

<< 《新闻报》广告与近代上海休闲 >>

图书基本信息

书名：<< 《新闻报》广告与近代上海休闲生活 >>

13位ISBN编号：9787309082302

10位ISBN编号：7309082303

出版时间：2011-8

出版时间：复旦大学出版社

作者：杨朕宇

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>

<< 《新闻报》广告与近代上海休闲 >>

内容概要

《<新闻报>广告与近代上海休闲生活(1927-1937)》选取20世纪30年代发行量最大、刊登广告最多的《新闻报》为样本，探讨广告为当时的上海市民建构了怎样的休闲想象。通过研究可以发现，《新闻报》广告通过大量的话语（文字和图像），在“空间、身份、性别”等关乎休闲生活的根本维度上，建构和形塑了30年代上海休闲生活的整体文化特征以及由休闲生活的发展变迁所引发的上海市民价值观念、道德判断的变化。

很显然，《新闻报》广告满足都市休闲需求的功能是不言而喻的，但同时这种需求也很可能是被广告本身创造出来的。

《新闻报》广告为30年代的上海市民开启了一扇了解休闲生活的窗口，并在潜移默化的渗透中推进了休闲观念、休闲方式和文化心态的发展变迁。

因此，广告是我们透视20世纪30年代上海市民休闲生活的重要的历史文本和文化文本。

从这个意义上说，广告不但提供了一种关于休闲生活的新的想象，更提供了一种新的想象方式，而后者无疑具有范式意义。

作者简介

杨朕宇，助理研究员，1981年出生于上海。
毕业于复旦大学文科基地班（汉语言文学专业）、复旦大学新闻学院，博士（全日制）；曾公派至加拿大女王大学访学；独立、与他人合著在相关核心期刊上发表学术论文近10篇。

<< 《新闻报》广告与近代上海休闲 >>

书籍目录

绪论

第一章 近代上海休闲生活与《新闻报》广告的历史背景

第一节 休闲生活与近代上海社会

第二节 以《新闻报》广告为个案的合理性分析：一个综合的考察

第二章 休闲地图：《新闻报》广告视野中的上海休闲空间

第一节 休闲空间的界定及分类

第二节 上海休闲空间：以《新闻报》广告为中心的考察

第三章 休闲语境中的身份认同：《新闻报》广告与休闲流行时尚和休闲品位

第一节 休闲、广告与近代上海社会身份认同之关联

第二节 “求同”与“树异”之间：《新闻报》广告与休闲流行时尚的建构

第三节 上移与区隔：《新闻报》广告与休闲品位的建构

第四章 “观看”的中介：《新闻报》广告与女性休闲生活图景的构建

第一节 移换与拓展：《新闻报》广告中的女性休闲空间

第二节 多元与多样：《新闻报》广告中的女性休闲伴侣

第三节 展现与彰显：《新闻报》广告与女性休闲中的主体意识

结语

参考文献

附录部分 《新闻报》广告资料索引表(1927-1937)

后记

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>