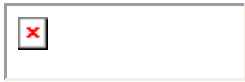


期刊全文 :

未安装PDF浏览器的用户请下载

体育明星的符号学解读
杨文运, 马国强

浏览次数 194



(河北师范大学 公体部, 河北 石家庄 050091)

2008年		
第1期	第2期	第3期
第4期	第5期	
2007年		
第1期	第2期	第3期
第4期	第5期	第6期
第7期	第8期	第9期
2006年		
第1期	第2期	第3期
第4期	第5期	第6期
2005年		
第1期	第2期	第3期
第4期	第5期	第6期
2004年		
第1期	第2期	第3期
第4期	第5期	第6期
2003年		
第1期	第2期	第3期
第4期	第5期	第6期
2002年		
第1期	第2期	第3期

摘要: 以符号学为方法论, 对体育明星的符号结构、符号类型进行分析, 结果发现, 体育明星本人并不是体育明星符号所指, 而只是其能指符素, 运动员形象才是所指, 这是体育明星符号的本质。因此, 我们将体育明星界定为: 由大众传媒利用图像、声音、文字、色彩等复杂符号, 对运动员本人某些事件或信息进行选择和加工, 重新加以结构化以后, 展现在大众面前, 并激发人产生象征意义联想的运动员形象。体育明星是消费社会、体育产业化、人类自觉生命意识等的象征。

关键词: 体育明星; 符号学; 大众传媒
中图分类号: G80 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2007)08-0024-04

Semiotic interpretation of sports stars
YANG Wen-yun, MA Guo-qiang

(Department of Physical Education, Hebei Normal University, Shijiazhuang 050091, China)

Abstract: Basing their methodology on semantics, the authors analyzed the structures and types of sports star signs, and revealed the following findings: sports stars themselves are not what sports star signs refer to, but just the morphemes of sports star signs, while athletic images are what sports star signs really refer to, and the essence of sports star signs. Therefore, the authors defined sports stars as athletic images that are presented to the public by public media via selecting, processing and restructurizing certain events or information regarding athletes themselves with the use of complex signs such as graphics, sounds, characters and colors to catch the eyes of the public and to inspire people to produce symbolically meaningful associations. Sports stars are the symbols of the consumption society, sports industry, human being's self awareness of life, etc.
Key words: sports star; semiology; public media

[第4期](#) [第5期](#) [第6期](#)

2001年

[第1期](#) [第2期](#) [第3期](#)

[第4期](#) [第5期](#) [第6期](#)

你是第 [2056977](#) 位访问者

版权所有：体育学刊 粤ICP备05080741号 技术支持：网天科技
地址：广州石牌华南师范大学公体楼303 邮编：510631
电话：020-85211412 传真：020-85210269 邮箱：
tyxk@scnu.edu.cn