

<<做文化研究>>

图书基本信息

书名：<<做文化研究>>

13位ISBN编号：9787100037488

10位ISBN编号：7100037484

出版时间：2003-12

出版时间：商务印书馆

作者：保罗.杜盖伊 斯图尔特.霍尔[英]

页数：152

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>

<<做文化研究>>

内容概要

近年来“文化”已成为多学科普遍关注的特点。

本书通过对索尼随身听的个案研究，介绍了这种“求助于文化”的现实的和理论的状况。

作者以索尼随身听为例，向读者说明文化实践和文化习俗在我们生活中发挥重要作用的原因和方式，并介绍一些有关进行文化研究的关键的思想、概念和分析方法。

作者将表征、认同、生产、消费和规则确定为五个主要的文化过程，它们相互结合形成一种可以用来构建任何一项文化本或人工制品研究的“文化的循环”。

本书正是运用这一“文化的循环”将随身听作为一个文化客体进行研究的。

其独特之处在于：它不仅介绍了当代文化研究中的种种重大问题和争论，而且切实说明了如何将文化研究用于认识我们的日常生活。

<<做文化研究>>

作者简介

保罗·杜盖伊，社会学讲师；斯图尔特·霍尔，社会学教授；琳达·简斯，妇女问题研究讲师和社会科学课程经理；休·麦凯，威尔士地区社会学指导教师；以上作者均在英国开放大学任教。
基恩·尼格斯，英国莱斯大学大众传播中心讲师。

<<做文化研究>>

书籍目录

导言第一章 了解随身听第二章 索尼随身听的生产第三章 设计随身听——使生产与消费接合第四章 作为全球性企业的索尼公司第五章 随身听的消费第六章 规范随身听参考书目选择性阅读材料阅读材料A 沃尔特·本杰明：“机械复制时代的艺术品”阅读材料B 雷蒙德·威廉特：“流动的利己性”阅读材料C 尼克·莱昂斯：“抓住全球梦想”阅读材料D 上山秀：“‘随身听’的销售”阅读材料E 托马斯·A.哈维：“索尼公司如何成为孩子们的首选”阅读材料F 雷伊·乔：“另类收听，音乐微型化：关于革命的另一类问题”阅读材料G 伊恩·钱伯斯：“随身听的微型化历史”阅读材料H 文森特·杰克逊：“社会的威胁”致谢索引

<<做文化研究>>

媒体关注与评论

本书通过对“索尼随身听”的个案研究，揭示了文化研究与日常生活的关系，以及如何将文化研究用于人们的日常生活。

作者还提出了进行文化研究的一些思路、概念及方法。

<<做文化研究>>

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>