

<<媒介身份论>>

图书基本信息

书名：<<媒介身份论>>

13位ISBN编号：9787811270983

10位ISBN编号：7811270986

出版时间：2008-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：邱戈

页数：276

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>

## <<媒介身份论>>

### 内容概要

试图运用“身份”作为分析工具，吸收多种媒介理论的“营养”，结合中国语境建构一套比较完整适用的媒介身份研究理论和方法架构；重点针对中国大众传播的文化断裂和媒介的身份危机及深层原因，设计了一整套可操作的具体建议和重建方案。

全书结构完整、逻辑严密、问题和危机意识非常突出，具有很强的现实意义。

适读对象：新闻传播专业的师生、研究者、媒介管理者、媒介爱好者。

## <<媒介身份论>>

### 作者简介

邱戈，湖南祁东人。  
浙江大学传播研究所博士、博士后。  
浙江省传播与文经产业研究中心核心成员。  
现为浙江大学传播研究所助理研究员。  
主要研究方向：传播理论、传播与文化产业。  
主持省级课题一项，参与国家级和省级课题五项。

## &lt;&lt;媒介身份论&gt;&gt;

## 书籍目录

导言第一章 媒介身份概念的提出第一节 身份观念史第二节 身份的边界一、身份的两个层面二、身份与差异三、身份的多元与统一四、身份设计五、身份与权力六、身份与文化七、身份的常与变八、身份与危机第三节 大众传媒的身份一、从角色到身份二、传统学派的功能一角色观三、媒介身份的提出小结 身份作为一种研究工具第二章 媒介身份研究的理论架构第一节 媒介身份研究的合法性一、媒介有身份吗?二、身份还是一种方法三、丰厚的知识传统第二节 媒介身份研究的核心理念群一、全景全息视野二、规范背景与自组织原则三、复杂性思维四、以人为本五、批判和反抗的立场六、开放的本体论与动态研究七、间性和交叉性第三节 媒介身份的基本框架、研究范畴和基本方法一、媒介身份的基本框架二、媒介身份研究的范畴三、研究方法第四节 理论对话一、场域理论与媒介研究二、生态学与媒介研究小结 媒介身份研究的未来可能性第三章 观念与信念及其生命力第一节 观念是什么第二节 观念的生态学一、观念形成世界二、社会文化生产观念三、人作为“酵母”及其作用原理第三节 观念的特征(内在).....第四章 大众传播媒介的身份分析第五章 当代中国媒介的身份资源第六章 新的媒体身份建构尝试与失败第七章 文化断裂与身份危机第八章 媒介人与职业身份危机第九章 重建中国媒体身份平衡结语参考文献后记

## &lt;&lt;媒介身份论&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 媒介身份概念的提出 第一节 身份观念史 “身份”这个词在现代汉语的语境中一般被理解为出身、社会地位，或者出身、地位和资格。

一般是作为一种社会和法律用语，与中国传统的位格区分相关，这也是日常使用、理解的中心语义。然而“身份”一词的出现也与西方的“identity”有着密切的关系。

（在我国，有时被翻译为“认同”或者“同一性”，但是我们认为使用身份这个词更加贴切些，非常符合中国的语言习惯，也更符合我们论述的需要）“身份”最早的意思是“同一性”，在英语中，表示某些事物是相同的，一致的，或者就是它本身。

蕴涵着“整一性”、“个体性”、“个别性”、“独立存在”，或“一种确定的特性组合”等意思。

同时，随着社会、政治、经济、心理学，特别是文化研究的话语介入，使身份概念远远超出了出身或者地位的意蕴，涵盖了许多相互联系、混杂甚至矛盾的话语领域，拥有更加丰富的内涵。

<<媒介身份论>>

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>