

# 《电视文化与农民意识变迁》

## 图书基本信息

书名：《电视文化与农民意识变迁》

13位ISBN编号：9787209069496

10位ISBN编号：7209069496

出版时间：2012-12

出版社：山东人民出版社

作者：戴俊潭

页数：250

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《电视文化与农民意识变迁》

## 内容概要

《电视文化与农民意识变迁》从浪漫现实主义的理想出发，以人文主义精神为研究态度，以精神分析理论为研究框架，以农民意识的现代化变迁为研究方向，以中国特色的电视文化建构为研究主体，尝试将电视文化研究与中国农民意识变迁相融合，将理论分析与现实剖解相结合，破解市场化时代中国对农电视传播的现实难题与电视文化生态的重构思路。

# 《电视文化与农民意识变迁》

## 书籍目录

自强不息厚德载物——《临沂大学博士教授文库》总序 自序：“蝶变”之路 导言 第一章精神分析：解读电视文化与农民意识变迁的一种视角 第一节关键词的框定 一、电视文化：一组概念的分析 二、农民意识变迁：在中国现代化进程中的意义凸显 三、电视对农传播实践：政治、市场与公共逻辑的共生 第二节精神分析理论框架中的电视文化与农民意识 一、精神分析理论：从弗洛伊德到弗洛姆 二、作为“欲望机器”的电视：电视文化的精神分析视角 三、“生产性取向”：农民意识变迁与现代人格重塑 第三节本研究的其他说明 一、研究缘起：人的现代化之于“农民中国”的意义 二、研究综述 三、资料说明 第二章视听导师：电视传播与农民意识的现代化转型何以可能 第一节传媒与现代化：发展传播学的观点 第二节传媒的力量：发展传播经典学说及其理论演进 一、勒纳与传媒“移情”说 二、施拉姆与传媒“功能”说 三、罗杰斯与“创新扩散”说 四、传媒功能反思与理论演进 第三章历史考察：现代化进程中的大众传播实践与农民意识改造 第一节乡土重建与历史两难：中国乡村现代化探索及农民意识改造 一、文化改良：以梁漱溟为代表的乡村建设运动 二、制度改革：以毛泽东为代表的共产党人的探索 三、草根工业的乡土再造：以费孝通为代表的社会学派的探索 第二节历史两难下的传媒实践：现代化进程中大众传媒的对农传播 一、觉悟到乡村：乡村建设运动中的纸媒传播 二、“多快好省”建设社会主义：人民公社化运动中的广播传播 三、从发家致富到新型农民：改革开放进程中的电视对农传播 第四章传受错位：当代电视文化生产与对农传播生态 第一节市场逻辑：转型期中国电视的文化生产 一、转型期中国电视文化生产变化的影响因素 二、转型期中国电视文化生产的市场化 第二节文化症候：当代大众文化语境下的电视生产 一、大众文化的概念 二、电视大众文化 三、当代中国电视传播中大众文化的“力比多”生产倾向 四、转型期中国电视文化的“后现代”表征 第三节“弱势”的农民与“强势”的电视：转型期中国农民的传播生态 一、电视文化传播生态中的农民受众群 二、农民在电视传播中的“边缘化” 第五章非生产性人格：传统农民意识特征及其病因分析 第一节时代新质与传统积淀：转型期中国农民的意识结构特征 第二节传统性格：中国农民的集体心理结构 一、“家国同构”的传统政治意识 二、“此世”主义的传统宗教意识 三、“差序和谐”的传统伦理意识 四、“理性小农”的传统价值观 第三节“病因”分析：中国农民传统意识的生成 一、自给自足的自然经济条件 二、家国一体的社会政治结构 三、多重压迫下的弱者地位 四、大传统与小传统共构的伦理文化氛围 第四节“人格分裂”：中国农民传统意识的非主体价值自我与二极化结构 一、务实求验与虚幻空想 二、现实不满与消极自满 三、自强不息与自我沦丧 四、求稳心态与急躁跃进 第五节生产性人格：传统农民意识的蜕变路向 第六章现代人格塑造：当代中国电视传媒对农传播的文化路向 第一节传统的断裂：电视传媒的现代性启蒙与文化迷失 一、电视传媒与农民的现代性启蒙 二、电视文化与现代性迷失 第二节焦虑与升华：农民意识现代化的主体性人格诉求 一、纠结于“生活之累”与“生命之轻”中的现代性焦虑 二、消费主义意识形态与视像的欲望化生产 三、精神危机与农民现代人格的主体性诉求 第三节意义生产：当代电视文化传播与现代化人格重塑 一、电视文化传播与农民意识现代化的自我实现需要 二、电视文化传播与农民意识现代化的生产性人格要求 三、电视文化传播与农民意识现代化的自我统一性要求 第七章范式转移：当下中国电视对农传播文化生态重建 第一节观念范式：可持续发展与电视对农传播生态重建 第二节制度范式：对农电视传播文化生态重建中的政府角色 一、公共领域视野下对农电视传播的公共性特征分析 二、政府在对农电视传播中的调控缺位 三、对农电视传播中的政府角色与制度构建 第三节媒介范式：电视媒体对农传播文化生态的重建 一、电视媒体在对农传播中的角色与地位分析 二、个案剖析：对农电视节目《乡村发现》之再发现 结语：怀着“乡愁”守望“家园” 一、总体判断：人文精神失守下的当代电视文化建设方向 二、思路悬设：农民意识变迁视阈下的电视文化生态重建路径 参考文献 后记

