

<<形象传播学>>

图书基本信息

书名：<<形象传播学>>

13位ISBN编号：9787300156620

10位ISBN编号：7300156622

出版时间：2012-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：杨钢元

页数：253

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>

<<形象传播学>>

内容概要

人类传受信息的形式分为感知完形和符号，中国古代概称“形名”。

信息传播是在通道和代码系统中实现的。

代码有层次之分，代码的代码为讯码。

当前的形象传播理论，有处于讯码层次的蒙太奇、长镜头、电影符号学诸理论，和争讼纷纭的形象创作方法理论。

《21世纪传播学系列教材：形象传播学》则直接以形象的通道与代码为研究对象，构建起了具象传播活动的阐释体系。

在影像传播活动爆发性展开的21世纪这个所谓“信息时代”，这一领域的研究成果将和“名学”即符号学一起，共同促进人类对信息传播的理解和实践。

<<形象传播学>>

作者简介

杨钢元，中国人民大学新闻学院副教授，硕士生导师。
调入新闻学院前，曾在中国人民大学中文系（现文学院）任教。
曾讲授课程：文学概论、马列文论、美学概论；现讲授课程：广播电视新闻概论、纪录片创作、影像传播理论研究（研）。
代表性论著：《具象传播论——形名学之形学》（人民文学出版社，2008年出版）。

书籍目录

第一章 人类信息传播活动——具象传播与符号传播的消长第一节 人类前言语阶段的信息形态——信号的记忆、识别与模仿第二节 原始语言的诞生——万象的命名系统第三节 文字前实物化信息载体的诞生——驯养生物生存方式对信息的物化保存复现需求第四节 文字的诞生——应对相对大规模社会组织对信息操控的特殊需求第五节 思维转型时代——理性话语权的建立第六节 脱离语境——印刷媒介逻辑自洽的强权与美的绽放第七节 声像的回归——全面信息消费时代来临第二章 中国具象传播理论史概览第一节 中国古代具象传播理论第二节 “象”论：从“观”天地万象到“立象以尽意”第三节 “形”的塑造：中国古代文艺创作方法理论概览第三章 西方具象传播理论史概览第一节 古希腊罗马具象传播理论第二节 中世纪至启蒙运动时代的创作方法理论第三节 创作方法系统理论的经典：席勒的《论素朴的诗和感伤的诗》第四节 19世纪创作方法理论第四章 现当代具象传播理论概览第一节 西方现当代创作方法理论第二节 苏联与中国现当代的创作方法理论第三节 影像传播理论发展概述第五章 传播的概念系统建构路径第一节 信息第二节 信息媒介：讯息通道与代码第三节 传播代码单元的分类辨析：讯号、信号、符号、形名第六章 具象传播与传播具象第一节 像的解析第二节 形象的信息传播通道、第三节 新具象传播方式崛起的影响第七章 影像传播：三条路径与四种基础代码第一节 影像传播的生成方式第二节 影像传播的三条路径及其四种基础代码形式第三节 蒙太奇理论、长镜头理论、大组合段理论的统一第八章 形象传播的代码系统第一节 从文艺创作方法看具象传播代码第二节 具象传播的代码规则——感性认知的真实系统第三节 具象传播的代码类别：理陸时代形象的社会认知结构第四节 具象代码系统的结构及相互关系第五节 创作方法在文艺创作中的定位第九章 形象传播代码形态分析第一节 形象代码形态解析第二节 形象传播代码系统的历史形态——以西方文艺发展史为例后记

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>