

<<差异化表征>>

图书基本信息

书名：<<差异化表征>>

13位ISBN编号：9787509704080

10位ISBN编号：7509704081

出版时间：2008-11

出版时间：社会科学文献出版社

作者：徐连明

页数：306

字数：274000

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>

<<差异化表征>>

前言

传媒文化的兴盛是当前中国社会一个突出的文化现象。

与此同时，中国社会阶层结构也在发生着重大变化。

同处一个社会，传媒文化的巨大影响力对社会各个阶层都产生了程度不同的催化作用。

毋庸置疑，传媒文化日益影响着我国正在兴起与不断发展壮大的白领阶层。

白领阶层是改革开放之后我国社会的新生阶层之一，该阶层为媒体所广泛关注并被尽力渲染成为一个白领神话。

徐连明博士选择时尚杂志这一流行文化进行深入研究，具有积极的理论价值与现实意义。

时尚杂志这一流行文化所制造和书写的白领神话源于但不同于现实生活中的白领阶层，它既客观反映又主观建构着现实生活中的白领，因而对我国白领阶层的形成与发展起着越来越重要的形塑作用。

对时尚杂志所反映的流行文化进行分析，不仅可以帮助我们了解当下时尚流行文化的内容、特点与建构机制，而且还可以帮助我们把握消费主义影响下中国都市社会的某些新型运作形式。

本书以时尚杂志这一“书写白领”为研究对象，借鉴文化研究中的表征理论，以“差异”为具体的分析视角，通过内容分析、访谈、问卷调查等社会学方法，分析了时尚杂志产生的时代背景、具体内容、建构机制、对白领阶层日常生活所产生的影响以及它的消费性、休闲性、游戏性、意识形态性等本质特征，探讨了“时尚杂志何以可能”这一核心问题及其细分的两个子问题：“时尚杂志这一书写白领建构何以可能”与“时尚杂志这一书写白领流行何以可能”。

作者认为，时尚杂志是白领阶层一种特殊的文化资本，它建构的白领品味是白领阶层有别于其他阶层的标志。

时尚杂志得以流行的原因十分简单，那就是它对很多白领个体来说是“有效用”的。

它作为一种白领文化资本有助于白领鉴赏能力的提升。

品味的外在表现就是一种审美判断能力，这种能力被布迪厄认为可以用来作为阶层划分的依据。

作者认为，时尚杂志可以被形象地解释为一种“品味-物”的联合体，其中“品味”是时尚杂志所建构的白领核心价值观念，“物”则是时尚杂志所涉及的各种各样白领时尚商品，包括时装、化妆品、家居用品等。

时尚杂志作为现代社会的“品味-物”，事实上源于“等级-物”这一历史性话语。

这表明时尚杂志并非是一种偶然的孤立现象，它的产生与流行有其历史必然性。

只有在现代消费主义文化语境内，在白领阶层兴起的当今，“等级-物”的表征才历史性地演变为“品味-物”的时尚杂志。

时尚杂志这一书写白领符号系统主要是在差异基础上建构起来的。

“差异性原则”是时尚杂志最关键的组织原则之一，“差异化”是时尚杂志的本质特征，时尚杂志中白领商品的“示差性”是时尚实现“有计划过时”的关键。

作者认为，时尚杂志作为一种媒介话题是差异挑选与差异制造的结果。

时尚杂志通过差异挑选确定了白领形象与白领商品的符号边界，即通过挑选差异成功地界定了什么是白领和哪些是白领商品，又通过类别化、风格化、细节化等差异制造方式将白领商品组织进各种时尚之中。

作者的这些见解对我们理解当今时尚流行文化本身，了解时尚传媒文化对社会阶层的影响，了解我国现代都市社会生活的符号化趋势，都是很有意义的。

南京大学社会学系教授、博士生导师风笑天序二此书是连明在其博士论文基础上修改而成的。

本书以一本时尚杂志为个案，对我国当前时尚流行文化展开深入分析。

值得一提的是，这一领域的专著在国内尚不多见，因而具有较高的理论与实际意义。

作者首次采用“差异”视角来对一份时尚杂志进行研究，首次运用差异挑选、差异制造、真实差异、虚拟差异、类别差异、等级差异等核心概念对我国当前时尚流行文化进行深层次解读。

