

<<电视、全球化与文化认同>>

图书基本信息

书名：<<电视、全球化与文化认同>>

13位ISBN编号：9787301141717

10位ISBN编号：7301141718

出版时间：2008-9

出版时间：北京大学出版社

作者：克里斯·巴克

页数：195

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>

## <<电视、全球化与文化认同>>

### 前言

传播学是20世纪诞生于美国和欧洲的一门新兴学科，引进中国只有二三十年。1998年国家教育部才将它列入正式学科目录。

中国经济持续高速发展，带动了媒体产业的大改革、大发展，传播学就成了顺应时代潮流的热门学科。

然而，由于这是一门年轻的“舶来”学科，按照一些学者的说法，尚处在从“译介”到“本土化”的初级阶段。

在教学、研究的过程中，我们常感到对一些术语、概念、理论难以把握，往往是众说纷纭、莫衷一是。

有时在激烈争论之后才发觉问题出现在翻译上。

例如将“communication”译为“传播”，有人就方便地将“传播”误解为“宣传+广播”。

既然新闻是宣传，传播也是宣传，就可以用“新闻传播学”来涵容，甚至取代传播学。

有人说，新闻学研究新闻媒体，新闻媒体就是大众媒体，所以新闻学与传播学没有多大区别，因为新闻学研究的就是大众传播。

于是出现了将传播学视为新闻学之分支的怪现状。

究其原因，一些模糊或错误概念的产生，根子还在对原义的理解。

仍以英文“communication”为例，这个词在中文里没有对等词，译为“传播”是很勉强的。

“Communication”含有双向的意思，如：“to share or exchange opinions”（Longman Dictionary of Contemporary English），而中文的“传播”有明显的从一方传往另一方的倾向。

如果直接阅读英文词典或原著中对“communication”的界定和解释，就很容易把握原义，在讨论中也可以避免因译文歧义而白费口舌。

以本人阅读译文的亲身体会为例。

在读亚里士多德的《修辞学》时，我查看了几种英文译本，其中最令我受益的是1926年的译本，它采用希腊文原文与英译文逐页对照的版式。

其他英译本多将书名译为“Rhetoric”（中国人民大学出版社的最新中文译本也译为《修辞学》），而1926年英译本却译为“Aristotle's 'Art' of Rhetoric”。

这是按照希腊文原版本直译出来的，中文对应译文为《亚里士多德的讲演“读本”》。

希-英对照译本传达了其他译本中“损失”掉的一个重要的意义：“art”在希腊文中是多义词，此处的“art”意为“handbook”（读本、手册），也就是讲演手册。

亚氏写此书的背景是，他不满足于当时“智者”（Sophists）们撰写的多种“读本”（art），于是自己写一部读本来正本清源，因而书名为《亚里士多德的讲演“读本”》。

如果不是读到1926年的希-英对照译本，笔者就无法了解原著书名所含有的如此重要而丰富的信息。

## <<电视、全球化与文化认同>>

### 内容概要

这本介绍性的著作审查了全球化背景下电视和文化认同的问题。

本书眼界开阔，探究了全球化时代的很多中心文化议题，例如媒体、全球化、语言、性别、种族、文化政治和文化认同——也许是过去十年文化研究的主题。

这本书的核心是两个重要论点——电视是认同建构的一个不断增长的来源；文化认同不是一个固定的、本质性的事物，而是一种不确定的、以语言为中心的社会建构。

本书可以当作与下列领域相关的大学本科和研究生的必读书：文化研究、传播学、媒体研究和社会学等学科中有关电视和文化认同的课程。

本书也将吸引对电视产业感兴趣的读者。

本书向文化研究的初学者介绍和解释了一些关键概念，同时也为熟悉这一领域的人们展示了深入论辩的内容。

全书布局精当，贯通了媒体研究的词汇和文化研究的词汇，并用原创性案例研究资料来支撑论点。

## <<电视、全球化与文化认同>>

### 作者简介

克里斯·巴克 (Chris Barker) , 在澳大利亚南威尔士的卧龙岗大学 (University of Wollongong) 任媒体和文化研究方向的高级讲师。

