第一图书网, tushu007.com

<<媒介品牌论>>

图书基本信息

书名：<<媒介品牌论>>

13位ISBN编号：9787811271003

10位ISBN编号：7811271001

出版时间：2008-3

出版时间：北京科文图书业信息技术有限公司

作者：陈兵

页数：286

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

反映媒介品牌研究在圈内外的最新成果与信息，主要内容有媒介的文化与商业困境、媒介品牌消费的受众心理、受众导向的媒介品牌传播观点、基于核心价值的媒介品牌建构、媒介品牌叙事、媒介品牌价值的评估、媒介品牌核心竞争力的培育等。
内容翔实，观点新颖，具有科学性，前沿性与可读性。
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。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陈兵，江苏启东人。
浙江大学传播研究所博士。
现为浙江传媒学院管理学院副院长、副教授，浙江省新世纪151人才工程培养对象，浙江传媒学院中青年学科带头人。
研究方向：媒介管理学、传播学。
已负责完成两项浙江省社科规划项目，参与完成国家级和省部级课题五项。
著有《电视

<<媒介品牌论>>

书籍目录

绪论　一　媒介无处不在　二　问题的提出与本书的缘起　三　国内外研究动态述评　四　本书的研究体系、研究方法与可能的创新　第一章　文化与商业困境中的媒介　第一节　媒介的疾病　一、批判视野里的媒介　二、媒介的退化　三、歃血同盟的资本经营者、政党与媒介　四、媒介集团化隐藏了什么　第二节　受众渐行渐远　一、被媒介侵蚀的人类　二、消费社会的非理性媒介需求　三、机器或者马桶　四、焦虑、丧失自主与脱离肉体效应　第三节　媒介的文化与商业困境　一、作为文化形态的媒介　二、商业化导致的媒介文化异化　三、广告的冲击　四、渐入困境　五、媒介生态的失衡与平衡　第四节　媒介品牌——文化与商业的契合　一、需要沟通的文化与商业　二、为什么需要建构媒介品牌　三、追问媒介品牌　第二章　“媒介品牌-受众”关系：媒介品牌建构的根基　第一节　媒介品牌消费的受众心理分析　一、接受理论与接受美学的启示　二、自我观念理论：一个值得信赖的解释　三、心理学模式的方法论意义　第二节　媒介品牌与受众态度、行为的关系　一、一种成长的行为　二、品牌意识、品牌联想、品牌态度与品牌行为　第三节　媒介品牌忠诚：时间的信徒　一、媒介品牌忠诚是什么　二、品牌忠诚≠受众忠诚　三、品牌忠诚拉动受众忠诚　四、忠诚与伪忠诚　第四节　受众的媒介品牌转换行为　一、无法摆脱的受众不忠诚行为　二、正在经历这场严冬　三、真实性不容亵渎　第五节　媒介品牌崇拜：一个难以企及的理想　一、媒介品牌崇拜的社会心理学成因　二、教徒般的虔诚　三、媒介品牌崇拜的“二元架构”　第三章　理性回归：受众导向的媒介品牌传播第四章　困境中的崛起：基于核心价值的媒介品牌建构第五章　超越物质的神圣理念：媒介品牌叙事第六章　媒介竞争主战场：塑造品牌核心价值第七章　创造核心竞争力：媒介品牌建构的战略思维主要参考资料后记

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

第一章　文化与商业困境中的媒介　　媒介在消费我们，媒介在影响我们，媒介在改变我们，媒介在嘲笑我们。

大众媒介影响着人的观念与思维方式。

大众媒介对社会的重要影响力来源于它与政权、商业、文化、价值、意识形态之间密不可分的关系。

大众媒介在今天如此受关注，主要原因就在于几乎每一个人都已经裹挟其中。

本章首先以传播批判理论论述大众媒介与受众在这个时代的蜕变，然后分析媒介机构已存在的文化与商业困境，阐述建构媒介品牌是一个解决困境的重要手段与方式，并说明媒介品牌的真正内涵。

第一节　媒介的疾病　　媒介发展的速度如同疾病和瘟疫的流行。

媒介以悄然的力量俘虏了大众，剥夺了我们大量的时光。

它制造瞬息万变的震撼刺激人的眼球，几乎控制了人的社会生活的所有方面。

媒介以侵犯人日常生活的方式让人束手就擒。

一、批判视野里的媒介　　“大众文化是通过大批量生产的工业技术制造出来的，为了牟利而向群体的公共消费者销售的通俗文化。

”通俗文化也多借助于媒介进行传播，这导致了通俗文化与大众文化越来越融为一体。

所以有人认为：在今天的现代社会中，这两个词几乎同义。

在对大众文化的讨伐声里，法兰克福学派的大众文化批判理论不但体系严密，而且声音尖锐。

以马尔库塞、阿多诺、弗罗姆等人为代表人物的这一理论，将批判的矛头直接指向现代社会。

马尔库塞（Herbert Marcuse）在《单向度的人》中指出，社会可以借助广播、媒介、电影、报刊、广告等加强对人心理的控制和操纵，使人最终丧失那种人之所以成其为人的“内在的自由”。

而阿多诺（Theodor W.Adorno）将对大众文化的批判置于首当其冲的位置。

在他眼里，“大众文化具有商品拜物教特性”，“大众文化生产的标准化、齐一化，导致扼杀个性”，“大众文化是一种支配力量，具有强制性”，而且大众文化“剥夺了个人的自由选择”。

第一图书网, tushu007.com

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