

Media Events



[Media Events_ 下载链接1](#)

著者:Daniel Dayan

出版者:Harvard University Press

出版时间:1994-3-15

装帧:Paperback

isbn:9780674559561

Review

An important work that should be read by everyone in the media and cultural studies and may be involved in the study of other modern institutions and political processes.

--Eric Rothenbuhler (Contemporary Sociology)

The publication of the Media Events is itself a media event of great importance to scholars and professionals in broadcasting and electronic media.

--Michael Real (Journal of Broadcasting and Electronic Media)

Media Events is a feat of scholarship about a medium that tends to defy scholarship. It is a comprehensive, thoughtful, and original delineation of a phenomenon of live television as a powerful social force. This book marks a milestone in the understanding of how we are affected by television.

--Daniel Schorr (National Public Radio)

Product Description

Constituting a new television genre, live broadcasts of "historic" events have become world rituals which, according to Dayan and Katz, have the potential for transforming societies even as they transfix viewers around the globe. Analyzing such public spectacles as the Olympic games, the wedding of Prince Charles and Lady Diana, John F. Kennedy's funeral, the moon landing, and Pope John II's visits to Poland, they offer an ethnography of how media events are scripted, negotiated, performed, celebrated, shamanized, and reviewed.

作者介绍:

目录:

[Media Events_下载链接1](#)

标签

communication

通用-所用语言-英语

读书笔记-进度-未完成

读书笔记-分级-兴趣

读书笔记-出版社-HarvardUniversityPress

文化研究

岭南

图书状态-pdf

评论

研究對象其實是ceremonial media events，作者從中提煉出三種主要類型，但坦言存在其他媒介事件、敘事類型、會引起不同反響。這樣看來，之後的不少批評倒是有點吹毛求疵。當然作者後來也做了修正，用emphasis, performativity, loyalty和shared viewing experience代替之前繁多因素。不過即使是最初值得商榷的理論框架，對我這樣的媒介理論小白也有醍醐灌頂之效。2018-3 於圖書館九樓西

unpleasant reading experience...

中英對照 幹活不累！！！！

Week12

真是经典，好到炸裂！社会学上关于媒介事件的理论讨论和效果的总结，虽然不是经验研究，但是对于研究的启发真的太大了，涉及的面太广了。比现在各种揪着一两个变量不放而对于社会现实无视的“社会科学”研究深刻太多。以及，虽然描述的电视时代和网络时代有着巨大的差异，但是只要沿着这个理论框架去思考，可以想到好多有意思的东西啊。

著者认为媒介事件是alive event，可远地直播，它的重要特征之一是“be-programmed”，所以像Three Mile Island nuclear scare就算关注者众多，但由于并没有经过be-programmed的过程而不能算成媒介事件。在媒介事件的范围内，又可分为三种类型“contest”、“conquest”和“coronation”，该书以实例的方式阐述了这三类事件在传播学、社会学等方面的不同意义及在不同文化框架中的运作和表征。并认为媒介事件对受众发出承担礼仪角色的邀请，若受众接受邀请，那就会与媒介事件中的英雄一起体验“阈限”，事件像圣像一样进入视野，把人们对群体、阶级的虔诚转移到一个焦点上，从而实现和解，引导追随者，激活对乌托邦的期盼，这个过程类似于萨满教。

[Media Events 下载链接1](#)

书评

媒介事件的研究始于上世纪中叶，从李普曼开始，施拉姆、布尔斯廷、费斯克、丹尼尔戴扬与伊莱休卡茨等著名学者，累有著述。李普曼在《公众舆论》中提到“人对于环境的适应是通过虚构的媒介来进行的”，我们对于环境的认识是间接性的，媒介实际上为公众构建了一个由“假事实”组...

《媒介事件》研究的对象是“对电视的节日性收看，即是关于那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件”，这是一个非常有意思的话题，并且对中国观众来说异常熟悉，香港回归、国庆阅兵、奥运比赛、神六发射的各种直播……“媒介事件与其他电视播出方式或样式之间的...

我其实不太懂这本书的精妙之处何在，就是对电视媒介内容的文本分析，就当我没有看懂这本书吧。很可惜这学期没有看到老师对这本书的分析，虽然看了一些针对此书的论文，其中不乏专业大佬，但是终究还是觉得差了点什么，希望之后有机会看到社会学领域的大佬系统的剖析一下这本书...

在读文献时多次遇到了戴扬和卡茨两人，写的文献综述里也转引了两人的媒介事件，但刚开始读这本书时就意识到，作者所指的“媒介事件”与我引用它时指向的概念是不同的。

作者所阐释的“媒介事件”又可称为“电视仪式”、“节日电视”、“文化表演”，是对电视的节日性收看，主要...

[Media Events_下载链接1](#)