

<<女性主义视野下的媒介批评>>

图书基本信息

书名：<<女性主义视野下的媒介批评>>

13位ISBN编号：9787802474840

10位ISBN编号：7802474841

出版时间：2009-11

出版时间：知识产权出版社

作者：张艳红

页数：272

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>

<<女性主义视野下的媒介批评>>

内容概要

本书大众传媒对各种歧视女性的社会现象与社会心理，存在弱意识、不作为甚至推波助澜的倾向。这主要源自传媒经济是“眼球经济”，男权中心秩序根深蒂固，社会性别意识未被完全纳入主流。大众传媒因其公共性与影响力，具有建构性别模式的功能。20世纪90年代，女性主义进入中国大众传播领域，成为一种富有批判精神的媒介批评视角。本书侧重于女性主义视野下的受众批判、传者批判、方法论批判，内容批判贯穿全书。

<<女性主义视野下的媒介批评>>

作者简介

张艳红，女，湖北师范学院外语系英美语言文学学士，武汉大学新闻与传播学院新闻学硕士、传播学博士，中国政法大学新闻与传播学院讲师。

主要研究方向是女性与传媒、媒介批评。

2004年至今，已在新闻传播类核心学术期刊发表论文19篇、一般学术期刊发表论文9篇。

大众传媒对各种歧视女性的社会现象与社会心理，存在弱意识、不作为甚至推波助澜的倾向。这主要源自传媒经济是眼球经济、男权中心秩序根深蒂固、社会性别意识未被完全纳入主流。

大众传媒因其公共性与影响力，具有建构性别模式的功能。

20世纪90年代，女性主义进入中国大众传播领域，成为一种富有批判精神的媒介批评视角。

本书侧重于女性主义视野下的受众批判、传者批判、方法论批判，内容批判贯穿全书。

<<女性主义视野下的媒介批评>>

书籍目录

导论一、研究起因（一）性别歧视现象寻常化（二）相关研究存在亟待深化与拓展的空间二、研究方法（一）文献分析（二）内容分析（三）个案研究（四）网上调查（五）半结构化访谈（六）邮寄式问卷调查三、章节结构第一章 女性主义媒介批评的特质一、相关概念（一）女性主义（二）媒介批评（三）受众与传者（四）社会性别、社会性别意识、社会性别视角、性别敏感、性别歧视（五）女性主义视野下的媒介批评二、女性主义与媒介批评的历史流变（一）女性主义的历史流变（二）媒介批评的历史流变三、女性主义与媒介批评的共性与互融（一）女性主义媒介批评的关注重点：商业广告（二）女性主义与媒介批评的融合（三）国内首家女性主义媒介批评网站：妇女传媒监测网第二章 女性主义媒介批评的研究理路一、女性主义媒介批评的研究理路（一）西方女性主义媒介批评的研究脉络与核心点（二）我国女性主义的四个发展阶段（三）我国女性主义媒介批评的研究脉络及核心内容二、有待深化与拓展的研究空间（一）传者研究（二）受众研究（三）传播内容研究（四）方法论研究三、实证研究的积极尝试（一）调研的出发点（二）调研结果概述第三章 女性主义的受众批判一、女性主义的五个主要流派（一）自由派女性主义（二）马克思主义的女性主义（三）激进派女性主义（四）后结构主义的女性主义（五）后现代女性主义二、两种范式的女性主义受众批判（一）消极视角的女性主义受众批判（二）积极视角的后现代女性主义的受众批判三、普适性与局限性（一）自由派女性主义受众理论评析（二）马克思主义的女性主义受众理论评析（三）激进派女性主义的受众理论评析（四）后结构主义的女性主义受众理论评析（五）后现代女性主义的受众理论评析四、中国化思考（一）我国受众状况的多维性与复杂性（二）两个维度第四章 女性主义的传者批判一、以女性传者为主要研究对象（一）立论点（二）研究方法二、中国女作家、女导演的性别意识分析（一）中国女作家的性别意识（二）中国女导演的性别意识三、中国女新闻工作者职业地位探讨（一）不同时期女新闻工作者的共性特征（二）当代中国女新闻工作者职业地位探讨第五章 女性主义媒介批评的研究意义一、理论层面的继承与深化（一）女性主义媒介批评理论来源的多元性与开放性（二）女性主义、文化研究、媒介批评三者之间的交叉与融合二、实践层面的探讨与介入（一）女新闻工作者的职业素质培养（二）女性如何突破进入传媒决策层的玻璃天花板现象（三）对商业广告内容提出批判三、研究方法的借鉴与拓展（一）女性主义媒介批评的方法论基于三个层面（二）中国女性主义媒介批评采用的研究方法（三）我国女性主义媒介批评研究方法存在的不足（四）本书采用的研究方法四、本书创新点（一）较早进行女性主义的受众观研究（二）提出了一些探讨式观点（三）三项实证调研立足于中国视野与中国语境结语一、受众层面二、传者层面三、体制层面四、新媒体层面参考文献附录一：《“嫁鸡随鸡、嫁狗随狗”婚姻观之网上调查》附录二：《社会性别视野下的中国当代大众传媒》受众调查后记

<<女性主义视野下的媒介批评>>

章节摘录

(五) 女性主义视野下的媒介批评 女性主义的媒介批评,旨在以女性主义的视角,对当代大众传媒进行理论层面和实践层面的质疑、批判与监测,同时也对国内外相关研究予以评述与拓展。

女性主义媒介批评领域的学者们旨在监测“男性话语偏见如何影响两性关系,以男性为中心的秩序如何限制女性形象的全面传播,女性既促使又抵制男性模式的话语解说,女性传播模式包含的权力,以及其他类似的话题”。

这些学者们认为,媒介研究以及相关的理论建构受制于各种性别偏见;带有性别偏见的研究方法及其相关理论不仅误导了人们看待女性的方式与视角,也危及女性自身的权利。

主要表现就是女性的体验被消音、女性的体验所包含的价值被遮蔽。

这些学者主张,应该将女性的体验与视角从边缘置于中心、彰显女性体验所包含的独特价值,并使之逐步合法化。

“女性主义的媒介批评”起始于20世纪70年代女权运动的第二次浪潮。

它以社会性别为立论视角,以传播学、新闻学、政治学、经济学、心理学、哲学、法学等为理论基础,在媒介机构与媒介作品、媒介行为与媒介现象、媒介体制与媒介机制等层面对女性抱有的性别成见、性别歧视进行监测分析、批判解构、预警纠正。

“不是要抹杀性别差异,而是要在社会性别分析的基础上,解构性别等级制,以期减少大众传媒对传统性别成见的建构与影响,提高公众的性别敏感,以促进社会的性别平等。”

<<女性主义视野下的媒介批评>>

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>