

《网络文学符号学研究》

图书基本信息

书名：《网络文学符号学研究》

13位ISBN编号：9787516171301

出版时间：2016-1

作者：王小英

页数：279

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《网络文学符号学研究》

内容概要

《网络文学符号学研究》内容简介：网络文学尤其是网络小说的兴盛是具有中国特色的重要文化现象，既需要将其放到一定的社会文化背景下去理解，也需要从其自身的特征和生产方式去探索。符号学作为一种通约性的人文社会科学研究方法，便于从形式文化的角度追寻其意义机制。网络文学场内的规则是围绕着读者“人气”而来，在剥夺传统“把关人”权利的同时建构了一种新的评价体系。网络小说写作行为、文本叙事随之表现出旨在与读者建立亲密关系的间性特征。而资本对文学网站的注入，网络平台生产范式将评价体系与消费能力挂钩，把网络文学场内的权利主体进一步明确为读者中的消费者。网络小说文本性别身份区分一直比较明显，单一性别主体的个性张扬与作为写作主体的作者姿态下移形成反比。网络文学的价值来源有二：一是小说文本本身的文学价值；二是围绕着小说文本展开的交际和身份认同价值。二者并无主次之分，而后者是非网络文学所难以提供的。

《网络文学符号学研究》

作者简介

王小英（1982—），女，河南辉县人，博士，西北师范大学文学院副教授，硕士生导师，四川大学“符号学—传媒学研究所”特约研究人员，中国语言与符号学研究会理事。本科就读于河南师范大学文学院汉语言文学专业，硕士和博士就读于四川大学文学与新闻学院比较文学与世界文学专业。目前主要从事网络文学、符号学与叙述学、比较文学、外国文学的教学和科研工作。在《符号与传媒》《社会科学》《俄罗斯文艺》《福建师范大学学报》《中南大学学报》《海南大学学报》《云南社会科学》等刊物发表论文多篇。

书籍目录

目录

序 又一个轮回在开始

导论 分节与归类：网络文学的外延与内涵

第一节 网络文学的能指与所指

一 语言分节的文化差异：“网络文学”的东方性

二 文学网站与文学论坛的分类

三 组合与类型：网络小说的主题元素搭配

第二节 网络文学的符号学研究情形

一 网络文学研究状况

二 网络文学的符号学研究状况

三 网络文学符号学研究的可能路径

第一章 互联网时代的网络文学与当代文学场

第一节 网络文学的媒介修辞偏向

一 文学的媒介层次及其修辞介入

二 互联网时代文学的媒介层次与修辞影响

三 网络文学媒介修辞的娱乐倾向

第二节 网络文学冲击下当代文学场的规则调整

一 中国当代文学场的演变规律探寻

二 网络文学对当下文学场游戏规则的改写

三 当下文学场内的对立冲突与符号资本的争夺

第二章 网络小说的文本性别身份与主体扩张特征

第一节 网络小说的文本性别身份

一 女性文本非女性写作

二 男性文本与男性气质研究

三 性别身份不明的互动文本

第二节 女性文本中的个体主义与限制性女性话语

一 早期“私语式”女性文本话语与安妮宝贝

二 近期长篇文本中的女性主体呈现

三 女性主体叙事：理性化需求与个性化情感的满足

第三节 男性文本中男性主体的多维度自我实现

一 依权力关系而变的男性主体气质

二 男性主体的占有欲实现与自我张扬

第四节 互动文本中的延异游戏

一 网络文学中的互动小说类型

二 接龙小说：复调文本中的角色扮演

三 超文本小说：“牢笼”中的多向选择

第三章 间性编码姿态与文本叙事的认同功能

第一节 网络小说编码的间性特征

一 发现式写作习惯的电脑养成

二 基于读者考虑的“间性”调控

第二节 长篇小说的网络叙述特性

一 长篇小说的叙述机制：制造可读性

二 网络空间的排版美学：类诗模式

第三节 网络小说叙事与符号身份认同

一 身份认同危机与网络小说

二 以“主人公”为核心的网络小说叙事认同

三 叙事认同的文本外“代入”延展

第四章 网络文学链文本的交际价值

第一节 网络小说的链文本特征

一 链文本辨析：接收者解释时一同接收的文本

二 网络小说链文本呈现的页面空间

第二节 书评区：以非在场阅读的方式建构意义社群

一 广告中的认同渴望与焦虑

二 评论中的交流协商与认同

第三节 互动信息：结构设置“询唤”消费主体

一 互动信息区内的消费族群

二 消费意识形态的培养机制

第五章 网络文学的平台生产范式

第一节 网站生产范式：工厂式的标准化生产销售

一 文学网站的工厂化形态

二 专业的文学营销系统与促销策略

第二节 论坛生产范式：作坊式的随性化写作发布

一 松散管理与社区自治

二 文学论坛：较为独立的网络文学公共空间

第三节 网站生产范式对网络小说的商业“规训”

一 主导身份转移：文学以商品身份为第一身份

二 产品的标准化：网络文学的类型化

三 消费主导型的生产：网络文学的信息“冗余”

第六章 “反弹单轴化”后网络文学接受者的释义

第一节 网络上读者的符号接受

一 网络读者的角色：训示型、咨询型、对话型与注册型受众

二 网络屏幕阅读：浅阅读、互动性与情绪化

第二节 网络文学的多种后文本与其经典化

一 语言媒介后文本：有声小说与实体书

二 综合媒介后文本：影视、动漫与游戏

三 多种后文本助推网络文学的经典化

第七章 历时中的网络文学与官方文学评奖活动

第一节 网络文学场中权力主体的转移与行动者的多元化

一 网络文学场与网络媒介场同步变迁

二 技术障碍降低后网络文学场内的权力分配

三 人气资本、经济资本与符号资本的转换模式

第二节 评论文本何以引导文本：鲁迅文学奖与网络文学

一 鲁迅文学奖之于文学的评论文本价值

二 阶梯式把关与“人气原则”的相悖

三 主流精英审美原则与一般审美趣味的偏差

四 官方文学奖引导网络文学失效之反思

参考文献

后记

《网络文学符号学研究》

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：www.tushu000.com