

<<西方传播政治经济学研究>>

图书基本信息

书名：<<西方传播政治经济学研究>>

13位ISBN编号：9787208076501

10位ISBN编号：7208076502

出版时间：2007-12

出版时间：上海人民

作者：刘晓红

页数：216

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>

<<西方传播政治经济学研究>>

内容概要

西方传播政治经济学是西方传播批判学派的重要分支，影响遍及北美、欧洲、拉美等地区。

本书力图客观地描绘西方传播政治经济学的发展脉络。

它以平实的语言准确地介绍和评析西方传播政治经济学的主要研究取向和代表性的观点，并在此基础上评价了它的理论和现实意义，展望了这个研究领域的未来。

<<西方传播政治经济学研究>>

作者简介

刘晓红，新闻传播学博士，2003年毕业于复旦大学新闻学院，现为上海财经大学人文学院经济新闻系副教授。

主要研究方向为传播政治经济学、传播社会学。

目前已出版译著《大众传播与美利坚帝国》、《媒介研究的进路》（合译），并发表学术论文十余篇。

<<西方传播政治经济学研究>>

书籍目录

序序二前言上篇 对传播政治经济学的初步刻画 第一章 导论 第一节 历史背景与理论渊源 第二节 传播政治经济学与媒介经济学 第二章 西方传播政治经济学的发展脉络 第一节 初创时期：逆境中成长 第二节 蓬勃发展时期：走人兴盛 第三节 反思时期：迎接挑战中篇 传播政治经济学的诠释 第三章 作为文化工业的大众传播业 第一节 大众传播业的工业特征 第二节 大众传播业的商品及其消费 第三节 大众传播业的劳动者 第四章 国家、企业与大众传播 第一节 早期的解释：大众媒介销售政治 第二节 国家角色：大众传播的使用者与管理者 第三节 需求决定关系：企业与大众传播业 第五章 大众传播与社会民主——媒介私有权批判 第一节 早期的解释：媒介私有权威胁公共利益 第二节 废黜公共利益原则的动因及危害 第三节 媒介私有化破坏完整的公民权 第四节 媒介私有化对公共领域的侵害 第六章 大众传播与民族国家、民族文化——跨国媒介公司批判 第一节 建立世界信息与传播新秩序运动 第二节 跨国媒介公司对民族国家的影响 第三节 文化帝国主义：大众传播与文化控制 第七章 传播技术与民主社会——技术决定论批判 第一节 斯迈思对传播技术的意识形态本质的批判 第二节 跨国公司是传播新技术的主要受益者 第三节 互联网沦为对抗公共领域的私人领域 第八章 大众传播的阶级分析 第一节 传播的阶级斗争分析 第二节 传播的阶级权力分析下篇 传播政治经济学的反思与拓展 第九章 共处·对抗·借鉴——传播政治经济学与文化研究 第一节 早期短暂的“和平共处” 第二节 尖锐的对抗 第三节 沟通与借鉴 第十章 传播政治经济学的新取向 第一节 传播政治经济学的种族研究 第二节 人种学与传播政治经济学的结合 第三节 纳入传播政治经济学视野的性别研究 第十一章 传播政治经济学的传播观及其地位与未来附录一 传播政治经济学的主要代表人物简介附录二 参考文献附录三 专业术语中英文对照后记

<<西方传播政治经济学研究>>

章节摘录

第二章 西方传播政治经济学的发展脉络 西方传播政治经济学从诞生到现在,已经有近60年的历史,但长期以来它在西方传播研究领域一直处于边缘地位。

这一方面主要是由于该学派所持的左翼的批判立场和价值观与主流研究迥然不同,并且很难为主流学术界所接受;另一方面,正如莫斯可所指出的,西方传播政治经济学的发展历程所具有的明显特征就是它不像文化研究、行政学派等传播研究领域一样形成了标志其作为一个研究流派的研究场所,也没有明显的学术传承,甚至许多从事传播政治经济学这个取向研究的学者,从未声称其是传播政治经济学家。

因此,如果按照通常的标准,似乎很难称之为一个学派,但是,正是这些散见的研究所具有的鲜明的研究起点使我们清楚地看到了一个具有重大价值的研究取向。

尽管这一取向的研究散见于各地,但北美(主要以加拿大和美国的学者为代表)和西欧(主要是英国、法国两国的一批学者的研究为主)这两个地域的研究却尤为突出,基本上代表了西方传播政治经济学的发展。

根据西方传播政治经济学产生发展的历史背景、发展状况以及研究主题的演变等方面特征,姑且可以将其发展脉络描述为三个阶段:初创时期——20世纪40年代末至60年代中期;蓬勃发展期——20世纪60年代中期至80年代末;反思时期——20世纪90年代以来。

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>