作者在认真梳理了国外各种流行文化理论及国内时尚杂志研究基础上，运用社会学想象力，将时尚杂志这一研究对象处理为一个较为直观而贴切的图式：品味-物。

这表明在时尚杂志中，各种时尚商品是白领品味的载体，而白领品味反过来又是时尚商品的符号价值

<<差异化表征>>

“品味-物”的图式统摄着全书的主要章节。

例如，作为全书研究主体的第三、第四、第五章，第三章分别研究了时尚杂志中的品味和商品；第四章研究从物到品味这一向度，该向度体现了特定类型的商品如何在差异基础上被挑选出来，作为品味的象征；第五章则反过来研究从品味到物的向度，该向度体现了特定类型的商品一旦被赋予品味价值后，会大量地产生差异制造现象，类别化、风格化与细节化等便是其集中体现。

因此，作者采用差异视角与品味-物图式进行时尚杂志研究，是一种值得充分肯定和十分有益的理论探索。

可以说，本书为我国的时尚杂志研究提供了一个全新的分析架构。

当然，也正因为其具有新意，书中的一些概念与提法尚待进一步商榷与完善，书中的分析也难免会出现某些偏颇之处，这一切都有待他在后续研究中加以深化与补充。

连明在南京大学获得博士学位，他在南京大学学习期间由我负责指导。

在三年的朝夕相处中，他的勤奋好学、谦逊质朴给我留下了深刻的印象，而他的才华与学识，更令我对他的未来充满信心。

现在的这本书，只是他的牛刀小试，我相信，一定有更大的成功还在后头。

<<差异化表征>>

内容概要

本书以时尚杂志这一“书写白领”为研究对象，借鉴文化研究中的表征理论，以“差异”为具体的分析视角，通过内容分析、访谈、问卷调查等社会学方法，分析了时尚杂志产生的时代背景、具体内容、建构机制、对白领阶层日常生活所产生的影响以及它的消费性、休闲性、游戏性、意识形态性等本质特征，探讨了“时尚杂志何以可能”这一核心问题及其细分的两个子问题——“时尚杂志这一书写白领建构何以可能”与“时尚杂志这一书写白领流行何以可能”。

<<差异化表征>>

作者简介

徐连明，男，浙江海盐人。
2005年毕业于南京大学社会学系，获社会学博士学位。
现任教于华东师范大学社会学系。
主要从事传媒社会学、文化社会学与中国社会问题研究。

<<差异化表征>>

书籍目录

第一章 导论 第一节 研究对象及意义 第二节 表征与差异 第三节 我国时尚杂志研究文献回顾 第四节 相关流行文化研究理论综述 第五节 研究方法 第六节 本书结构安排及核心问题 第七节 创新与不足第二章 白领阶层兴起及其媒介表征 第一节 何谓差异 第二节 分层表征中的差异挑选现象 第三节 白领阶层兴起与媒介表征实践 第四节 时尚杂志内容分析说明第三章 流行的“品味—物” 第一节 白领品味 第二节 白领商品 第三节 书写白领“品味—物”的流行 第四节 《时尚·cosmo》对白领受众的影响分析第四章 从物到品味的分析：书写白领与差异挑选 第一节 白领表征与差异挑选 第二节 书写白领差异挑选实证分析 第三节 书写白领差异挑选的定型化第五章 从品味到物的分析：书写白领与差异制造 第一节 表征中的媒介事实与白领话题 第二节 书写白领差异制造实证分析 第三节 书写白领差异制造的特殊性第六章 结论 第一节 核心问题、理想类型及主要概念 第二节 研究总结 第三节 进一步探讨参考文献附录1 《时尚·cosmo》白领受众调查问卷附录2 时尚杂志“人物”栏目编码单附录3 美容、家居、旅游与美食栏目双轴关系内容分析结果 后记

