

<<女性历史消费>>

图书基本信息

书名：<<女性历史消费>>

13位ISBN编号：9787811294453

10位ISBN编号：7811294451

出版时间：2011-12

出版时间：黑龙江大学出版社有限责任公司

作者：李庚

页数：242

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>

<<女性 历史 消费>>

内容概要

本书借用文化研究学派的观点和方法来分析当代电视剧这一文化现象。从女性主义文化、新历史主义批评和消费文化的理论视角，分别对当代中国电视剧类型中具有焦点意义的三类电视剧，即家庭伦理题材电视剧、古代历史题材电视剧和青春偶像剧进行理性的文化批判，使哲学思辨与电视剧研究相结合，具有一定的理论价值和实践意义。

<<女性 历史 消费>>

作者简介

李庚，哈尔滨人，2006年毕业于中国传媒大学广播电视艺术学专业，获文学博士学位。现为黑龙江大学新闻传播学院副院长、硕士生导师，黑龙江大学比较文学与文化研究中心成员。主要从事影视艺术传播领域的学术研究。

<<女性历史消费>>

书籍目录

导论

第一章 性别话语的日常化表述

第一节 关于女性主义

一、妇女解放运动与女性主义流派

二、女性主义媒介批评

第二节 当代家庭伦理题材电视剧的文化内涵

一、当代家庭伦理题材电视剧的发展变迁

二、当代家庭伦理题材电视剧的叙事策略

第三节 镜像中的性别符号体系

一、男性的镜城

二、女性意识的表述

第四节 刻板与多元——女性形象的呈现

一、刻板化的女性形象

二、多元化的女性形象

第二章 英雄时代的追忆

第一节 新历史主义概述

一、“新历史主义批评”的内涵与影响

二、“新历史主义批评”的核心思想

第二节 历史题材电视剧的英雄叙事

一、历史题材电视剧的内涵与外延

二、英雄与英雄崇拜

三、英雄叙事的史诗化品格

第三节 英雄形象范式的构建

一、明君形象范式

二、贤臣形象范式

三、草莽形象范式

四、感伤中的英雄悲剧

第四节 英雄叙事的话语实践

一、民族国家想象的重要构成——盛世话语

二、权谋与人性的修辞——政治话语

第三章 青春叙事与偶像奇观

第一节 消费社会与消费文化

一、消费社会的到来

二、消费文化的影响

第二节 青春偶像剧的发展变迁

一、国内青春偶像剧的概况

二、国内青春偶像剧的主题设置

第三节 青春偶像的生产

一、青春偶像的视觉呈现

二、青春偶像剧中的欲望观赏

第四节 青春偶像剧的日常生活审美

一、日常生活审美化

二、城市空间的审美表征

参考文献

后记

<<女性 历史 消费>>

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>