

图书基本信息

书名：<<传播与生活/传媒与文化研究丛书 - 中国当代社会手机文化研究>>

13位ISBN编号：9787508046839

10位ISBN编号：7508046838

出版时间：2008-6

出版时间：华夏出版社

作者：王萍

页数：207

字数：236000

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

本文共分为七个部分。

绪论：主要介绍了本研究的缘起、选题的意义、本课题的研究现状、价值取向以及研究思路和基本框架。

第一章：首先对本文的研究对象——手机文化的概念做出界定，分析手机文化生发和传播的现实语境，并对手机文化的整体特征开展分析和阐述。

第二章：从技术文化的角度对手机文化开展研究。

作者在第一节和第二节首先对手机媒介的属性做出界定，梳理了手机传播技术的发展历程，分析了手机传播技术的特征和传播优势，并对手机技术未来的发展走向做出预测。

在第三节作者分析了手机媒介如何重构中国当代社会生活中的时间和空间观念，接着探讨了手机媒介对社会生活中的交往规则以及交往行为产生的影响，并对手机媒介在社会生活中的公权和私权领域的应用作了解析，最后对手机媒介的技术异化力量和人的主体性之间的关系进行了反思。

第三章：从大众文化的角度对手机文化进行研究。

首先对中国当代媒介文化发展的原因及现状作全景式的略描，并厘清研究中国当代媒介文化应有的学术立场和价值取向，在此基础上导出对媒介文化亚文化之一——手机媒介文化的研究。

先提出手机文化产品生产的原则，接着分析手机文化产品的生产和媒介表达，最后从学理层面研究手机文化通过内容表征的文化特质。

第四章：从消费文化的角度对手机文化进行研究。

首先依据“使用与满足”理论，以定量研究的方法对手机在中国的消费现状展开分析，在此基础上以定性研究的方法对中国当代消费文化的亚文化之一——手机消费文化的性质做出归纳，最后对手机消费文化的重要表征——手机广告做个案研究。

第五章：在前四章研究的基础上，对手机文化建设面临的问题进行分析，并提出相应的对策。

结语部分：对全文做概括性总结，并对研究中的不足及需要进一步深入研究的问题做出说明。

#### 作者简介

王萍，女，2008年获四川大学文学与新闻学院文化与传媒方向博士学位，现任教于成都理工大学新闻传播系，副教授。

主研多项省部级科研课题，发表论文二十多篇，合著《现代广告与传统文化》《新闻发言人理论与实务》等。

书籍目录

绪言 一、问题的缘起 二、选题的意义 (一)传播学意义 (二)文化学意义 (三)社会学意义 三、本课题的研究现状 (一)媒介文化方面 (二)消费文化方面 (三)社会学方面 (四)社会学和传播学的交叉研究方面 四、本课题的研究取向 五、本课题的研究思路和基本框架

第一章 手机文化的提出 第一节 手机文化的界定 一、作为一种社会文化现象的媒介文化 二、作为一种亚媒介文化的手机文化 第二节 手机文化生发的现实语境 一、工业化的社会生产方式造就了手机媒介本体的技术文化 二、消费化的生活方式促成了手机媒介“使用与满足”的消费文化 三、大众化的社会文化是手机媒介传播的主要内容 四、高流动的城市化社会生活使手机文化影响力日益深远 五、媒介化的社会形态与手机文化形成互构关系 第三节 手机文化的总体特征 一、流动的文化 二、迷你的文化 三、瞬时性的速度文化 四、全民参与的文化 五、强势的文化

第二章 手机媒介本体的技术文化研究 第一节 手机媒介传播的技术手段回溯 一、手机媒介：传播中的演进 二、手机媒介的发展趋势预测 第二节 手机文化创生的传播技术基础：手机媒介的本体观照 一、手机媒介的界定 二、手机媒介的属性辨析 三、手机媒介传播的五大技术优势 第三节 手机媒介技术建构的社会生活方式 一、手机媒介传播时代的时间和空间观 二、手机媒介传播时代的社会交往 三、手机媒介传播时代的公权力与私权力 四、手机媒介传播时代的技术观

第三章 手机媒介传播的大众文化研究 第一节 作为大众文化亚文化的中国当代媒介文化现状 第二节 手机文化产品的生产与媒介表达 一、手机文化产品的生产原则 二、手机文化产品的媒介表达 第三节 手机文化审美 一、情感体验娱乐化 二、民众参与普适化 三、自我表达个性化

……第四章 手机媒体“使用与满足”的消费文化研究第五章 手机文化建设的策略研究结语

## 章节摘录

手机媒介正以强势姿态全面介入传播领域、大众文化领域和社会生活。

本书秉承文化批评和社会学的研究旨趣，以中国当代社会为语境，以手机文化为对象，用社会学的视野、历史学的方法、文化学的思考、经济学的分析交织成对手机文化的认识，以期提供解读手机媒介的一种角度和这种角度下的即时观察。

编辑推荐

手机媒介正以强势姿态全面介入传播领域、大众文化领域和社会生活。

《传播与生活:中国当代社会手机文化研究》禀承文化批评和社会学的研究旨趣,以中国当代社会为语境,以手机文化为对象,用社会学的视野、历史学的方法、文化学的思考、经济学的分析,交织成对手机文化的认识,以期提供解读手机媒介的一种角度和这种角度下的即时观察。

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>