

<<消费文化时代的性别想象>>

图书基本信息

书名：<<消费文化时代的性别想象>>

13位ISBN编号：9787208079977

10位ISBN编号：7208079978

出版时间：2008-8

出版时间：吴菁 上海人民出版社 (2008-08出版)

作者：吴菁

页数：234

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>

## <<消费文化时代的性别想象>>

### 前言

吴菁在本书的导论中提到，“魔镜是我在思考本论题时的一个挥之不去的意象”，而我记得最初当我们讨论本研究的题目时，我们提到了“魔镜魅影”四个字。

后来，她说老觉得这四个字像鬼魅阴影一样缠绕着她不得安宁。

正如她自己所说，“魔镜的寓意正好道出了现代人、尤其是女性在某种意义上的生存境遇。

这不完全指女性和镜子好像有着更直接更频繁的关联，而更重要的指大众传媒的飞速发展使我们无可逃遁地生活在媒介文化之中，它以日复一日的巨大的复制再生产作用着我们的日常生活。

它一方面映照着现实，提供了种种性别形象与观念，在男性中心意识仍然是普遍现实的情况下，这些性别形象有没有或者如何铭刻了当前依然存在的男性中心话语；另一方面媒介文化也在建构着现实，告诉我们什么样的女人是有魅力的女人、什么样的男人是成功人士，女性面对着这样一面有魔力的镜子，她该描画什么样的眉毛、变换什么颜色的头发、有着什么样的笑容、保持什么样的身段、选择什么样的爱情乃至生活方式，大众传媒都为她们提供了种种诱人的范本以及修饰技术。

## <<消费文化时代的性别想象>>

### 内容概要

每一个时代都有关于性别的流行叙述与想象，它不仅构成了人理解自身和世界的基础，同时也意味着建构的权力。

20世纪90年代以来的中国社会，正在面对重新建构性别和定位女性的过程，性别意识形态及其运作方式，比以往任何时期都有更为剧烈的变化。

这种剧变是与消费文化在中国社会的扩张同步发生的。

女性/性以及身体，已然成为消费文化的畅销符号，作为符号的女性，在大众传媒中以大爆炸方式被生产出来，填满了人们的日常生活空间。

本书从最受中国大众喜爱的虚构性叙事形态的影视情节剧中选取了四种主要的女性呈现模式——灰姑娘模式、花木兰模式、潘多拉模式以及盖娅模式，考察它们在当代中国历史语境之下的动态走向及其互动关系。

从这些女性呈现模式的变与不变之中阐释20世纪90年代以来性别意识形态及其运作方式的变迁，这构成了本书的核心问题。

在这种阐释中，也呈现了女性主义媒介批评的立场以及对这种批评自身的反省。

## <<消费文化时代的性别想象>>

### 作者简介

吴菁，女，1976年7月生，湖北荆州人。

先后负笈武汉大学与清华大学，领文学博士衔。

热爱影视批评与媒介文化研究，每每持女性主义大纛作唐吉珂德之争。

译有《好莱坞电影——1891年以来的美国电影工业发展史》(RichardManby著，华夏出版社2005年出版)，著文若干见于《电影艺术》、《文化研究》、《同济大学学报(哲社版)》、《电视研究》等刊物。