# 《电视文化与农民意识变迁》

## 章节摘录

版权页： 1.视听革命：电视文化与视觉化转向 我们之所以说电视文化是以电视技术为手段和载体进行生产和消费的文化形态和生活方式，是由于当今人类文明已经跨越图画时代、文字时代、印刷时代而进入一个全新的精神交往阶段——视像时代。所谓视像，并非“视觉图像”一词的简称与缩写，而是意指伴随现代电子传媒技术发展起来的，以电视、网络为主要传播工具，以作用于人们视、听觉器官为主要目标的图像艺术。正是影视技术的发明及其在人类现实生活中的广泛运用，标志着视像时代的到来，它第一次将普通大众纳入当下的文化范畴并使之成为当代大众文化的主体。因此，视像时代的来临，不仅意味着对人类传统审美经验的冲击与颠覆，也意味着人类精神交往方式与人际关系的变更与重构，同时还意味着人类文化理念的重新确立与社会文化结构的重新整合。在这个“视像时代”，人们转向以视觉化的方式来把握世界，人类的日常生活和文化越来越依赖于视觉，视觉传播日益成为人类传播中占主导地位的传播方式，并深刻地影响和改变着我们的生活方式和思维方式。电视建构了当今人类文化的视像，充当了现代生活的“文化图腾”，它“充分利用和开发了人类认识事物的两种主要途径：视觉和听觉，是现代技术综合运用的产物，以动态代替了书本的静态表现，以具象代替抽象，以形象代替概念”。以视觉传播为主的电视文化在媒体系统中处于支配地位，成为最主流的文化生活方式，与人们的日常生活息息相关。电视以其强有力的视觉冲击力改变了传统文化的表现和存在形态以及固有风格。正如加拿大社会学家克楼克与库克曾经说过的那样：凡是没有进入电视的真实世界，凡是没有成为电视所指涉的认同原则，凡是没有经由电视处理的现象与人事，在当代文化的主流趋势里都成了边缘，电视是“绝对卓越”的权力关系的科技器物。在后现代的文化里，电视并不是社会的反映，恰恰相反，“社会是电视的反映”。学者陈立旭认为，电视所引领的视觉文化时代的到来，意味着大众把握世界的方式将发生一个根本的转折，即由依赖于亲身经历和语言转向依赖于视觉、影像、形象，它们可以轻易地说服无数双眼睛，从而成为现代居民想象和观察社区、城市、国家、世界乃至浩瀚宇宙的基础或唯一的窗口。

# 《电视文化与农民意识变迁》

## 编辑推荐

《电视文化与农民意识变迁》由山东人民出版社出版。

# 《电视文化与农民意识变迁》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)