

<<幻象的饕餮盛宴>>

图书基本信息

书名：<<幻象的饕餮盛宴>>

13位ISBN编号：9787516115497

10位ISBN编号：7516115495

出版时间：2012-11

出版时间：李辉 中国社会科学出版社 (2012-11出版)

作者：李辉

页数：354

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>

<<幻象的饕餮盛宴>>

内容概要

《幻象的饕餮盛宴：西方马克思主义文化消费理论研究》旨在对西方马克思主义文化消费理论进行系统研究。

马克思主义的意识形态和葛兰西的文化霸权理论，马克思的异化理论和卢卡奇的物化理论是西方马克思主义文化消费研究的两个重要理论视角和理论基石。

法兰克福学派在对文化消费的批判中看到，消费社会并不是我们理想的社会形态，物质的极大丰盛并没有消除人与人之间的不平等，并没有带来幸福和民主。

而菲斯克对法兰克福学派的观点提出了质疑，强调被统治阶级的力量，突出了他们对统治阶级意识形态的躲避和抵抗。

鲍德里亚认为，在消费社会，人被符号所异化，符号体系成为控制人的新力量。

<<幻象的饕餮盛宴>>

作者简介

李辉，男，1976年6月出生，山东省莒南县人。

山东师范大学文学院副教授、文学博士、硕士生导师。

主要研究领域为文化消费、文化产业、企业文化等。

出版译著《马克思主义与美学》（合译）、《政治中的人性》、《批评的冒险》和《快乐谷游记》等；合著著作1部《数字化时代与文学艺术》。

曾在《光明日报》、《文艺报》、《销售与市场》等中文核心期刊发表论文30余篇。

<<幻象的饕餮盛宴>>

书籍目录

导言 第一部分西方马克思主义文化消费的理论来源 第一章马克思的消费思想以及异化、意识形态理论 第一节生产与消费 第二节异化劳动 第三节商品的秘密：金钱崇拜 第四节意识形态理论 第二章卢卡奇的物化理论 第三章葛兰西的文化霸权（领导权）理论 第二部分法兰克福学派的文化消费思想 第四章阿多诺：文化工业批判 第一节标准化的生产方式虚伪的个性化形式 第二节商品化的文化与文化的商品化 第三节文化工业：意识形态的新形式 第四节文化工业批判的反思 第五章马尔库塞：单向度的消费社会单向度的消费者 第一节人类迈入资本主义消费社会时期 第二节文化消费：社会控制的新形式 第三节文化消费的秘密 第四节单向度的消费社会 第五节艺术中的乌托邦：消费社会的救赎 第六章弗洛姆：异化的消费 第一节文化消费者：异化消费的消费机器 第二节消费还是浪费？ 第三节消费异化之根 第四节走向人道而健康的文化消费方式 第五节弗洛姆消费异化之反思 第七章本雅明：离经叛道的消费思想 第一节梦幻的巴黎 第二节商品梦幻中的人 第三节复制技术与灵韵的消失 第三部分法兰克福学派之后文化消费研究的转向 第八章菲斯克：我买故我在 第一节作为大众的文化消费者 第二节金融经济和文化经济 第三节捉襟见肘的商业策略 第四节文化消费者：权力的抵制意义的建构 第五节快感：抵抗的驱动力 第六节生产者式文本 第七节大众的辨识力 第八节菲斯克文化消费理论批判 第九章鲍德里亚：符号视野下对消费社会的全面批判 第一节经济增长：社会进步的神话 第二节消费：丰盛中的暴殄天物 第三节幸福、平等和民主：异化消费的幻象 第四节符号差异：意识形态与异化消费 第五节大众媒介与广告：消费社会的加速机 第六节花明天的钱，圆今天的梦：信贷与超前消费 第七节走向符号社会 第十章他山之石：文化消费与中国语境 第一节西方马克思主义文化消费研究的经验与教训 第二节消费主义语境下的中国文学艺术 参考文献 后记

<<幻象的饕餮盛宴>>

章节摘录

版权页： 第四节 文化工业批判的反思 应该说，当绝大多数的学者都为资本主义的科学技术和文化繁荣而大唱赞歌，鼓吹人类的新纪元时，阿多诺等法兰克福学派的学者们举起了批判的大纛，批判消费社会的科学技术与文化工业，“文化工业的总体效果之一是反启蒙，在这一效果中，正如霍克海默和我曾经指出的，作为不断进步的对自然的技术统治的启蒙，变成了大众欺骗，转变成束缚自觉意识的工具。

它妨碍了自主的、独立的个人（他们自觉地为他们自己下判断，做决定）的发展”。

指出文化工业反启蒙，欺骗大众，阻碍个人的发展，这无疑是有着积极的意义，显示了他们的远见卓识。

然而，阿多诺等人的文化工业批判自身存在着很大的问题。

英国学者约翰·斯道雷指出，阿多诺经常以流行音乐为例来说明文化工业的标准化和伪个性化，但事实发展并没有像他想象的那样：流行音乐并不是铁板一块，而是充满了多样性，不断地发展变化；流行音乐的消费并非像阿多诺说的那样被动，而是主动得多，消费者的口味挑剔，明鉴善辨；流行音乐并不是社会的胶合剂，他忽视了亚文化的存在。

还有人指出，阿多诺的理论虽头头是道，但他无法为自己的理论提供经验上的征据；他有着浓厚的精英主义情结；忽视了实用人工制品和文本人工制品的差异。

就文化工业的标准化而言，阿多诺看到了工业中的理性化倾向对文化的重要影响，觉察到了普通工业与文化工业的共同性，这无疑有着积极的意义。

然而，他没有注意到文化工业的特殊性。

文化工业所从事的是符号生产，独创性是至关重要的大事。

在大多数情况下，只要市场前景看好，艺术家们的个性会得到充分的展示。

即使文化工业的投资人有权干涉整个的创作与生产过程，他们通常也很少涉足具体的事物。

他们深知：作为一个外行，他们在这个领域很难与自己所雇佣的专家相媲美。

横加干涉，只会使作品失去市场，他们犯不着与金钱作对。

在阿多诺所经常援引的电影行业情况也是如此。

整个电影工业是高度产业化的，然而，这并不妨碍电影多样化风格的形成，即使在文化工业的典型代表——美国的好莱坞电影中，虽然制片人能够一手遮天，但是他们所实施的导演制和明星制，让那些艺术家英雄有了用武之地，形成了迥异的电影风格。

在文化产业的生产过程中，大多数情况下，艺术家的创作与工业化的生产过程是相分离的，艺术市场不仅存在于艺术品的消费之中，同样存在于艺术生产的领域之中。

在这个市场中，艺术家和艺术作品生产商进行交易，艺术品生产商花钱购买艺术家的版权，而无法干预艺术家的创作，即使对作品进行改编。

<<幻象的饕餮盛宴>>

编辑推荐

《幻象的饕餮盛宴:西方马克思主义文化消费理论研究》拟采取历史唯物主义的方法,对西方马克思主义关于文化消费的理论进行梳理,追溯其理论源泉,对代表性人物的观点进行全面的总结和批判,寻找其历史发展衍变过程中的转型,并总结西方马克思主义文化消费理论的经验教训。

<<幻象的饕餮盛宴>>

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>