<<差异化表征>>

章节摘录

另一方面，中介性手段的不断复杂化、区分化有赖于差异的运作机制。

在表征理论中，差异最根本的特征就是它的中介性。

差异是我们与外部世界之间的中介，通过它，我们才能把握并适应外部世界。

差异不仅仅是我们与周围世界的中介，而且是一切事物之间的中介，事物的普遍联系就是差异起了中介作用。

同样，差异也是表征的中介，是表征得以进行的前提条件。

我们无一例外地都是在建立于差异基础上的各种表征中区分并识别外物、事物间的关系，即我们无一例外地在表征中使事物建立起普遍联系。

差异就是这样的中介，它是一个中介性的东西，是一种关系，它反映了事物间的区别与联系。

譬如，辩证法作为一种对现实进行抽象把握的理论，就是一种表征，因为表征“意味着用语言向他人就这个世界说出某种有意义的话来”，辩证法作为一种表征科学地描述了事物之间存在的现实关联，从而确保人们相应的认识活动能够产生真实的而非虚假的意义。

差异是人们认识过程中的事物内部及事物之间相互区别的形式。

差异是普遍存在的，人们在此基础上在各种事物之间建立起普遍联系。

差异是被反映的事物在反映的事物中的再现，是一个客体的内容在另一个客体中的反映。

差异的内容属于客观事物，但必须通过另一事物表现出来。

差异的呈现过程即是事物相互作用中的反映过程，反映是客观物质世界的普遍特性，差异使事物的反映成为可能而自己同时又是这种反映的产物，无疑是差异使普遍联系的事物的反映成为可能，据此我们才能形成对事物的知识。

有些差异反映的是他物的属性，有些差异反映他物的关系、本质、规律及其实体。

差异使得客观物质世界的一切事物都能被他物反映，转化为知识，同时也能反映他物，形成关于他物的知识。

差异不是物质也不是精神，这就是差异中介性的证明。

总之，差异不是物质，也不是精神，而是一种中介性的东西。

表征的系统正是在差异的基础上组织起来的。

对差异的识别使世界有可能在表征中变成一个普遍联系的整体。

<<差异化表征>>

后记

一本不厚的小书，记录了梁漱溟先生的一些言论，至今已跟了我16年，它叫《朝话》。书里的文章篇幅短小，语句极其通俗，意思却很深远，它教导我努力过一种对的生活。生活在喧闹而又繁忙的大上海，出门时我却喜欢把它放在包里，即便不读，心里也会觉得有所依归。正如梁公所言，学问终究是自己的事，真学问必得真受用。联系到我的博士论文，我不敢说这就是真学问，因为在我心目中，真学问恐怕非得先坐上十年冷板凳不可，而且有了主张还需一以贯之地力行之。在我对时尚这一主题的研究上，我自己感觉这些年来我努力做了，也认真思考了，但本书在行文上却仍显艰涩与粗糙。我一直想搞清楚的问题是，社会现实中不合理的差异与制造差异到底是什么关系？其内在有没有一以贯之的东西在起作用？这本书以文化研究的表征理论为框架，核心之处在于借鉴符号学“能指/所指”的分析将纷繁复杂的时尚杂志流行文化现象抽象处理为“品味—物”这一较简洁的理想类型。其中，物(主要是商品)囊括了时尚流行文化一切物质层面的内容，品味则概括了时尚流行文化赋予商品之上的一切意味。在准备研究资料的最初阶段，有两句话很快引起我的注意，并最终形成研究中主要的分析视角。索绪尔在《普通语言学教程》中说语言之中只有差别，而齐美尔在《时尚的哲学》中认为时尚的本质是差异。

<<差异化表征>>

媒体关注与评论

当代中国社会，白领阶层的兴起与不断发展是一项意义重大的社会事实，同时也成为一个普遍而又重要的媒介话题。

包括时尚杂志在内的流行文化关于白领的书写，对我国白领阶层起着愈来愈大的形塑作用。

因此，本书的出版对研究这一问题具有一定的理论价值与现实意义。

——吴铎（中国社会学会原副会长华东师范大学教授）本书以时尚杂志这一“书写白领”为研究对象，采用“差异化表征”的新视角，运用内容分析、个案访谈与问卷调查等方法，研究了我国当前时尚杂志流行文化的时代背景、具体内容、运作机制与本质特征等，解答了“时尚杂志书写白领何以可能”这一核心问题，从而为我们更深入地理解时尚杂志流行文化与白领阶层提供了有益的启示。

——风笑天（南京大学社会学系教授博导）

<<差异化表征>>

编辑推荐

《差异化表征:当代中国时尚杂志"书写白领"研究》：社会学前沿问题研究丛书。

<<差异化表征>>

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>