

<<消费的政治>>

图书基本信息

书名：<<消费的政治>>

13位ISBN编号：9787500495802

10位ISBN编号：7500495803

出版时间：2011-6

出版时间：中国社会科学出版社

作者：盘剑

页数：272

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>

## <<消费的政治>>

### 内容概要

《消费的政治：旧报纸电影院动漫产业及其他》分两卷：卷一“《每日电影》：文化消费语境中的大众传媒公共领域建构”通过对1930年代上海《晨报》副刊《每日电影》的个案分析，论证了大众文化和大众传媒中不仅存在公共领域，而且这种“大众传媒公共领域”既不乏“资产阶级自由主义公共领域”的批判性和私人立场，又因为“跨媒介”讨论而具有“原始公共领域”的广场式公众性或公共特征。

本卷同时展现了1930年代中国电影的一段历史真实，并针对《每日电影》所表现出来的、大众传媒公共领域建构中难以避免的重要问题进行另一层面的思考，同时提出相应的解决之道。

卷二“消费与政治：对电影、影院、影片公司和动漫产业的考察”是作者近年来所做的关于电影的系列研究。

这些系列研究成果虽然涉及到电影的许多领域（包括电影本体、电影院、影片公司以及新兴的动漫产业），但所有篇章都围绕着电影“消费与政治”的关系立论和阐述，或从不同的角度揭示了电影的消费与意识形态的性质和功能。

## &lt;&lt;消费的政治&gt;&gt;

## 作者简介

盘剑，浙江大学文学博士、复旦大学传播学博士后，美国圣地亚哥加州大学高级访问学者。现为浙江大学影视与动漫游戏研究中心主任、教授、博士生导师；复旦大学兼职教授、复旦大学电影艺术研究中心高级研究员；中国电影评论学会理事、中国台港电影研究会会员、中国高校电影电视学会会员、浙江省电影家协会理事、浙江省哲学社会科学“十一五”规划专家组成员、杭州国家动画产业基地特聘专家、杭州市动漫游戏协会副会长。

长期从事影视艺术、文学、大众传播及文化、动漫产业、创意产业的研究与教学，并注重产、学、研结合，与政府相关部门及文化产业界合作，以社会需求推动学术研究，以学术研究服务社会经济、文化建设。

迄今已出版《映像创造——影视艺术本文创作与观众接受的双向研究》（2001）、《20世纪中国话剧的文化阐释》（合著，2001）、《选择、互动与整合——海派文化语境中的电影及其与文学的关系》（2006）和《中国动漫产业发展报告》（2010）等学术专著；在《文学评论》、《文艺研究》、《社会科学战线》、《中国现代文学研究丛刊》、《当代电影》、《文艺争鸣》、《电影艺术》、《北京电影学院学报》等期刊上发表学术论文100余篇。

## &lt;&lt;消费的政治&gt;&gt;

## 书籍目录

丛书总序上篇 《每日电影》：文化消费语境中的大众传媒公共领域建构第一部分 导论大众文化、大众传媒与公共领域第一章 哈贝马斯关于大众文化、大众传媒与公共领域关系的基本观点第二章 对大众文化、大众传媒与公共领域关系的重新阐释第三章 大众传媒公共领域的主要特征第二部分 《晨报》的“改革”与《每日电影》的诞生第四章 从商业运营走向公共领域：海派文化语境中政党“机关报”的出路第五章 以副刊推动报纸发展：《晨报》的企业经营之道第六章 《每日电影》：《晨报》以商业机制建立的大众传媒公共领域第三部分 作为大众传媒公共领域的《每日电影》：艺术评论、文化冲突与政治批判第七章 文本分析：从艺术出发的政治、文化批判第八章 编者、作者考察：集团立场与个人身份第九章 平台建构：多元话语与跨媒介讨论第十章 结语下篇 消费与政治：对电影、影院、影片公司和动漫产业的考察第十一章 电影与艺术的终结第十二章 国人对电影的选择和接受第十三章 类型电影：商业与政治第十四章 “动漫热”的兴起与动画电影的复兴第十五章 中国动漫产业：呼唤新中国学派”第十六章 电影院：公众之梦与公共梦幻空间的建构第十七章 邵氏（兄弟）公司：走出“侠客梦”第十八章 “今古时代”：经济模式、运作体系和经营方针参考文献后记

<<消费的政治>>

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>