

<<数字娱乐与文化产业研究丛书>>

图书基本信息

书名：<<数字娱乐与文化产业研究丛书>>

13位ISBN编号：9787308097161

10位ISBN编号：7308097161

出版时间：2012-9

出版时间：李涛 浙江大学出版社 (2012-09出版)

作者：李涛

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>

书籍目录

第一章 引言：理论坐标第一节 符号思想与动画符号第二节 语言、符号与动画语言第二章 方法：传播学、传播符号学与动画传播第一节 动画研究方法：从传播学到传播符号学第二节 再论动画研究方法：动画传播与传播符号学第三节 动画传播符号学理论基础第三章 动画传播因子分析：国家形象相关验证第一节 动画传播国家形象相关验证的假设第二节 动画传播是否影响受众对国家形象认知的检验第三节 动画传播影响受众对国家形象要素认知的检验第四节 动画传播国家形象检验小结第四章 动画消费符号与受众价值层级图第一节 研究设计第二节 动画消费调查与符号分析第三节 动画传播形象的喜好调查与分析第五章 动画传播影响力的联想符号第一节 联想符号的研究方法。第二节 联想符号的调查结果与分析第三节 动画受众的联想树：动画传播国家形象的要素符号第四节 动画媒介演进与动画大国的动画传播策略第六章 动画文本的符号解读：叙事符号与陈述公式第一节 叙事改编与意义再生产策略。第二节 格雷马斯方阵中的孙悟空：意义与价值符号第七章 动画形象符号定位：普洛普功能流程图第一节 动画传播的“功能”与普罗普的叙事理论第二节 美国动画叙事文本的符号意义第三节 日本动画叙事文本的符号意义第四节 国家文化话语与动画文本的符号特征第八章 动画政策：格雷马斯方阵与核心价值符号第一节 动画传播：紧密联姻意识形态第二节 动画形象的意义结构模型：格雷马斯方阵第三节 核心价值的动画传播：国家价值体系与受众价值体系结语：符号的战争附录参考文献后记

编辑推荐

《数字娱乐与文化产业研究丛书:动画符号与国家形象》是美日百年动画形象研究的延续,所以书中能多处看到前研究的痕迹;本研究也是国家社科基金课题(08CXW002)的总结和延伸;本研究还是教育部规划基金项目(11YJA860010)阶段研究成果;也是“传播与文化产业研究中心研究成果”。感谢基金的支持,才得以完成全国范围的大规模调查。

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>