

<<电视娱乐>>

图书基本信息

书名：<<电视娱乐>>

13位ISBN编号：9787500498766

10位ISBN编号：7500498764

出版时间：2011-7

出版时间：中国社会科学出版社

作者：殷乐

页数：350

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>

<<电视娱乐>>

内容概要

娱乐已经成为全球媒介的共同特征之一。但与实践中的狂热，如传播/接收、看/被看、生产/消费对于娱乐的如火如荼相比，学术理论界在提及娱乐的时候，总有些模糊而矛盾的态度。实则对于娱乐这一媒介现象，或者应该说是社会—文化现象，很难用好/坏、对/错、高雅/低俗等简单范畴来进行评判，也很难将其直接归入单一对照关系中，而是要进入社会、媒介的文化历史脉络中加以观照。

《电视娱乐：传播形态及社会影响研究》将娱乐作为一种社会文化、社会交往实践进行历时及共时性研究，不仅从传播学、形态学的角度，更从社会学、文化学、心理学等的角度研究娱乐尤其是电视娱乐。

《电视娱乐：传播形态及社会影响研究》以游戏、故事与景观为关键词辨析娱乐与媒介的不同面貌及整体娱乐传播形态的变迁，在电视娱乐的基本传播形态及演变的脉络梳理中条分缕析娱乐谈话、智力问答、真实电视等典型形态，研究娱乐传播的全球模式和中国道路，同时着重考察电视娱乐与经济生产方式的关系、电视娱乐对特定社会群体文化身份认同的影响及娱乐在公共利益服务及文化软实力构建中的作用，探究娱乐中的政治、经济、文化因素有多少？

娱乐如何形构了不同社会阶层、群体的角色？

娱乐权力究竟有多大及影响面有多广？

以此建构对电视娱乐乃至娱乐的全新审视。

<<电视娱乐>>

书籍目录

导言第一部分 游戏、故事与景观：娱乐与媒介的不同面貌第一章 游戏娱乐与艺术审美、社会文化：理论脉络梳理一 多重美学视野中的游戏二 作为社会文化现象的游戏三 大众传播的游戏理论与大众文化中的快感理论四 对游戏娱乐内涵的理解第二章 故事与景观：媒介形态、受众角色与娱乐形态一 本能娱乐：人群中的游戏和故事二 抽象娱乐：印刷媒介的栩栩如生与如临其境三 重回身体的大众娱乐：电子媒介的狂欢与日常四 融合娱乐：数字时代的景观与表演第二部分 全球模式与中国道路：电视娱乐传播的基本形态及演变第三章 形态的异同：电视娱乐的全球模式与中国道路一 形态分析的理论基础和工具溯源二 全球模式：电视娱乐节目的形态要素及关系三 中国道路：社会变迁与娱乐形态演变第四章 半推半就的娱乐：娱乐新闻与智力问答一 八卦还是信息：娱乐新闻二 传统的重生：智力问答第五章 身体和言语的狂欢：综艺、游戏与娱乐谈话一 身体表演的日常与宏大：综艺表演二 人际交往的身体形式：游戏表演三 口头叙事及闲聊传统的娱乐变形：娱乐谈话节目第六章 娱乐化生存：真实电视及电视娱乐传播的发展态势一 欧美源头：真实电视作为传播形态的娱乐化生存意义二 亚洲变体：冷热不均背后的文化认同和失焦三 电视娱乐传播的发展规律及态势第三部分 意义的追寻：电视娱乐的社会影响第七章 创意与利益：娱乐节目与娱乐经济一 从常规广告到与娱乐共生的置入式广告、广告娱乐二 娱乐模式的全球售卖与电视的麦当劳化三 娱乐作为媒介产业的动力机制四 娱乐体验对整体社会经济发展的影响第八章 娱乐消费与认同：娱乐传播与青少年一 电视娱乐与青少年二 以青少年迷文化看电视娱乐对于青少年亚文化的影响第九章 疏离与建构：娱乐节目与主流文化一 电视娱乐对主流文化的影响分析二 娱乐追求与媒介责任三 娱乐节目全球流通的文化策略与文化软实力提升参考文献

<<电视娱乐>>

编辑推荐

《电视娱乐：传播形态及社会影响研究》将娱乐作为一种社会文化、社会交往实践进行历时及共时性研究，不仅从传播学、形态学的角度，更从社会学、文化学、心理学等的角度研究娱乐尤其是电视娱乐，全书分为三部分，共9章内容。
本书适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

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>