

图书基本信息

书名：<<传媒符号学/当代符号学译丛>>

13位ISBN编号：9787540859749

10位ISBN编号：7540859741

出版时间：2012-7

出版时间：四川出版集团，四川教育出版社

作者：（美）乔纳森·比格内尔（Jonathan Bignell）

页数：177

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>

前言

本书的第一版出版于1997年，它是根据我所教授的“传媒符号学”课程的内容撰写而成。每年，许多大学生都会研究与单词以及大量现代媒介中静止和移动影像相关的符号学理论。有学生一直问我能否推荐一本真正有用的著作，这本书能介绍主要的理论，展示如何运用这些理论，讨论符号学理论关注的各种媒体素材问题，总结出符号学研究的缺陷和优点；这本书既可以作为教材使用，对各个不同的话题进行讨论，也可以作为课后的辅助读物和补充材料。

而我所编撰的《传媒符号学概论》就解决这些问题，因而本书的第一版被传媒研究学子广泛接纳。从1997年开始，许多老师和学生对这部著作提出了大量宝贵意见，在再版中，我根据这些反馈信息对作品进行了修订与扩充。

1997年以后，传媒结构发生了巨大的变化，尤其“新媒介”（互联网、互动软件以及移动通信等）的重要性日益彰显，再版的《传媒符号学》在每一章中都将这些媒体素材进行了更新，并增加了新的章节讨论新近的传媒发展。

在这里，我要再次感谢那些直接和间接对本书第一版给予帮助的人们，感谢鼓励我撰写本书的所有导师，特别是斯蒂芬·希思（Stephen Heath）和斯图尔特·莱恩（Stuart Laing）；感谢我曾经任教的雷丁大学（University of Reading）里那些给予我支持的同事；感谢我以前的研究生，他们的思想影响了我的创作，特别是塔尼亚·克里斯蒂迪斯（Tania Christidis）和伊恩·斯图尔特（Ian Stewart）；感谢所有学习我的传媒符号学课程和尝试了解本书思想的学生。

.....

内容概要

《当代符号学译丛：传媒符号学》是对现代媒介研究进行的批判性分析。

乔纳森在书中对时下学界盛行的符号学研究进行了较为全面而深入的介绍，并将符号学理论运用于对各种现代媒介的分析之中。

乔纳森在书中讨论了广告、杂志、报纸、电视、电影、新媒介（电脑游戏、互联网等）等大学课程中研究的主要媒介，以及男性时尚杂志、肥皂剧式纪录片、数字互动电视和手机短信等与现代人生活息息相关两当今学者又关注较少的新生事物，并运用符号学理论分析了这些媒介对我们生活的影响。

乔纳森在《当代符号学译丛：传媒符号学》的第一章解释了符号的内涵和媒介在现代文化中的意识形态角色，在其他各个章节中对每种媒介进行了详细的分析。

符号学的介入使读者了解了关于媒介的科学分析方法、媒介的社会价值以及媒介对社会意识形态的影响。

作者还试图通过对意识形态理论和心理分析理论的阐释以建立针对观众研究的符号学研究方法。

书籍目录

前言与致谢
导言
第一章 符号和神话
符号学观点
符号系统的成分
语言符号的顺序
视觉符号的内涵和神话角力的神话
神话和社会意义
神话和意识形态
资料和补充书目
补充练习
第二章 广告导论
广告业分析
广告广告的符号学
评判广告中的意识形态
广告中的意识形态
广告意识形态分析的难题
大众高尔夫旅行车
大众高尔夫旅行车广告的语境和读者
魔术文胸
魔术文胸广告的语境和读者
资料和补充书目
补充练习
第三章 杂志导论
杂志业
性别身份
神话阅读主体
称呼与身份
男性“世界”与女性“世界”想象的局限
资料和补充书目
补充练习
第四章 报纸导论
报业新闻价值
新闻话语
标题与图片
新闻中的照片
报纸读者资料和补充书目
补充练习
第五章 电视新闻导论
电视节目表中的新闻界定
电视新闻
电视新闻中的神话意义
电视新闻的结构
电视新闻中的神话和意识形态
理解电视新闻
国际新闻资料和补充书目
补充练习
第六章 电视现实主义
第七章 电视虚构
第八章 电影
第九章 互动传媒
译后记

章节摘录

为了解释人们如何遭受了缺失感，拉康（1977）描述了幼儿的发展，孩子在6-18个月期间，也就是在我们熟知的“镜像阶段”（the Mirror Stage）开始将自己看做一个个体。在这一阶段，孩子从镜中认识自己，将他或她自己看做和镜中所见形象一样完整、协调，尽管在现实中孩子在身体上还并不协调，他或她的经历只是大量无法控制的情感和本能。

在镜中，孩子将自己看做存在于时空中的独立个体，而不是他或她实际经历中依赖和破碎的个人，孩子在镜中所见的形象比孩子真正感到的形象更完整。

孩子以这种方式将自己等同于镜中形象的认识是对真实自我的误识（misrecognition），孩子是“自恋的”（narcissistic），崇拜并期望成为他或她在镜中见到的更完美的自我，欺骗自己他或她就是这一更完美的自我。

因为孩子认为他或她能成为一个可见的形象，他或她现在能使自己成为他人面前的一个形象，另一个他者面前的形象，就像对孩子而言镜像是一个形象或他者。

精神分析理论这一相当复杂的内容为我们理解为什么我们认同他人的形象，如女性杂志封面的美女模特形象，提供了一个模式。

这些形象是像似符号，再现了每位女性都期望成为的更完美的自我，成为视觉符号再现的更完美自我的愿望也就是战胜所有人类主体经历的缺失的愿望，因为照片中的模特所指被杂志内页详细介绍的各种化妆品、发型、服装塑造成她现在的模样，其内涵就是读者也能通过使用这些产品变得像模特一样漂亮。

杂志封面上表现的模特的双眼总是向外望着读者，就像镜中的影像在回望着我们。

杂志封面上的语言横组合用“你”来问候读者，让“你”感到更愉快、更满足。

杂志封面的像似符号用同样的方式问候读者，为读者提供一个意指更完美、更快乐自我的形象，就像拉康镜像阶段理论中讨论的更完美自我的形象。

语言符号和视觉符号将女性读者定位为缺失的主体，同时暗示了她想要战胜这种缺失的愿望能够获得满足。

.....

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>