

<<战后日本出版文化研究>>

图书基本信息

书名：<<战后日本出版文化研究>>

13位ISBN编号：9787800409301

10位ISBN编号：7800409309

出版时间：2009-1

出版时间：昆仑出版社

作者：诸葛蔚东

页数：299

字数：244000

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>

<<战后日本出版文化研究>>

前言

我们正处在一个新的“世纪末”中。
所谓“世纪”和“世纪末”，本来是人为地创造出来的。
非若大自然中的春、夏、秋、冬，秩序井然，不可更易，而且每岁皆然，决不失信。
“世纪”则不同，没有耶稣，何来“世纪”？
没有“世纪”，何来“世纪末”？
道理极明白易懂。
然而一旦创造了出来，它就产生了影响，就有了威力。
上一个“世纪末”，19世纪的“世纪末”，在西方文学艺术等意识形态领域中就出现过许多怪异现象，甚至有了“世纪末病”这样的名词，这是众所周知的事实，无待辩论与争论。
当前这一个“世纪末”怎样呢？
我看也不例外。

世

<<战后日本出版文化研究>>

内容概要

经过美国式的民主化改革，战后日本出版业实现了产业化革命，创造出了发展和繁荣的神话。在探讨战后日本出版业迅速的发展的原因时，可以发现，战后日本出版物中多元化的价值取向，是战后日本出版业中一个极为活跃的动原，对于推动日本出版业的发展和出版市场的形成具有重要作用。本书拟就战后日本出版物中多元化的价值取向的形成和变迁过程进行一番考察，并对战后日本出版业的形成和发展轨迹、社会转型时期的读者取向与社会意识的变化，以及出版业与社会的互动关系做具体分析。

<<战后日本出版文化研究>>

作者简介

诸葛蔚东，日本一桥大学社会学博士。
先后供职于中国社会科学院、北京大学等机构。
曾任日本法政大学社会学系客座研究员、美国Skyarc Media Group研究员等职。
研究领域：传媒史、社会史等。
主要著作和译作有：《战后日本舆论、学界与中国》（修订版，中国社会科学出版社2003年版）、《世纪并购——美国在线时代华纳集团出世》（主笔，生活·读书·新知三联书店2000年版）、《现代传媒史》（北京人学出版社2005年版）和《日本大众传媒史》（广西师范大学出版社2007年版）等。

<<战后日本出版文化研究>>

书籍目录

《东方文化集成》编辑委员会《东方文化集成》总序第一章 绪论 第一节 问题的提出 第二节 对先行研究的评述 (一) 关于美国对战后日本媒介所实施的改革的研究 (二) 关于战后日本媒介传播倾向的研究 (三) 关于战后日本出版物中的价值取向变迁的研究 第三节 研究方法第二章 美国占领改革与战后日本媒介传播倾向的形成 第一节 媒介的转型 第二节 战后初期日本政府对舆论、媒介的指导方针 第三节 美国的占领方针与对日媒介改革政策 (一) 美国民间组织的对日占领政策研究 (二) 美国军方的对日占领政策研究 (三) 占领初期的对日媒介改革政策 (四) 颁布将媒介与政府分离开来的相关指令 (五) 对报界的改革 (六) 对出版界的改革 第四节 占领当局对日本媒介的审查 第五节 美国对日媒介政策的转换 第六节 成为“第四种权力”的日本媒介 (一) “表达的自由”在原则和制度上得到某种保障 (二) 媒介与权力 第七节 日本媒介的传播倾向 第八节 小结第三章 战后初期出版物中的价值取向 第一节 出版环境的变化 第二节 战后初期出版物的基本思想倾向 第三节 重建价值体系 (一) 突破“禁区” (二) 对传统价值观念的批判 (三) 《菊花与刀》与日本人的自我认识 (四) 哲学和人生类图书热 (五) 伦理和表达的自由之争 (六) 岩波书店的思想倾向 第四节 小结第四章 价值观的多样化和出版载体的变化 第一节 作为娱乐和信息的媒介的杂志 (一) 综合杂志的思想倾向 (二) 《国王》失去市场的原因 (三) 娱乐和信息型杂志的出现 (四) 周刊杂志创刊热 (五) 女性杂志的价值取向 第二节 出版业由书籍出版型向杂志出版型的转换 第三节 作为大众媒介的“文库版”和“新书” (一) “文库版”和“新书”的受众 (二) “河童丛书”的价值取向 (三) “角川商法”的经营理念 第四节 小结第五章 寻求归属和认同感 第一节 20世纪60年代末期到70年代的出版业 (一) 出版业的起飞期 (二) 读者意识与阅读取向的变化 第二节 寻求自我认同 (一) 质疑现有秩序 (二) 对价值体系的确认 (三) 何谓日本人 第三节 石油危机之后的价值取向 (一) 《日本沉没》现象 (二) 对经济增长所带来的负面效果的反思 第四节 发现“传统” (一) 近代化论的焦点 (二) 日本经济成长的动力 第五节 小结第六章 “脱离活字文化”时代的读者 第一节 20世纪80年代以后的日本出版业 第二节 网络社会的出现与新的价值取向的形成 第三节 寻求新的读者市场 (一) 图书定价销售制度的松动 (二) 重整物流渠道 (三) 结构性调整 第四节 小结第七章 结语主要参考文献战后日本的畅销书目录

<<战后日本出版文化研究>>

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>