青年》同人：新社会的整体构想一、新文化运动报刊二、《新青年》同人的特征三、公共领域与私人领域四、报刊思想小结一、想象的社群二、报人特征三、传统文化底质第三章 新国家形象的影像建构：电影第一节 被批判者：时空错位的叙事一、错误的影像二、影像制造者的错误三、谁的错误第二节 被肯定者：十七年电影经典叙事一、正确的影像二、正确影像的塑造者三、叙事策略四、叙事模式分析第三节 幕后叙事者：颠覆与重构一、颠覆与重建二、样板戏电影叙事者三、样板戏电影叙事小结一、影像国家二、影像塑造群体三、影像崇拜四、影像化现代性第四章 现代化社会的再转型：电视第一节 管制者：控制与放开的双重干预一、“总设计师”：电视功能的复位二、管理者：干预行为的合法性三、无形操纵者：电视广告第二节 生产者：权力结构与认同建构一、生产者的结构二、生产者的权力三、名人：谈话中的权威解构第三节 受众：传统颠覆与现代重构一、儿童：父权的质疑二、农民：宗法观念的最后守卫者三、女性：象征权力的争夺小结一、政治场：干预矛盾中的强硬二、经济场：全球语境中的强大三、文化场：危机架构中的强盛第五章 多元现代性展望：数字传媒第一节 网民：网络共和国民主一、主体身份危机二、网络民主三、网络受众的群体特征第二节 “手机一族”：传统的复归一、人性化的“第五媒体”二、“中国人的媒介”：短信息三、手机的现代性影响第三节 他者：非领土扩张化一、他者之分：文化模式二、他者之合：整合汇流三、他者之变：全球化四、他者之义：中国现代性展望小结一、媒介帝国主义二、数字化“反侵略”三、数字传媒与中国现代性结论一、大众传媒主导群体二、大众传媒与中国现代性三、中国现代性复兴四、国家和资本干预五、中国知识分子精神附：媒介奥运与民族—国家认同一、现代奥运会的动力二、奥运会的中国动力三、媒介奥运与中国认同重构参考文献后记

## &lt;&lt;媒介人种论&gt;&gt;

## 章节摘录

第二章 社会结构的现代化转型：报刊： 第一节 维新派：新民族—国家的初步想象：

19世纪初，西方机械化铅印术传入中国沿海地区，只是由于印刷需求和官方抑制等原因，一直没有突破主流雕版印刷的框架。

鸦片战争后，随着帝国主义印刷制品的渗透，在速度和质量上都占据明显优势的现代印刷术，引起国内研制汉字铅活字技术的热潮。

1870年代起，中国民族工商业的勃兴，推动印刷术迅速发展，石印术得到广泛应用。

与之相应，传统的软纸由于不便双面印刷、价格高，大量被“洋纸”取代。

虽然政府禁止国人办报，却允许外国人办报，而且少数中国人也在官僚和外国人的幌子下谋求发展。这些早期报刊为国人兴办报纸奠定了人才、技术和经营管理基础。

自国人自办报纸创刊，这种新兴媒体在各地不断得到推广，主要用途无外乎营利和宣传政治观点，尤其以前为主。

《马关条约》签订后，私营资本主义出版企业得以合法化。

在相关技术和政策支持下，报刊已经具备了向大众传播的潜力。

中日甲午战争前后的中国，一方面产生了空前的民族危机，另一方面也获得了民族资产阶级发展的契机。

民族危机直接导致了民族认同的重新建构和对新国家的吁求。

资本主义的发展在经济上要求有一个民主、自由和平等的外部环境，而且要求理性个体的自律性。

这两种要求都呼唤社会系统出现能够协调自律个体以及由他们组成的群体的传播系统。

康德认为，“外部本质的理性知识的真相和道德规范的有效性都只能由‘共感’（*sensus communis*）的检验建立起来，而后者确定要在经过公众的讨论和争议之后”。

## <<媒介人种论>>

### 编辑推荐

《媒介人种论》涉及的研究跨度相当大，几乎每个部分都可以作为一个独立的研究领域，有着丰富的研究成果。

关于现代性的理论著作经常有人用“汗牛充栋”来形容，而它与前现代和后现代的关系以及当前与全球化的关系更是一块活跃领域。

为了更准确地理解和把握中国现代性，应当对这些概念传统进行简要的勾勒。

同时，在方法论上，随着人种学研究在西方学术界的升温，传播人种学也成为一种重要方法得到广泛应用。

因此，对于现代性、后现代性、多元现代性、东亚现代性、中国现代性和传播人种学等概念的梳理，能够为《媒介人种论》的继承、创新和价值确立某种参照。

《媒介人种论》在此基础上编辑而成。

<<媒介人种论>>

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>