第一图书网, tushu007.com

<<当代文化消费与先进文化发展>>

图书基本信息

书名：<<当代文化消费与先进文化发展>>

13位ISBN编号：9787208087620

10位ISBN编号：7208087628

出版时间：2009-10

出版时间：上海人民出版社

作者：戴元光，邱宝林 著

页数：396

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

内容概要

本书是宣传部先进文化研究丛书的一本。
作者首先对文化消费理论的历史沿革及其研究现状进行了解读，紧接着解析了20世纪以来中国先进文化的研究与传播进程，并针对电视、影像、报纸、网络、广告等不同的文化消费领域，透视了文化产品的生产、传播、消费过程及其特点，在此基础上对文化消费与先进文化发展的进行了思考与分析，具有一定的理论与实践意义。

书籍目录

序第一章 文化消费理论：历史沿革与当代解读 一、现代文化消费主义 二、后现代文化消费主义 三、中国文化消费研究的现状第二章 20世纪以来中国先进文化的研究与传播 一、先进文化的研究现状 二、文化进化理论与先进文化发展 三、旧民主主义革命时期先进文化的探索与传播 四、新民主主义革命时期先进文化的探索与传播 五、探索和传播有中国特色社会主义先进文化的曲折之途 六、改革开放时期先进文化建设和传播的求索第三章 电视娱乐文化勾画消费社会图景 一、娱乐文化的发展 二、视觉文化时代娱乐的图像化特征 三、当代中国电视娱乐文化的发展历程 四、多重力量的竞技场——娱乐文化系统解析 五、消费社会图景的建构：电视娱乐文化意义生产与传播 六、消费语境中电视娱乐文化的历史责任第四章 全球视野与民族认同：当代影像生产与消费 一、文本书写：追寻身份的城市空间 二、类型突围：青年影像的类型片生产与消费 三、传播策略：跨文化与民族认同第五章 都市消费文化与新兴报纸——以上海为例 一、上海与上海报纸 二、传播中的开放体系——上海新兴报纸 三、上海新兴报纸的文化意义 四、新兴报纸与城市文化：在矛盾中互动第六章 网络社会的分化与重构：上海网络文化研究 一、网络传播研究轨迹 二、上海互联网发展分析 三、上海网络文化传播的受众分析 四、上海网络文化的重构及社会分化 五、上海网络文化传播现状检讨第七章 广告文化消费：悖论与可持续发展 一、广告的文化功能 二、中国广告的文化功能 三、广告功能的文化批判 四、先进文化与社会可持续发展 五、中国广告文化的可持续发展道路跋

编辑推荐

《当代文化消费与先进文化发展》研究的主要思路是：从调查“九五”期间城乡文化消费状况人手，揭示文化消费和先进文化发展的关系，研究小康社会文化消费的结构、需求和发展趋势。

第一图书网, tushu007.com

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