于利兹大学 (University of Leeds) 获得电视戏剧博士学位后, 克里斯·巴克在英国的中学、大学从教多年, 其中包括亨博赛德大学 (University of Humberside) 和胡佛汉顿大学 (University of Wolverhampton) 。

他当前的研究兴趣为语言、认同和全球媒体。

## <<电视、全球化与文化认同>>

### 书籍目录

编辑前言致谢导论电视、全球化与文化认同 · 寻找认同 · 电视全球化 · Simunye (统一) : 南非案例 · 电视是现代民族的整合者?  
· 论点小结1 对文化认同的干扰 · 第一人称单数 · 文化的观念 · 现代和后现代主体 · 马克思主义的历史性主体 · 精神分析与主体性 · 女性主义: 差异政治 · 语言、话语和认同 · 福柯、话语和主体 · 本质主义和反本质主义 · 小结和结论 · 深入阅读书目2 全球电视和全球文化 · 全球化的概念 · 同质化和分离化 · 电视市场的全球化 · 全球电子文化 · 小结和结论 · 深入阅读书目3 种族和民族的建构和再现 · 种族和族裔的概念 · 民族认同 · 离散和混杂认同 · 电视、种族和再现 · 小结和结论 · 深入阅读书目4 性别主体和性别化的再现 · 生理性别和社会性别的社会建构 · 性别认同的解构 · 性别、再现和电视 · 女性气质的主体位置 · 小结和结论 · 深入阅读书目5 受众、认同和关于电视节目的讨论 · 作为话语的意识形态 · “主动的”电视受众 · 电视受众和文化认同 · 电视、空间和认同 · 族裔、性别和混杂性: 案例研究——关于电视节目的讨论 · 他们非常轻视亚洲人 · 黑人、英国国籍、工人阶级 · 关于肥皂剧的讨论与女性气质的建构 · 探索性别认同 · 道德、伦理和关于肥皂剧的讨论 .....6 电视与有关认同的“文化政治”7 电视、全球化与文化认同: 总结关键概念汇编参考书目索引

## 章节摘录

**Signifying practices** According to the linguist Saussure ( 1960 ) , a signifying system is constituted by a series of signs which are analysed in terms of their constituent parts, the signifier and the signified. A signifier is taken to be the form or medium of signs, for example a sound, an image, the marks that form a word on the page, while the signified has been understood in terms of concepts and meanings. Further, the relationship between the sounds and marks of language, the signifiers, and what they are taken to mean, the signified, is not held in any fixed eternal relationship. The relationship of signifiers to the signified is arbitrary in the sense that the animal we call a cat as it sits on themat could equally be signified by el gato and la estera ( in Spanish ) . Thus, Saussures fundamental argument is that meaning in language is not produced by reference to an extra-linguistic reality, but rather is generated through a system of relational differences between signs ( semiotic differ-ence ) . One of the classical illustrations of these semiotic arguments is the relation between colours as signs and their organization into the cultural code of traffic lights. Colours are breaks in the light spectrum which weclassify in the paradigmatic field with signs such as red, green, amber andso forth. There is, as we have already noted, no universal reason why thesign red should refer to a specific colour; rather, red is meaningful in relation to the difference between red and green ( and so forth ) . These signs are then organized into a syntagmatic sequence which generates meaning through the cultural conventions of their use within a particular context. Thus, traffic lights deploy red to signify stop and green to signify go. This is the cultural code of traffic systems which temporally stabilizes and conventionalizes the relationship between colours and meanings. Thus, signs become naturalized codes whose operation reveals not the transparency of linguistic or visual codes, but the depth of cultural habituation of the codes in operation. Significantly, in the day-to-day usage of the code in traffic management, we are not referring to words on a page but to visual signs operating in cultural life.

## <<电视、全球化与文化认同>>

### 编辑推荐

文化认同是社会建构的吗？  
种族、民族、生理性别和社会性别如何在电视上被建构和再现？  
全球化对电视和文化认同的影响是什么？

<<电视、全球化与文化认同>>

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>