

<<媒体与日本人>>

图书基本信息

书名：<<媒体与日本人>>

13位ISBN编号：9787305108372

10位ISBN编号：7305108375

出版时间：2013-1

出版时间：桥元良明、何慈毅、陈唯 南京大学出版社 (2013-01出版)

作者：桥元良明

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>

## <<媒体与日本人>>

### 内容概要

《媒体与日本人:日常生活的演变》内容简介：电视是以单方面的信息流通为基础的，而因特网的信息流通则是双向的。

此外，在可以进行一对若干的交流这一点上，因特网和电话是有很大的区别的。

可以想象，在通过各种意见的交流而形成“舆论”的过程中，这些特性带来了前所未有的变化。

在网络上，很多时候我们与之交流的对象是没有共同的价值观和背景知识的。

还有在关于互相之间对信息的理解方面，很多时候不能充分传达自己真正的意图而增添焦虑。

.....由于在许多网络上的语言空间中是用匿名来相互发送信息的，所以不会太在意别人会怎么评价自己的行为，也不用承受社会规范的抑制，这就容易产生缺乏责任感的无礼发言。

许多这样的发言都是没有经过推敲就被随性地放到了网络上。

一个人随性的发言成为一个导火线，就演变成互相语言暴力的回击，于是不断地发表含有恶意的过激言论，进而造成网站的“爆炸”。

<<媒体与日本人>>

作者简介

作者：（日本）桥元良明 译者：何慈毅 陈唯 桥元良明，1955年出生于日本京都市。

现为日本东京大学教授，专业方向为媒体社会心理学分析、信息行动等。

主要著作有《背理的媒体》（劲草书房）、《信息学的招待》（大修馆书店）、《媒体信息学》（大修馆书店）、《信息化与社会生活》（北树出版）等。

## &lt;&lt;媒体与日本人&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章日本人接受媒体的方式与过程 / 1 第一节近代日本人的信息意识 / 1 第二节报纸的发行与普及 / 4 第三节收音机广播的普及 / 9 第四节电话的登场及其影响 / 14 第五节电视的冲击 / 20 第六节英特网的渗透 / 26 第二章媒体的应用状况发生了怎样的变化——1995—2010年 / 32 第一节跌宕起伏的15年 / 32 第二节电视 / 35 第三节报纸 / 41 第四节英特网 / 45 第五节广播 / 51 第六节书籍和杂志 / 53 第七节电话 / 59 第三章思考媒体的“坏影响”——围绕电视和英特网的研究 / 61 第一节对新媒体的恐惧 / 61 第二节媒体与暴力 / 64 第三节电视是否阻碍孩子的身心成长？ / 72 第四节英特网使人孤独吗？ / 80 第五节“网络舆论”极端化 / 88 第四章网络时代的心理状态——手机+网络的魅力 / 92 第一节“数字原生代”和“新数字原生代” / 92 第二节持有怎样的心态 / 96 第三节为什么会被网络吸引 / 105 第四节网络依赖和人际关系的障碍 / 110 终章面向媒体的未来 / 114 第一节网络在侵蚀电视吗？ / 114 第二节“时间替代”和“功能替代” / 117 第三节媒体的力量 / 120 后记 / 123 资料 / 125

## &lt;&lt;媒体与日本人&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：因此可以说由电视所定格的主观性现实在整个国民阶层中同质化了。

对普及初期影响的调查日本开始播放电视是在1953年，电视的家庭普及率突破50%是在1961年，但是早在1957年和1959年，NHK广播文化研究所就对电视产生的影响就进行过调查。

当时日本还有5成以上的家庭没有安装电视，所以能够对有电视和没有电视的家庭进行比较以及对购买电视以前和以后的变化进行比较，因此这是一次非常难得的调查。

其中主要是对看电视给孩子们的生活行为、读书时间和学习时间的变化以及行为和性格的形成所带来的影响进行了实地调查。

调查结果表明，因为看电视，孩子们的学习时间、读书时间以及帮忙做家务的时间减少了，也就是所谓的电视代替了部分时间。

另一方面，电视又几乎没有影响到社会性活动的时间，并且也没有发现诸如闭门不出、减少活动、被朋友孤立而产生逃避现实的倾向等之类的性格内向化的现象。

这个调查结果即使在现在也同样是适用的。

对家庭生活的影响从家庭来看，一家人同在位于客厅一角的电视机前观看电视，这无论是从物理空间上还是精神上来讲都促进了家庭的团结，形成了所谓的“一家团圆”。

另外，和广播的影响一样，国民的时间与电视的播放时间也越来越同步。

配合电视业界采用的15分、30分这样的循环时钟体系，人们的时间节奏感也被植入七点、八点这样的整点概念。

视觉信息的重现电视在精神世界方面的最大“贡献”，是恢复了对原始的视觉世界的重视。

灵长类生物本来就擅长对视觉的处理。

当人类和猿猴的祖先在开始“森林生活”的时候，生活空间就扩大到了三维立体，要想从这个树枝移动到另一个树枝，要想摘采树上的果实或者捕猎小动物，这些活动都需要进行复杂的视觉信息的处理。

事实上，视觉神经拥有100万条的神经纤维，而与听觉神经有关的耳蜗神经却大约只有3万根神经细胞。

根据对罗猴的研究，我们知道与视觉相关联的大脑皮层的总面积大约占到了全部大脑新皮质的一半，而与听觉关联的大脑皮质仅限于侧头叶上部，只占了整体大脑新皮质的5%左右（三上章允的《对大脑了解到了什么程度》）。

但是在人类的进化过程中，作为听觉信号的声音交流得到了发展。

这是因为声音具备了在夜间也容易传达、花一点精力就能发出信号、在24小时以内不给大脑增添负担的情况下也能接收信号、可以与逃走等其他行为同时进行等条件。

文字是把声音视觉化了的产物，因此，它不能满足作为视觉动物的人类的特性。

之后虽然照片、电影等视觉性的媒体得到了发展，但就处理能力而言，人类能够把具有压倒性优势的视觉信息日常性地、完全地上载到媒体交流中，还是在出现电视以后的事情了。

在电视普及以后，无论是杂志还是书籍都开始频繁使用照片等图像元素，这与电视刺激了视觉动物的本能不无关系吧。

电视与大众社会电视不仅描述现实中发生的事件，也描写虚幻的故事。

比如通过看电视剧，人们就能了解到远离我们自己现实生活的他人世界，诸如幸福的家庭、富人的生活、美国人的生活方式等等。

与商业广告的效果相辅相成，洗衣机、冰箱、吸尘器等耐用消费品也在电视登场以后迅速地普及到了日本人的家庭之中，出现这样的情况可以说电视的作用是绝对不小的。

要说电视与生活方式的关联，例如现代日本人的美食意识和品牌意识，可以说都是由经济实力的提高与电视信息节目相互作用所带来的效果之一。

<<媒体与日本人>>

编辑推荐

《媒体与日本人:日常生活的演变》由能够为大家提供一些线索，能使我们再一次清晰地认识到各种媒体的发展历史和存在意义，考察和了解这些媒体是如何改变并且今后仍将继续改变日本人的生活方式和心理取向的。

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>