

《大众传媒革命（新闻与传播学译丛·国外经典教材系列）》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2014年02月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787300186511

内容简介

本书与其他传播类基础教材似乎并无二致，但是深入其中，“革命”的蕴意（虽然字面上并非言必如此）渗透字里行间。从印刷媒体的兴衰到新媒体给世界带来的冲击，本书带领读者穿越大众传媒的历史，借此阐释这样一个事实：大众传媒的历史由一系列技术带动的革命构成，而且每次传媒革命都带来了社会、文化、政治的巨大变革。如作者所言，“要理解我们今天所处的位置，就必须了解是过去发生的什么事情把我们带到了这个地方。”读完此书，无论是大众传媒消费者，还是大众传媒（未来的）工作者，可能都会更清醒、更清楚地看待自己身处的传媒世界。

面向数字土著 本书是一本面向“数字土著”的传播学教材。这本书的写作、设计目的是要迎合出生于数字时代的学生的胃口（作者称这一代人为“数字土著”）。他们技术上老练，在进入大学之前已经掌握了数字时代寻求社会与学业生存的必备本领：拥有Facebook账户、发Twitter、玩儿智能手机和博客……他们泡在网上的时间比花在图书馆里的时间要长；用文字表达比交谈多；而更重要的是，他们通常是同时拥有花样繁多的交流平台，习惯了以自己喜欢的方式消费媒体。

[显示全部信息](#)

作者简介

查尔斯·斯特林是一位获奖的纪录片制片人，曾经做过电视调查报道记者和编剧。在三十余年的职业生涯中，他制作了总时长超过60小时的电视纪录片，包括A&E电视网黄金时段的系列片《调查报道》和《古老的秘密》，以及一些专门在美国公共广播公司播出的纪录片。斯特林还与世界十位主要的人文主义思想家（包括人类学家玛格丽特米德、心理学家卡尔罗杰斯和人类学家阿什利蒙塔古）共同制作了一个全国性的媒体项目，并被美国著名的传媒教育机构、新媒体研究重镇波因特学院聘请，为公共广播公司制作反映美国新闻媒体主要人物的纪录片《新闻领袖》，产生了重大影响。

斯特林痴迷于传媒技术的未来发展，特别是互联网的演进、大众传媒聚合以及基于人工智能的专家系统。他为在线培训和高校课堂的“混合式”学习，开发了利用综合内容传递平台制作短纪录片视频的创新方法。2001年，斯特林加入世界上网络高等教育的领先者——美国马里兰大学。在这里，他充分利用自己对大众传媒演进和以媒介为基础进行混合式学习的兴趣，开设了一系列大众传播课程。今天，他继续研究如何在多媒体和在线教学环境下，用创新的方法与形形色色的学生进行接触、交流，并同时继续从事纪录片制作人、编剧和作家的的工作。

目录

第一部分铺就通向今天大众传媒之路

第1章 引言

《大众传媒革命》的体例与方法

研究大众传媒

文化与大众传媒:分享我们知道的东西

从我村到地球村

聚合:理解数字时代的大众传媒

受众趋向:消费者想要什么

为什么受众总被研究?

结论:用批判的视角理解新的大众传媒

思考题

第2章 大众传媒:历史简述

故事讲述者

抄录者第一部分铺就通向今天大众传媒之路第1章引言 《大众传媒革命》的体例与方法

研究大众传媒 文化与大众传媒:分享我们知道的东西 从我村到地球村

聚合:理解数字时代的大众传媒 受众趋向:消费者想要什么 为什么受众总被研究?

