

<<媒介·景观·社会>>

图书基本信息

书名：<<媒介·景观·社会>>

13位ISBN编号：9787562454755

10位ISBN编号：7562454752

出版时间：2010-8

出版时间：重庆大学出版社

作者：刘扬

页数：253

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>

<<媒介·景观·社会>>

内容概要

《媒介·景观·社会》围绕德波著作的文本学解读，厘析德波消费文化语境中的景观拜物教批判理论，还原一个尚未被国内外学界引起高度重视，但是在历史主义基础上、全球化背景中又不得不引起重视的理论指涉；并且对这一理论域进行辩证地反思和阐释，以凸显它在学理上的当代价值和现实意义，试图将理论实践思考为实践理论。

## 作者简介

刘扬，男，博士，重庆市人。

笔名，东阳书生。

先后攻取英语外事管理方向学士学位、文艺学影视批评方向硕士学位、文艺学文艺与传媒方向博士学位，并在管理科学与工程博士后流动站从事战略管理研究。

2010年至2011年，在美国普渡大学人文艺术学院传播系作访问学者，从事组织传播与城市形象研究。

现任教于重庆大学文学与新闻传媒学院，兼任学科建设办公室主任。

迄今为止独立主持省部级社科课题两项、校级课题五项，主研国家级和省部级课题三项；在国内外专业期刊上发表重要学术论文10多篇；现研究兴趣集中在媒介(视觉)文化批评、传播理论和战略管理等领域。

书籍目录

导论 媒介景观拜物教：消费社会的幽灵第一节 消费文化语境第二节 媒介景观拜物教第三节 一只沉默的螺旋：景观消费的文化心理机制第四节 一只看不见的手：景观消费的意识形态幻象第一章 西方思想家消费异化批判谱系第一节 异化与物化：从马克思到卢卡奇第二节 法兰克福学派：消费异化批判第三节 列斐伏尔：日常生活批判第四节 波德里亚：符号拜物教批判第二章 媒介景观拜物教批判的文化逻辑第一节 德波：视觉规训社会的揭橥者第二节 境遇主义国际第三节 艺术革命第四节 日常生活革命第五节 镜城中的境遇运动：略论《景观社会》电影第六节 浪漫的无实之花：伟大的法兰西文化遗产第三章 景观体验与审美批判第一节 现代性悖论第二节 景观影像：启蒙现代性症候第三节 景观审美：审美现代性批判第四章 视觉景观与后现代面向第一节 德波与福柯：视觉规训第二节 德波与哈维：空间问题第三节 德波与波德里亚：景观-符号第四节 德波与凯尔纳：景观-奇观结语附录 居依·德波生平参考文献后记

## 章节摘录

版权页：插图：在消费社会里，商品消费成了人们生活的主题，也成为整个社会的日常伦理。

德波提出的“景观”概念形象地再现出了消费社会里大宗商品堆积如山的恐怖景象。

人们为这些景象所诱骗、迷惑，这些景象具有华丽的外表并显出物质生活已达到无限丰裕程度，人们无法看透这景象背后赤裸裸的抽象的资本逻辑的统治和精神世界的空虚。

当人们满足于这些“实实在在”的专门用来消费的商品时，可悲的是他们只是生活在自己的美好的想象中。

如果“商品的确是真实的幻想，景观就是它的一般性表现。

”因而在消费社会里，人们的反抗意识和革命精神统统被这虚假的幻想消解了（正如马尔库塞在《单向度的人》中所描述的那样）。

德波清楚地看到，“景观不是形象的聚积，而是以形象为中介人们之间的社会关系”。

不仅如此，景观就是世界观，是物质化了、对象化了的世界观。

这是问题的症结所在：如果说在初期，人们对资本主义社会的剥削本质还有比较直观和清醒的认识，那么现在，由于景观的迷惑和干扰，他们却对这种剥削本质“视而不见”，并且积极地发自内心地加以认同。

这导致的直接后果就是大众的革命潜能和阶级意识以及组织集体的反抗资本主义社会的可能性的丧失。

所以，今天的革命就不再是传统的政治斗争和反抗，而是在日常生活层面上摧毁迷人的景观，以建构真实的生存情境。

这也是范内格姆《日常生活的革命》一书的主旨。

由于在景观社会中，原来那种以政治强制和经济手段为主的统治方式已经为文化意识形态的控制所取代，景观创造了一种伪真实，通过文化设施和大众传播媒介构筑起一个弥漫于人的日常生活中的伪世界（这可能是后来鲍德里亚那个“类象世界”的前身）。

于是，革命就是要在日常生活中摧毁景观，揭露景观的异化本质，使人的生活重新成为真实生存的瞬间（列斐伏尔的口号：“使日常生活成为艺术”）；证伪通过景观布展的虚假欲望，解放人本己的真实欲望，建构全新的生活情境，以实现日常生活的革命。

<<媒介·景观·社会>>

编辑推荐

《媒介·景观·社会》是文字斋书库·文化与新闻传播研究丛书之一。

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>