

《中國大陸消費社會的影像敘事》

图书基本信息

书名：《中國大陸消費社會的影像敘事》

13位ISBN编号：9789867080172

10位ISBN编号：9867080173

出版时间：2006-2

出版社：秀威資訊

作者：謝靜國

页数：256

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《中國大陸消費社會的影像敘事》

內容概要

隨著全球化浪潮的全面襲來，中國影視界也無法逃避與跨國資本合作的命運，除了好萊塢大片對中國消費市場的影響，近年來在中國內地吹起的「韓流」與「和風」，也為中國影視界開闢了另一條國際合作的道路。而像哥倫比亞公司這類的國際贊助商，在二十世紀末的中國，對電影人與消費者而言已不再陌生，這一切現象充分說明了中國的影像版圖在消費社會已經進入一個國際的消費產業循環，它們藉著相互作用、彼此聯繫或牽制，加速影像消費產業的進行。在這樣的環境中，中國大陸的當代影像與消費社會構成一種複雜而多樣的互動關係，而究竟中國大陸在進入消費社會後是如何在意識型態的生產上與影像文本發生聯繫，並且以各種不同形式的語言表達出來，是作者研究的重點所在。到底這些不同的影像語言構成了更為隱蔽的建構或解構中國大陸消費社會的意識型態的敘事，或者在不同層面上反映了中國消費社會的眾生相及社會問題，則是作者亟欲探索的焦點。

本書的第一章先為題目進行不同層次的說明，以為整個研究的入口。第二章至第五章將影像敘事做主題式分類並對之進行論述和分析，第六章為結論，總結作者對中國大陸消費社會的影像敘事的研究發現與初步成果。必須說明的是，在電影和電視劇的研究對象（選材）上，做為一名台灣的研究者，作者近期所能的地購買影像光碟（DVD或VCD）來觀看，在研究之前，進行篩選的工作，將最具代表性的作品列為優先閱讀的對象，並且將一些禁演的（俗稱「地下電影」）作品讓它們在論文中浮出歷史地表。至於許多應該觀看卻因為未能取得而無法討論，作者也希望在未來能有相遇的時刻，並逐步將它們納入研究之中，以求更加完備。

在消費社會，中國大陸城市裡的情感、需求、慾望、乃至於知識和文化都已經無可避免地在全球化的浪潮和資本主義的生產體制中被整合為商品，如同布希亞所說的，消費，永遠是關係本身，即便是嚴肅地為影視文化催生新生命，那回頭遙望的懷舊姿態，縱使是影像敘事的一次精彩回眸，但若自消費的觀點觀之，卻同樣讓人驚心動魄，因為，「過去」也成為了消費體系中的一個符號，文革記憶、歷史創傷或者創作人自身的悠悠歲月，全都成了抽象化的理念的消費——即便是個人化的、唯心的甚至是自相矛盾的，而這是身處消費社會的影視文化不得不面臨的宿命。

作者簡介

謝靜國，台灣師範大學國文研究所博士。

現任國立北教育大學語教系助理教授。

《中國大陸消費社會的影像敘事》

作者簡介

E-mail kinsley2001@hotmail.com

學歷 台灣師範大學

文學博士

《中國大陸消費社會的影像敘事》

書籍目錄

- 第一章 序論
- 第一節 消費社會
- 第二節 中國大陸的消費社會
- 第三節 有關敘事
- 第四節 解題
- 第二章 影像敘事與審醜 / 丑美學
- 第一節 空白之書
- 第二節 紛雜敘事
- 第三節 另類語言
- 第四節 邊緣戰鬥
- 第三章 影像敘事與消費美學
- 前言
- 第一節 酒吧
- 第二節 音樂
- 第三節 照片
- 第四節 漫畫
- 第五節 手機
- 第六節 機場
- 第七節 網絡
- 第四章 影像敘事與社會現實
- 前言
- 第一節 愛情萬歲
- 第二節 家的寓言
- 第三節 與世界接軌
- 第四節 良心作證
- 第五節 向「南方」與「城裡」奔馳
- 第五章 全球化語境中的中國影視文化
- 第一節 跨國資本與本土市場邏輯
- 第二節 廣告：一種反客為主的操作模式
- 第三節 大中國主義的再現
- 第六章 結論
- 參考書目
- 附錄 影視文本及導演出生年份

《中國大陸消費社會的影像敘事》

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:www.tushu000.com