

《当代文学与媒介神话/传媒与文化》

图书基本信息

书名：《当代文学与媒介神话/传媒与文化研究丛书 - 消费文化语境中的“媒介文学事件”研究》

13位ISBN编号：9787508046846

10位ISBN编号：7508046846

出版时间：2008-6

出版社：钟琛、蒋晓丽、聂圣哲 华夏出版社 (2008-06出版)

作者：钟琛

页数：169

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《当代文学与媒介神话/传媒与文化》

内容概要

《当代文学与媒介神话:消费文化语境中的媒介文学事件研究》应用消费社会理论、大众传媒理论和符号学理论,对二十世纪九十年代以后中国消费文化语境中一些与大众传媒结合十分紧密的、在社会中引起巨大反响的文学商业策划现象进行了具体深入的研究,首次给这些文学现象命名为“媒介文学事件”,深刻揭示了文学在今天消费文化语境和大众媒介环境中的一种现实处境,理性、客观地对今天引起广泛争议但尚未得到解决的一些文学问题做出了正面回答,并进一步对文学的未来发展做出了建立在实证研究基础上的展望。

《当代文学与媒介神话/传媒与文化》

作者简介

钟琛，女，博士，四川音乐学院教师，发表论文10余篇。

《当代文学与媒介神话/传媒与文化》

书籍目录

绪言一、问题的提出二、现有研究概述三、研究的思路第一章 背景描述第一节 消费文化及大众传媒文化的兴起第二节 与当代大众传媒结合的文学第三节 文学的商业“炒作”第二章 研究对象及概念的提出第一节 作为研究对象的文学现象描述一、“女性‘个人化’写作”事件二、“美女作家群”和“70后”事件三、“80后”事件第二节 “媒介文学事件”概念的提出第三节 为什么研究“媒介文学事件”第三章 什么是媒介文学事件第一节 特征描述第二节 用符号学方法定义第三节 主要的媒介文学事件第四章 媒介文学事件的模式第一节 “模式”的构建：媒介文学事件中的符号操作第二节 “模式”的构建是媒介文学事件的必要条件一、没有“模式”构建的案例1：40年代上海的“张爱玲现象”二、没有“模式”构建的案例2：贾平凹“《废都》事件”第三节 “女性”模式：从女性“个人化”写作到“70后”一、从“女性‘个人化’写作”事件看“女性”模式二、“70后”、“美女作家群”事件中的“女性”模式第四节 “青春”模式：“80后”第五章 媒介文学事件的内部关系及运作过程研究第一节 媒介文学事件内部的“协商”关系第二节 媒介文学事件中的三方及主角一、组织者二、大众媒体三、受众四、媒介文学事件的主角第三节 运作过程中的连续签署与协商一、连续签署二、协商第四节 媒介文学事件的“病变”第五节 协商关系研究的意义及问题第六章 媒介文学事件的本质是一种消费“神话”第一节 消费社会理论一、消费、消费社会与消费文化理论二、消费的社会逻辑与符号消费第二节 大众传媒理论一、媒介构造与符号操作二、媒介技术与媒介影响三、大众传媒与消费文化……第七章 消费文化语境中的媒介文学事件第八章 媒介文学事件的影响结语后记参考文献总后记

章节摘录

第一章 背景描述当历史进入20世纪90年代，中国的改革开放政策进一步深化，随着经济市场化、产业化步子的加快，文化产业领域也发生了巨大的变迁。文学，在任何时代都不可避免地会受到时代的政治、经济、科技环境的影响，也会和时代主要文化思潮发生密切的关系。那么，在20世纪90年代以来，由于中国经济的进一步市场化、文化市场的产业化，同时伴随着来自社会其他领域如跨国商业、大众传媒等的影响，中国文学会怎样面对这样的时代环境和文化氛围呢？首先让我们回过头来审视这一时期文学所处的消费文化和大众传媒文化语境，以及现有研究成果认为这样的语境对文学带来的后果；然后，针对本书的研究对象，对，这一时期文学领域出现的两种重要的现象进行描述，即：一部分文学通过与现代大众传媒结合而走向了文化产业市场；而在另一部分坚持传统形式的文学领域里，则出现了所谓的商业“炒作”现象。第一节消费文化及大众传媒文化的兴起在今天，中国的消费文化之所以形成和蔓延，其最根本的原因来自经济的发展、物质的丰盛。20世纪80年代以来中国的改革开放和世界经济的全球化，使中国的商品市场发生了巨大的改观。中国大陆的商品市场在上个世纪80年代已经获得长足发展，到了90年代，市场经济的进一步深化和完善使得社会生产力加速发展，人们的消费水平获得了极大的提高。据有关资料统计，从1979年至1993年，我国居民的消费水平由1978年的175元增加到1148元，增长了6.5倍，粮食、植物食用油、肉、禽、蛋、糖、水产品和纺织品以及日用品的消费都有明显增长，居住条件也获得了改善，高档耐用消费品也大量进入了普通居民家庭。1992年，人均粮食消费达466.4斤，食用植物油为12.6斤，城市居住面积为人均7.1平方米，电视机每百人有19.4台。

《当代文学与媒介神话/传媒与文化》

编辑推荐

《当代文学与媒介神话:消费文化语境中的媒介文学事件研究》由华夏出版社出版。

精彩短评

1、难以进入文学内部

《当代文学与媒介神话/传媒与文化》

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：www.tushu111.com