

<<媒体与社会>>

图书基本信息

书名：<<媒体与社会>>

13位ISBN编号：9787302145448

10位ISBN编号：730214544X

出版时间：2007-3

出版单位：清华大学

作者：格雷姆·伯顿

页数：443

字数：595000

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>

<<媒体与社会>>

内容概要

这是一本有关媒体与文化研究的重要入门读物。

它以广泛的视角探讨了当今社会的大众媒体和文化现象。

作者具有丰富的写作和教学经验。

书中几乎覆盖了学生们在媒体与文化研究当中可能遇到的所有主题，包括：广告、电影、电视剧、杂志、媒体和暴力、新闻、全球化、体育运动、流行音乐和新技术等。

本书是媒体与文化研究领域的学生和对此感兴趣的其他读者们的一本必不可少的读物；同样适用于其他与媒体有关的社会学、政治学和传播学课程。

<<媒体与社会>>

作者简介

作者格雷姆·伯顿是位于英国米德尔斯布勒市的提兹塞德大学媒体研究系的讲师。他曾编写了多部媒体与文化研究方面的教科书，其中主要有More than Meets the Eye : An Introduction to Media Studies (2002) 和Talking Television; An Introduction to the Study of Television(2002

<<媒体与社会>>

书籍目录

第一章 媒体机构：理解媒体的重要领域及其含义 1 导言 2 本章探讨的主要问题 3 媒体机构的界定 3.1 媒体机构的构成 3.2 媒体机构的特征 4 媒体机构和财政 5 媒体机构与其他机构之间的联系 6 媒体与受众 7 媒体与广告 8 媒体与政府 9 媒体机构的规制 10 媒体机构与权力 11 媒体机构与全球化 12 媒体机构与新技术 13 媒体机构的替代性模式 14 有关“公共服务”模式的争论 15 供讨论的选段 16 进一步阅读的书目第二章 媒体文本：特征和解构 1 导言 2 本章探讨的主要问题 3 什么是文本？ 4 文本和意义 5 文本和语境 6 解构文本 6.1 文本分析 6.2 文本符码 6.3 符号分析 6.4 形象分析 6.5 话语分析 7 文本和叙事 8 文本和写实主义 9 文本·再现·意识形态·身份 10 类型化文本 10.1 公式 10.2 期待 10.3 成规 10.4 互文性和后现代主义 10.5 神话·话语·意识形态 10.6 类型和媒体政治经济学 10.7 类型和“多元主义”的幻象 11 供讨论的选段 12 进一步阅读的书目第三章 受众与影响：探索“受众”的定义及其与文本之间的关系 1 导言 2 本章探讨的主要问题 3 受众的概念 4 被商品化的受众 5 主动受众 6 解读型受众 7 凝视和观看 8 获得快感 9 受众与公共领域 10 影响和效果 11 性别模式的塑造 12 供讨论的选段 13 进一步阅读的书目第四章 媒体与暴力：质颖暴力和有关媒体影响测量的一些问题第五章 女性杂志：性别化空间构建与有关罪感和快感的问题第六章 流行音乐：对“流行性”、“控制”和“全球性”的质疑第七章 走近电影：消失的英国电影产业·观众·凝视·意义第八章 媒体与新技术：技术对媒体及其消费的影响和含义第九章 广告：它与媒体/受众之间的关系及其对社会/文化的影响第十章 电视剧皂剧：有关它的本质及其对电视剧的影响和性别化受众的问题第十一章 新闻：不同种类的新闻是如何构建世界的第十二章 体育与媒体再现：媒体如何构建体育的意义以及体育与意识形态、种族和性别之间的关系第十三章 全球化与媒体：有关权力和文化交换的问题名词解释译名对照表参考书目

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>