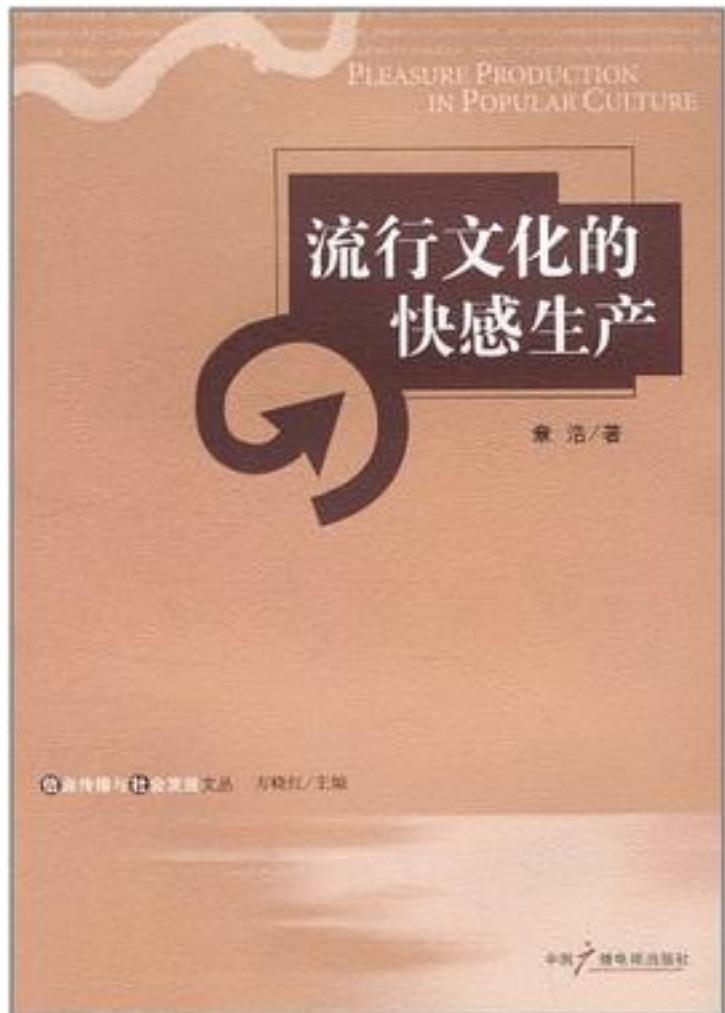


# 流行文化的快感生产



[流行文化的快感生产 下载链接1](#)

著者:章浩

出版者:

出版时间:2011-9

装帧:

isbn:9787504364210

《流行文化的快感生产》是我院近些年来又一批科研成果的汇集。南京师范大学新闻与

传播学院自1995年建院以来，先后经历了师资队伍普遍学历偏低、科研队伍青黄不接、后继乏力的局面，终于在21世纪第一个十年的中期，迎来了科研的黄金时代，而创建这一黄金时代的主力军，正是我院一大批具有博士学历的中青年教师，他们勃发的力量，令我很欣慰地看到了学院未来的灿烂。这些博士的培养，或立足于本院，或借助兄弟院校的扶持（比如复旦大学、中国人民大学、武汉大学等）；他们或“从一而终”地在新闻传播学专业中研读，或从其他学科“半路”跨入新闻传播学，或就职于本专业却去相关学科攻读博士，或自始至终在相关学科中学习，却在毕业后成了新闻传播学的门内汉。总而言之，学缘结构多元、专业结构多元是我们这批作者的特点。

作者介绍:

目录:

[流行文化的快感生产](#) [下载链接1](#)

标签

文化研究

社会学

青春

青年研究

工具书

亚文化

popular-trend

Club

评论

找一个小小的突破口钻下去。简单、清晰。不过看完觉得没啥意思。

模式那里文表结合 很明晰

很新颖的解读流行文化的角度——快感生产。流行文化很多时候都不是提供文化、文艺的享受，更多时候也为了迎合人们的快感需求，以此获得经济利益。批量复制文化产品，编制文化程序。

[流行文化的快感生产](#) [下载链接1](#)

书评

[流行文化的快感生产](#) [下载链接1](#)