

<<媒介素养>>

图书基本信息

书名：<<媒介素养>>

13位ISBN编号：9787302289845

10位ISBN编号：7302289840

出版时间：2012-10

出版时间：清华大学出版社

作者：詹姆斯·波特

页数：410

字数：551000

译者：李德刚

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>>

### 内容概要

詹姆斯·波特编写的《媒介素养(第4版)》是一本有趣而易懂的入门教材，旨在普及媒介基本知识，提高受众媒介素养，具有重要的理论和现实意义。

阅读此书，读者可以提高对媒介的基本认识，提高对媒介信息的接受能力、思辨能力以及使用能力，从而有效避免媒介对人的负面影响，最终达到“媒介为我所用”的目标。

《媒介素养(第4版)》内容全面，语言通俗，结构清晰而完整，理论联系实际，既适合用作本科公选课教材，也适合普通读者阅读。

## 作者简介

詹姆斯·波特，美国加利福尼亚大学圣巴巴拉分校传播系教授，主要从事媒介素养、媒介效果、媒介商业以及媒介内容等领域的研究，并出版了大量媒介研究的著作与论文。作者拥有丰富的大学教学经验，曾任教于斯坦福大学、加利福尼亚大学洛杉矶分校、印地安纳大学等多所著名高校。

李德刚，毕业于清华大学新闻与传播学院，获博士学位，2005-2006年在德国科隆大学访学。现任北京师范大学副教授、硕士生导师，传媒与教育研究中心常务副主任，中国网络影响力秘书处执行秘书长，中国教师杂志社副社长、副主编。

主要关注媒介素养教育、影视传播、网络传播等研究领域。

曾获“中国广播电视百优理论人才”、北京师范大学“京师英才”等称号。

主持国家社科基金课题“中德比较视野中的我国广电制度变革研究”、国家广电总局部级课题“中国电视网络影响力研究”、北京市教育科学十二五规划重点课题“北京市中小学媒介素养教育研究”等多项研究课题，出版《中国电视网络影响力报告》等10多部著作，发表学术论文40多篇。

## <<媒介素养>>

### 书籍目录

#### 第一部分 导论

第1章 活在信息饱和的世界

第2章 媒介素养入门

#### 第二部分 受众

第3章 个体的视角

第4章 产业视野中的受众

第5章 作为特殊受众的儿童

#### 第三部分 效果

第6章 主动视野中的媒介效果

第7章 拓宽媒介效果的视野

#### 第四部分 产业

第8章 大众媒介产业的发展

第9章 经济游戏

第10章 当前的图景

#### 第五部分 内容

第11章 大众媒介内容与真实

第12章 新闻

第13章 娱乐

第14章 广告

第15章 大众媒介互动游戏

#### 第六部分 面临的问题

第16章 谁拥有并控制大众媒介？

第17章 隐私

第18章 盗版

第19章 暴力

第20章 体育

#### 第七部分 跳板

第21章 提升媒介素养的个人战略

第22章 帮助他人提升媒介素养

附录A 媒介对个体与组织的即时效果与长期效果

附录B 大众媒介产业概况

附录C 相关组织联络表

参考文献

译后记

## &lt;&lt;媒介素养&gt;&gt;

## 章节摘录

**媒介素养视角** 本章提出的理念可以用来提升人们的媒介素养，也就是说，能够提升人们做出过滤决定、意义匹配决定与意义建构决定的力量。

要记住，强化你的媒介素养就意味着，当你正在把注意力投向某些信息时你需要做一些特别的事情，这样你就能控制大脑处理的编码，这样当大脑自动处理运行时，它们会为你的需求而服务，而不是为大众媒介或广告商的需求服务。

关于过滤任务，你应当定期检查你的媒介接触习惯，问问你自己，为什么你要在某些媒介、某些信息上花费那么多时间，却忽视了其他的媒介和信息。

如果你对你的习惯有很好的理由，那么可能是这些过滤习惯正在帮助你实现你自己的目标。

但是，如果你对某些习惯感到困惑，那么你就需要考虑改变这些习惯，来看看你的需求是否能从其他媒介与其他类型的信息接触中获得满足。

关于意义匹配，你应该对那些既有意义的记忆进行定期检查。

也许你已经通过简要地记忆所谓的权威人士的观点，习得了那些意义，比如新闻广播员、专家、文化批评家等。

也许这些权威人士后来被发现是错误的，但你已经形成了那个现在被认为不完美的观点。

或者也许你没有记住权威人士的观点，却形成了与你的个人信条和经历更相符的观点。

很可能你习得的大量意义包含着过时的、与你所认为的自相矛盾的，甚至在某种程度上是错误的成分。

如果你不把它们从你的“大脑辞典”中辨认和清理出来，你会不由自主地继续使用那些意义，这会使你更加远离你的目标。

关于意义建构，你应该确认哪些领域的决定对于你的生活而言是最重要的。

当你通过媒体资讯来获得信息的时候，问问你自己只是想简单地获得信息还是要把它转化成与你的需要和目标相吻合的东西，也就是说，你越多地对原材料信息进行加工转化，你就越多地建构了自己的意义。

如果我们只是简单地从媒体资讯中接受表面的信息，并不进行自我的意义建构，我们就会处于受到负面影响的危险之中。

有些影响是相对较小的，但很多影响却是深远的，会改变我们对现实、真理和自我的看待方式。

忽略这些会使事情变得更糟糕，因为这些信息会继续侵入我们的潜意识，形成我们基本的价值观念以及思维方式。

.....

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>