第一图书网, tushu007.com

<<日本动漫影响力调查报告>>

图书基本信息

书名：<<日本动漫影响力调查报告>>

13位ISBN编号：9787010081007

10位ISBN编号：701008100X

出版时间：2009-10

出版时间：陈奇佳、 宋晖 人民出版社 (2009-10出版)

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

第一图书网, tushu007.com

<<日本动漫影响力调查报告>>

内容概要

《日本动漫影响力调查报告:当代中国大学生文化消费偏好研究》内容简介：在这份书稿中，我们试图完成以下两个基本任务：一、为研究者和资深的动漫迷提供一份翔实可靠的关于日本动漫影响力的数据材料，使得人们对日本动漫在中国大陆地区的影响力状况有一个基本的了解。
二、根据已有的材料，具体分析日本动漫对大学生产生的精神文化观念方面的影响以及由此类影响所产生种种消费偏好的现象。
我们希望《日本动漫影响力调查报告:当代中国大学生文化消费偏好研究》稿不但能对人们了解动漫文化有所裨益，也希望以此作为中国大众文化问题的文化研究的一个具体个案。
当然，这样的规划在具体执行过程中必有种种不尽如人意之处，我们急切希望得到各位专家、读者的教正。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

陈奇佳，男，1970年10月出生，浙江温岭人。
2003年毕业于中国人民大学中文系，获文艺学博士学位，现任教于中国人民大学文学院文艺学教研室，任教研室主任，副教授。
主要研究方向为文学理论、基督教文化、大众文化。
在《文学评论》、《文艺研究》、《人民日报》发表论文、评论50多篇，论文多次为《新华文摘》、《中国人民大学复印报刊资料》全文转载。
著有《日本动漫艺术概论》（上海交通大学出版社2006年版）、《夏衍传》（北京十月文艺出版社1998年版、与人合著）等。
曾获第11届、第13届田汉戏剧奖戏剧评论二等奖。
宋晖，女，1971年11月出生，江西南昌人。
2004年毕业于中国人民大学新闻学院，获新闻学博士学位，现任教于中国劳动关系学院，副教授，任新闻教研室主任。
主要从事文化传播、中国新闻史方向的研究，主要论著有《崛起的力量》（人民日报出版社2006年版）等，论文多篇为《中国人民大学复印报刊资料》全文转载。

第一图书网, tushu007.com

<<日本动漫影响力调查报告>>

书籍目录

导言 问题的缘起，研究的基本思路第一章 中国大学生动漫文化接受现状第一节 数据中的动漫魅力第二节 中国大学生喜欢的动漫结语第二章 动漫对大学生价值取向的影响第一节 年级与价值取向第二节 专业与价值取向第三节 对动漫的喜爱程度与价值取向第四节 花费时间与价值取向第五节 消费与价值取向结语第三章 论动漫中的暴力元素第一节 概念解读：暴力、日本动漫中的暴力元素、暴力动漫第二节 作品解读：日本动漫中的暴力元素第三节 正视动漫作品中的暴力元素附：大学生群体对动漫中暴力元素的接受情况第四章 动漫中的禁忌之爱——兼及动漫作品价值观认同的性别差异第一节 调查概述第二节 澄清：同性恋、耽美、BL、YAOI第三节 耽美的立足之本第四节 其他以耽美为划分依据做出的价值观取向比较第五章 作为文化消费品的日本动漫第一节 动漫的消费属性及形式第二节 调查中我国大学生对于动漫不同符码的消费认同情况第三节 语言消费与文化输出第六章 断裂与连续——中国漫迷的面相第一节 漫迷的比例估计第二节 漫迷如何消费第三节 漫迷的价值接受取向与对日态度第四节“ 漫迷中的漫迷 ”结语附表：多选题各选项间的相关性系数列表第七章 两代漫迷第一节 漫迷比例的演变趋势第二节 两代漫迷第三节 消费方面的比较第四节 价值观念方面的比较第五节 对日态度方面的比较第六节 博士A与博士B的断裂：不断分离的信息鸿沟附表：大一、硕士、博士群体的比较数据第八章 日本动漫产业赢利模式及中国大学生动漫消费状况第一节 日本动漫产业赢利模式及产业结构初探第二节 中国大学生动漫消费情况分析结语第九章 余论：从传媒的视角看日本动漫在中国的传播第一节 最具影响力的媒介第二节 日本动漫在主流媒体中传播现状的探讨第三节 转战互联网的日本动漫第四节 日本动漫进入中国的渠道模式：源发——增幅第五节 其他影响动漫传播的因素结语附录一2008年中国大学生最喜爱日本动漫作品排名按作者、生产商的排名按国别排名按特殊爱好及其他排名附录二 受日本动漫作品影响产生的各种偏好附录三 2004——2005年中国读者最喜爱的动漫作附录四调查问卷发放情况一览表后记