结论:用批判的视角理解新的大众传媒 思考题第2章大众传媒:历史简述 故事讲述者

抄录者 视觉艺术家 印刷者和出版者 新闻制造者 摄影师 音乐制作人 无线电广播

电影制作者 电视制作者 数字时代的黎明 结论:大众传媒聚合 思考题

第3章 媒介技术与变革的动力 技术创新的阶段 奔向未来:技术对大众传媒的影响

印刷媒介的生与死 结论:适应变革 思考题第二部分媒介内容与平台的演变第4章印刷媒体

早期美国报纸 杂志业的兴起 图书业的发展 技术延展印刷媒体 出版王朝的诞生

印刷媒介追求视觉效果 连环画产业 绘画小说 20世纪的报业 20世纪的杂志业

20世纪的图书业 结论:印刷媒体能在数字革命中存活下来吗? 思考题第5章音乐和广播

音乐和录音的文化影响力 无线电广播产业的诞生 流行音乐:第一次文化转向

新声音,旧声音 革命的音乐:第二次文化转向 音乐风格的多样化

音乐电视和音乐视频的诞生 另类音乐和独立音乐 另类音乐之垃圾摇滚 嘻哈文化运动

音乐和广播转型进入数字时代 点对点文件分享技术彻底改变音乐

结论:音乐和电台广播的融合及持续 思考题第6章电影和电视 电影叙事 电影早期革新者

好莱坞片场制度兴起 好莱坞黄金时代 五大电影公司开始失去权力 外国电影风格的影响

神奇的特效 电视叙事 电视的演变 电视类型 有线电视革新内容 冲突的未来电视愿景

结论:观众推动电影和电视的未来 思考题第7章新媒体 什么是新媒体?新媒体从哪里来?

互联网的创新者和远见者 重新发现文本:电子邮件和短信 动态的新媒体

媒介聚合:当下潮流 连接你我:21世纪的社交网络现象 关注我的推特账户

新媒体政治:从草根到主流 游戏的一代 虚拟世界:在交替现实里游戏

结论:新新媒体及其对社会和文化的影响 思考题

第三部分媒介产业、媒介经济学和媒介法规第8章广告与公共关系 追踪美国广告历史

广告就在我们身边 产品亲和力:让我们要它 窄播:连接消费者和产品

广告植入:没有广告的广告 打破常规:21世纪的广告 商业广告的影响

政治广告:让我们投它一票 公共关系:建立、管理形象 追溯美国公关行业历史

当今的公关行业 开发公众兴趣:狗仔队和促销员 培养大众信任:公关的职业伦理

提升社会认知度:公益广告 促进沟通:新公关的多样性 结论:销售理念、设计认知 思考题

第9章传媒产业 回顾美国的传媒所有制 来自董事会的内容控制 媒介经济学:三种模式
联邦通信委员会 音乐和唱片行业 电台广播产业 电视和电影业 受众为“王”
给被动媒介消费者以动力 媒介全球化的影响 结论:拯救数字时代的大众传媒产业 思考题
第10章媒体偏见 媒体总是有偏见? 包装媒体偏见 媒体偏见类型 媒体偏见的经济学
博客的偏见 主流媒体偏向自由主义? 区分事实和观点 结论:美国媒体偏见的影
响是什么?
思考题第11章大众传媒法与职业伦理 大众传媒法律简史 诽谤 媒介与隐私
大众传媒法与国家安全 版权法的历史渊源 正当使用原则 数字作品的版权和
所有权
在全球推行版权法 新闻采集与保密 色情:表达自由还是淫秽? 道德伦理与
大众传媒
一个聚合世界的道德挑战 结论:我们负有法律和伦理责任 思考题
第四部分你与媒介体验和文化第12章摄影在大众传媒中的力量 大众传媒
中的视觉传播
在视觉媒体中发现意义 摄影与当代文化 新闻摄影:作为大众传播工具的图
像
数字时代下的摄影 结论:摄影图片的大众传媒影响 思考题第13章数字千
年的新闻业
为数字千年再造新闻业 网络世界的新闻:另一种形式和方式
新闻报道、写作和编辑的新世界 背包新闻:用较少资源传递更多信息
新新闻主义的独特伦理挑战 结论:新闻业的使命依旧未变 思考题
第14章媒体对全球舞台的影响 大众传媒的角色 全球大众传媒体系
发展中的大众传媒体系 大众传媒与文化语境 媒介文化为生存竞争 媒体统
治和全球市场
大众传媒和全球外交 通过媒介技术实现全球社区平等 结论:大众传媒的
变革力量 思考题
第15章美国媒体的多样性 美国拉美裔媒体的先驱 美国黑人媒体的先锋
早期美国媒体中的女性先驱 亚裔媒体先驱 同性恋媒体的先驱
结论:通向更多样的未来之路 思考题第16章为数字时代大众传媒工作 大
众传媒就业趋势
媒体行业概览 在传媒业取得成功 结论:让这个行业需要你 思考题词汇
表参考文献索引
译后记

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)