

<<大众文化通论>>

图书基本信息

书名：<<大众文化通论>>

13位ISBN编号：9787504354136

10位ISBN编号：7504354139

出版时间：2007-10

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘自雄

页数：213

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>

<<大众文化通论>>

内容概要

本书分总论篇、类型篇、理论篇以及战略篇四部分，主要围绕流行文学、流行音乐、电视和电影等四个主要领域来展开介绍和论述。

本书主要内容包括大众文化简史，电影与大众文化，流行音乐与大众文化，流行文学与大众文化，西方大众文化批评理论，中国大众文化批评理论，大众文化观，大众文化与经济发展，中国大众文化的发展战略等九章。

<<大众文化通论>>

作者简介

刘自雄，男，1975年生湖南沅陵人，博士，副教授，中国传媒大学电视与新闻学院教师。

1994-2001年就读于湖南师范大学文学院，获文学学士硕士学位。

2001-2004年于中国社科院研究生院新闻系攻读博士学位。

2004年7月至今任教于中国传媒大学电视与新闻学院新闻系。

主要学术成果有译著《意义的输出：的跨文化解读》，在《新闻大学》、《国际新闻界》和《电视研究》等刊物发表论文十余篇。

<<大众文化通论>>

书籍目录

代总序 拥抱创意时代绪论第一部分 总论篇 第一章 大众文化概说 第一节 文明与文化 第二节 “公众”与“大众” 第三节 什么是大众文化 第四节 主导文化、精英文化与大众文化的关系 第二章 大众文化简史 第一节 大众文化产生的社会历史条件 第二节 西方大众文化的诞生与发展 第三节 中国大众文化的起源和发展第二部分 类型篇 第三章 电影与大众文化 第一节 大众文化的类型 第二节 电影与大众文化 第四章 电视与大众文化 第一节 电视与电视文化 第二节 电视与大众文化 第五章 流行音乐与大众文化 第一节 音乐与流行音乐 第二节 流行音乐的产生及主要类型 第三节 流行音乐的生产、传播与消费 第四节 流行音乐与大众文化 第六章 流行文学与大众文化 第一节 文学、通俗文学与流行文学 第二节 流行文学类型 第三节 流行文学(畅销书)的生产、传播和消费 第四节 流行文学与大众文化第三部分 理论篇 第七章 西方大众文化批评理论 第一节 早期的大众文化批判传统 第二节 法兰克福学派的大众文化批判理论 第三节 伯明翰学派的大众文化理论 第四节 约翰·费斯克的大众文化理论 第八章 中国大众文化批评理论 第一节 对大众文化的批判 第二节 对大众文化的反思与肯定 第三节 中国大众文化批评的错位与建构 第九章 大众文化观 第一节 不同的大众文化观 第二节 大众文化的价值与不足第四部分 战略篇 第十章 大众文化与经济发展 第一节 文化经济的兴起 第二节 大众文化的经济属性 第三节 大众文化与经济发展 第十一章 中国大众文化的发展战略 第一节 制定文化战略的必要性 第二节 中国大众文化发展战略的指导思想与建设目标 第三节 中国大众文化的国内发展战略 第四节 中国大众文化的国际发展战略后记

<<大众文化通论>>

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>