

<<媒介批评（第1辑）>>

图书基本信息

书名：<<媒介批评（第1辑）>>

13位ISBN编号：9787563353750

10位ISBN编号：7563353755

出版时间：2005-7

出版时间：广西师范大学出版社

作者：蒋原伦,张柠 编

页数：208

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>

<<媒介批评 (第1辑)>>

内容概要

《媒介批评》丛书，每年两辑，从媒介学的角度对文化进行批评实践，考察媒介与社会文化的互动关系，提供分析方法。

今天大众媒介比以往任何一个时期都要迅速地改造着我们的生活，可以毫不夸张地说，媒介文化是社会生活和文化的最重要组成部分，从某种意义上说，当代人就生活在大众媒介之中。

创办《媒介批评》丛书，意在当前的对大众文化和时尚进行批评，清醒地认识媒介文化与当下社会生活的关系，并揭示它们之间的具体路径。

我们一睁开眼睛，“信息”就蜂拥而至。

承载这些超量信息的媒介无处不在——电线杆子、公共汽车站牌、交通主干道两旁的墙面、城市的街道、霓虹灯箱、立交桥、厕所、文化衫、女性的身体……此外还有占据主流地位的媒介——数百家官方电视台日夜不停地播放的娱乐节目、访谈节目、影视剧节目、猜谜节目；数千家官方报纸日益增多的版面；数十万家官方的和民间的网站铺天盖地的信息；等等。

我们的确有一种被媒介和信息围困的感觉。

媒介形式在不断地更新，有一种一切都被媒介化的趋势。

有什么样的媒介就有什么样的媒介批评。

“一切都媒介化”，就是指事物自身意义的自足性丧失了，它仅仅成了一个其他事物的介质或者工具，一个“他者”。

电视和报刊作为媒介，固然是媒介批评的对象。

当一座城市称为媒介的时候，它就是媒介批评的对象。

当一个人（比如模特儿）的身体成为一种媒介的时候，它也是媒介批评的对象。

批评的方法不是美学的、形式主义的（尽管这种方法在特定条件下也能用），而是符号学的，或者说是“符号政治经济学”的。

媒介符号学的研究和批评的一个重要任务，就是要对国家超级媒介工厂的生产、传播、消费模式进行符号学分析，包括对国家超级传播媒介的内部结构和生产模式的批评。

它还必须对另一个超级媒介——城市——进行符号学研究和批评。

城市中的一切（包括人的身体细部，他们的发型、时装、指甲、体态、表情，还有各类文化符号，等等）都在被媒介化。

它们既是当代文化符号学的对象，也是微观社会学的对象，或者说是“文本”细读的对象。

本期的专题研究对象，是主流媒介中各类传播形态中的声音系统、节目编排结构的符号学秘密，或者说是它的符号政治经济学秘密。

这仅仅是一个开端。

<<媒介批评（第1辑）>>

书籍目录

核心话题：国家的声音导语现代国家声音系统的生产和消费话筒工场及其神话春节联欢晚会的“召唤”机制暖昧的影像和被阉割的快感偶像评论影像奇观与武侠新风格——析《功夫》的商业元素小人物的大野心——周星驰电影与当代大众文化中的政治问题周杰伦：向格莱美献上中国功夫新媒介聊天的媒介学分析锐普和新生活：糟粕就是经典一条没有名分的蛇——色情、暴力和电脑游戏游戏短信，游戏人生物体系乡村器物中的农具研究当代空间时尚帝国广告与幻觉从乌托邦到异托邦——酒吧空间的后现代性西洋经“意识形态”的再发现——在媒介研究中受抑制后的重返编后记

<<媒介批评（第1辑）>>

编辑推荐

媒介文化是社会生活和文化的最重要组成部分，从某种意义上说当代人就生活在大众媒介之中，《媒介批评》意在从媒介学的角度对当前的大众文化和时尚进行批评，考察媒介与社会文化的互动关系，提供分析方法。

<<媒介批评（第1辑）>>

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>