

<<大众媒介变迁中的隐私公开现象研究>>

图书基本信息

书名：<<大众媒介变迁中的隐私公开现象研究>>

13位ISBN编号：9787565703881

10位ISBN编号：7565703885

出版时间：2012-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：张晓辉

页数：174

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>

<<大众媒介变迁中的隐私公开现象研究>>

内容概要

《大众媒介变迁中的隐私公开现象研究》对20世纪90年代以来，中国大众传播领域出现的一种现象--个体主动公开隐私，即人们通过各种大众媒介公开自己的隐私世界，包括私人情感和婚姻状态、私密的人际关系、家庭内部矛盾、人生遭遇和困惑、思想世界等等展开研究。

《新闻传播学研究前沿（第2辑）：大众媒介变迁中的隐私公开现象研究》不仅提出了大众媒介在隐私公开中所承担的四种社会附加功能，即媒介的调解功能拟心理咨询功能、弥补尚未完善的社会保障机制功能和宣泄的功能，还指出了媒介这些附加功能的发挥在当前社会环境下持续存在并具有的积极意义。

作者简介

张晓辉，中国传媒大学电视与新闻学院副教授，硕士生导师。
2005年毕业于中国人民大学新闻学院，获传播学博士学位。
主要研究领域为媒介与社会变迁、传播心理学、媒介社会学。
曾在《现代传播》、《国际新闻界》等学术期刊上发表多篇论文。

书籍目录

第一章 隐私领域——一个跨界的主题

隐私的内涵及内容

隐私领域与媒介公共领域由矛盾到融合

隐私公开：从人际交往到大众传播

大众媒介变迁中的隐私公开

大众媒介中隐私公开现象研究的传统范式

本书的研究范围——主动型的隐私公开

研究路径与方法

第二章 经验研究——走进公共空间的隐私领域

隐私公开的类型

个人隐私如何在大众媒介上展现

第三章 经验研究与理论表述——隐私公开解析

大众媒介的社会附加功能——媒介功能的补充

媒介的调解功能——以电视媒介为例

大众媒介的拟心理咨询功能——“广播夜谈节目”分析

弥补尚未完善的社会保障机制的功能——“（大宝）真情互动”

媒介的宣泄功能——“口述实录”

大众媒介传播范式的改变——平民意识确立

名人明星的平民倾向——情感拉近距离

公开情感的普通人

对商业逻辑的理解与遵循——“真人秀”节目上演

互联网的隐私公开——社会多元化表征

第四章 理论的扩展——隐私公开的社会基础

社会文化之变迁

现代社会中的个体生存与表达——大众媒介能做什么

结语：在时代巨变中把握自己

参考文献

致谢

章节摘录

版权页:插图:

<<大众媒介变迁中的隐私公开现象研究>>

编辑推荐

《大众媒介变迁中的隐私公开现象研究》由中国传媒大学出版社出版。

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>