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

插图：轻度消费者因为其基数的庞大，对于整个动漫产业的影响力是难以估量的。
因此，在产业起始端，也就是生产企业看来，争取这部分消费弹性大，消费行为不确定的现有或潜在消费者，是一块“蓝海战略”最佳市场。
六、“沉淀漫迷”，不能忽略的市场在之前的图中，我们还可以看到一个有意思的现象，就是在每周几乎不花费时间看动漫作品的人群中，有一部分被测者在对于动漫的态度上选择了AB两项，即“很喜欢，是生活中不可或缺的一个部分”与“喜欢，是重要的娱乐方式”。
这会让我们感觉到有一些意外。
在我们通常的理解中，这个时间区间内，本来应该是对于动漫作品缺乏兴趣的人群。
但是既然出现了这样看似不合理的因素，我们就有必要对其进行分析。
在这里，我们将要引入一个“沉淀动漫爱好者”的概念。
正如我们之前讨论的，有如此一类被测者，他们在大学阶段之前对于动漫有着较强的偏好程度，但是随着时间推移以及可选娱乐方式的增多，他们所消耗在动漫产品上的时间逐渐减少，也就是说，他们的这种强烈的偏好有了一定的沉淀效应。
但是他们在消费自我认同上还是将自己定位成了对于动漫十分热爱的一类人群。
因此，我们可以看到，在选择每周消费时间几乎没有的区间人群中，还有着部分对于动漫非常喜爱的被测者，他们的存在也是不能被忽略的因素。
关于“沉淀动漫爱好者”，我们还可以在另一个分析中获得他们的相关信息。
还是针对于每周消费时间与喜爱动漫程度的相关分析，只是这一次我们将对于动漫的喜好程度作为划分区间，讨论每种喜爱程度区间内被测者每周消费时间的异同。
其相关分析图如下。

第一图书网, tushu007.com

后记

历时一年有半，这一份研究报告终于要结稿了。
在这份书稿中，我们试图完成以下两个基本任务：一、为研究者和资深的动漫迷提供一份翔实可靠的关于日本动漫影响力的数据材料，使得人们对日本动漫在中国大陆地区的影响力状况有一个基本的了解。
二、根据已有的材料，具体分析日本动漫对大学生产生的精神文化观念方面的影响以及由此类影响所产生种种消费偏好的现象。
我们希望本书稿不但能对人们了解动漫文化有所裨益，也希望以此作为中国大众文化问题的文化研究的一个具体个案。
当然，这样的规划在具体执行过程中必有种种不尽如人意之处，我们急切希望得到各位专家、读者的教正。
书稿的具体分工如下：王琪撰写第一章，张静撰写第二章，钟琳撰写第三章，李璇撰写第四章，韩隽撰写第五章，羊廷牧、李方星撰写第六章及第七章，王寅撰写第八章，张芷然撰写第九章，陈奇佳、宋晖撰写导言及编制附录部分。
陈奇佳、宋晖负责统一书稿。
需要指出的是，由于附录部分涉及的动漫作品面极大，其编制得到过诸多人士的帮助：钟琳、张芷然参与了部分附录的编制工作；王寅、张芷然、宋鸽、韩隽、叶真、姚树茂、邓毅、蓝永德、赖晓涛、董淼、任磊、王琪、郭立、刘惠君等先后参与了该部分的审校工作。
调查问卷的发放工作由陈奇佳、张芷然、诸葛帆、钟琳主持完成。
此项工作得到了杨瑞晗、树向臣等友人的热情支持。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《日本动漫影响力调查报告:当代中国大学生文化消费偏好研究》由人民出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

<<日本动漫影响力调查报告>>

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