现隐居沪上，任教于同济大学，间有文化时评或牢骚流布坊间。

## &lt;&lt;消费文化时代的性别想象&gt;&gt;

## 书籍目录

序一序二第一章 导论一、媒介文化中的模式化女性二、影视情节剧中四种女性呈现模式及其变体(一)灰姑娘模式及其演变(二)花木兰模式及其演变(三)潘多拉模式及其演变(四)盖娅模式及其演变三、基本概念与理论路线四、研究意义五、研究方法(一)叙事学方法(二)原型批评方法(三)文化研究与女性主义视角第二章 灰姑娘模式：男性拯救的神话一、灰姑娘模式的叙事形态分析(一)基本人物谱系(二)叙事结构(三)叙事策略二、革命版灰姑娘及其性别言说策略(一)革命化改写(二)性别言说及其策略三、财富版灰姑娘的变奏及其性别意义(一)新灰姑娘：对性别秩序的反叛与回归(二)消费白马王子：女性看，男性被看？(三)经典环节：打碎与重组四、小结第三章 花木兰模式：超越性别的想象一、花木兰模式的叙事形态分析(一)初始情境：倾斜的秩序与秩序之内的女性(二)叙事结构：对性别秩序的超越与回归(三)叙事母题：女扮男装与性别身份的两难(四)花木兰原型与影视叙事中的类型元素二、女性偶像：1949年~1979年电影文化中的花木兰(一)铁姑娘：主流性别话语的通俗化演绎(二)个案分析：《战火中的青春》(三)花木兰式困境三、90年代以来主旋律与商业化夹缝中的花木兰(一)主旋律电影与商业电影的90年代叙境(二)新主流影视中的花木兰及其文化解读1.传统女性身份的恢复与经典窥视情境的建构2.商业策略与意识形态策略下的“革命+爱情”四、艺术电影中的花木兰(一)艺术电影与语境(二)对女英雄与历史大叙事的解构五、商业娱乐电影中的花木兰(一)文化商品的“成套”生产与消费(二)女英雄形象的色情与暴力化编码(三)消费文化性别话语的含？昆性与批评困境六、小结第四章 潘多拉模式：美之惑与色之祸一、潘多拉模式的叙事形态分析(一)潘多拉(Pandora)词源分析(二)故事(三)叙事母题1.女性关神话2.灾难情结二、“十七年时期”反特片中的女特务(一)作为阶级敌人标志的女性性征及其符号系统(二)传统性别话语与政治话语的混合(三)“女特务”的双重功能(四)女特务叙事中的边缘性非政治话语三、亦旧亦新的潘多拉(一)罪恶与伤痕：唯美怀旧剧中姨太太形象的变奏(二)危险但可爱的潘多拉：婚外恋题材情节剧中的“第三者”(三)从红玫瑰到白玫瑰的转变：对潘多拉神话的反讽四、潘多拉的“女权”面孔：从欲望客体到欲望主体的虚拟(一)新面孔：将女性主义做成流行文化？(二)暧昧与流动的话语策略(三)“诱惑”的辩证法与后现代性别权力游戏五、小结第五章 盖娅模式：想象贤妻良母一、盖娅模式的革命政治型与政治伦理型(一)盖娅模式的革命政治型(二)盖娅模式的政治伦理型二、多元文化中的盖娅传统：日常人生模式与诗情怀旧模式(一)日常人生模式(二)诗情怀旧模式三、盖娅模式的边缘化(一)盖娅模式的边缘化与消费文化的兴起(二)盖娅模式的边缘化轨迹四、盖娅模式的“潘多拉”式重写(一)传统贤妻良母：对欲望的否定(二)盖娅模式伦理色彩的淡化(三)传统与现代夹缝中的贤妻良母：“母性”的风情化包装(四)盖娅的欲望化重构以及性别意识形态改写策略五、小结结论一、女性形象/性别的“泛消费化”二、意识形态批判：后男权时代的催眠术三、女性主义媒介批评及其困境参考文献附录：本书涉及的重要影视剧索引后记

## <<消费文化时代的性别想象>>

### 章节摘录

第一章导论魔镜是我在思考本论题时的一个挥之不去的意象。

就像白雪公主的继母不停地问魔镜谁是世界上最美丽的女人，也如同当前在全球流行的华人女歌手李玟在一首歌中所唱到的，“魔镜魔镜告诉我，男人到底要什么……贪心的男人总是希望你有天使的脸孔和魔鬼的身材……MIRRORMIRRORONTHEWALL, WHO‘STHEFAIRESTOFTHEALL”。

镜子在人类文化史上可以说是最古老最丰富的一个意象，它的意义可以分为两个不同的层面。

第一个层面指它是对外界真实的自然模拟式的反映与再现，我们通过它认识周围的世界，这也是艾布拉姆斯《镜与灯》中的镜子，这是古典主义与浪漫主义观念中的镜子。

第二个层面是指镜子给我们提供的形象是虚构的自画像，是一种心理投射和建构，这是拉康的镜子，也是后现代主义观念中的镜子。

魔镜的寓意正好道出了现代人、尤其是女性在某种意义上的生存境遇。

这不完全指女性和镜子好像有着更直接更频繁的关联，而更重要的指大众传媒的飞速发展使我们无可逃遁地生活在媒介文化之中，它以日复一日的巨大的复制再生产作用着我们的日常生活。

## <<消费文化时代的性别想象>>

### 后记

你适合走感性的学术方向。

从前，一个学者前辈对我说。

这多少有点分裂感的评价其实暗示了某种悲剧性，能够挑战规则或者灵活跨越规则的只是少数极端聪明或者极端幸运的人，大多数人须要老老实实地做事，老老实实地生活。

何况学术。

它太容易让人感受到敬畏和挫折，漫长的时间，无穷的茫然，似乎只完成了那么一点点事情，只是极偶尔才感受到那种精神的狂喜，的确很美。

但这种孱弱的美随时可能被更多的茫然和怀疑所摧毁，它既来自学术自身，也来自学术之外。

也许我不是一个坚强的人。

所以我要深深感谢许多人。

首先特别感谢我的博士导师尹鸿先生。

他是一位既让人轻松又让人紧张的老师，令人轻松在于他能在谈笑间完成对学生的指导，让人紧张在于他永远犀利尖锐，以至于绝少的表扬每每让我们怀疑是不是反语。

感谢清华大学中文系罗钢教授、新闻与传播学院刘建明教授、杜克大学刘康教授，他们对我的这本小书给予了宝贵的意见和慷慨的指导。

<<消费文化时代的性别想象>>

编辑推荐

《消费文化时代的性别想象:当代中国影视流行剧中的女性呈现模式》由上海人民出版社出版。



<<消费文化时代的性别想象>>

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>