

《美国是一个商标》

图书基本信息

《美国是一个商标》

内容概要

《美国是一个商标》

作者简介

《美国是一个商标》

书籍目录

引言
秋季篇
心境障碍
心灵生态
媒体病毒
被洗脑的消费者
后人类
冬季篇
异端崇拜
美国梦的终结
非官方“美国TM”历史
公司与你
全球经济的金字塔骗局
春季篇
革命的冲动
新行动主义（胸中的火苗）
文化基因之战
文化基因斗士
夏季篇
愤怒
第二次美国革命
让公司搁浅！
反营销
媒体宪章
国际发展重新定义组织
结语：千禧年的真理时刻

《美国是一个商标》

编辑推荐

《美国是一个商标》作者卡勒·拉森和他的“文化干扰者”伙伴们认为“美国不再是一个国家，而是一个价值千亿的商标。”作为《广告克星》杂志创建人，卡勒·拉森致力于用改变信息流的方式阻止“美国”的品牌知名度；机构行使权力的方式；电视台运行的方式；事物、时尚、汽车、运动、音乐和文化产业设置的方式；拉森用勇气和强有力的语言表达了解构了广告文化和我们对名牌及偶像的过度关注。他也展示了如何组织对权力的抵抗，如何打破“电视瘾时代”的“媒体瘾”，撕下捆绑在时尚和名流上的标签等……

《美国是一个商标》

精彩短评

- 1、封面上的一句话很好的概括了本书的内容：How to Reverse America's Suicidal Consumer Binge--and Why We Must
- 2、这本书竟然能在中国出版。。。
- 3、有点意思，描绘了美国消费至上的现状。大公司为了商业利益，不停的向底层的市民灌输消费的文化。
- 4、这本书不光是对美国过度消费的反思，对中国当前物欲横流的现状也有很大的启示。从某种程度上说，我们就是被消费麻醉了的人，所有的东西在我们眼中都贴上了标签，这种消费文化的确应该扭转！
- 5、美国不再是一个国家，而是一个价值千亿的商标。“梦想，根据词典的解释，应当是独特并具有想象力的。但是，大多数人正在做同样的梦，那就是财富、权力、名声以及令人兴奋的娱乐机会。如果整个文化都做同样的梦，一切还有何意义？
- 6、解读美国的一本好书！！！
- 7、作者就一典型愤青，每个字眼符号都是对大利益集团倡导的消费主义的不满，文中许多见解都会令人恍然大悟，毕竟很多不合理甚至邪恶的东西都早已成为了我们生活习惯而让自己觉得理所当然。可惜作者在大肆吐槽后还是没有告诉我们应该怎么活
- 8、当代圣经
- 9、说实话，现在什么都是具有一定商业价值才能够被世人关注，这本书里提到的消费主义是我们现在需要关注和反思的问题。
- 10、“我们身处的时代是一个人们永远无法消磨足够多的时间以战胜那种从度日生活到从中赚取利益的命定必然性的时代：但是人们不能像脱去内衣一样摆脱时间。人们再也不能把它消磨掉或浪费掉，金钱也是如此，因为这两者都是交换价值体系的同一种表达方式：在象征范畴之中，白银、黄金都如同粪土。客观化的时间也是一样。但事实，极少有，而且现实体系而言，逻辑上不可能把金钱或时间回复他们古老的”、祭祀式的粪土功能中去。假使有人真正如此，那么他就是在象征模式上摆脱了它们。在计算和资本的秩序之中，这显然是某种方式的颠倒：我们通过它而客观化，我们被作为交换价值的它所操纵，是我们变成了金钱的粪土，是我们变成了时间的粪土。”——波德里亚《消费社会》
《美国是一个商标》在现代甚至是后现代的角度上阐释了消费社会的商品理论。强荐！
- 11、30分钟读毕。优质杂志豆腐块的感觉，然而过刊。。。
- 12、no way...
- 13、反商业、反媒体、反强势主流、反思想垄断，不敢深读了，毕竟我是要靠他反对的这些谋生的...
- 14、反商业、反媒体、反强势主流、反思想垄断，你是否愿意重新审视自己的每一项决定，做回自己？

《美国是一个商标》

精彩书评

- 1、非常值得一读！通过看美国，可以对当前消费主义有些了解。其实现在中国也在梳理自己的品牌，不光是国家，任何一个企业、个人都需要通过树立品牌效应来增加自己的影响力。美国是一个商标，从这个商标里面，我们得到的信息，就是美国想要传达给世界的东西

章节试读

1、《美国是一个商标》的笔记-第196页

P3 世界上最厉害的麻醉剂就是“承诺这东西归你所有”。

P5 革命不是向人们展示生活，而是让他们生活。

第三次世界大战将是一场游击信息战，参与者不分军民。——Marshall McLuhan

文化干扰 Culture Jamming

文化干扰者 culture jammer

消费者资本主义 consumer capitalism

情境主义者 situationist

【秋季篇】

心境障碍 mood disorders

心灵生态 the ecology of mind

季节性情绪失调 seasonal affective disorder

急性焦虑症 panic attack

边缘性人格障碍 borderline personality disorder

强迫症 obsessive

躁郁症 manic-depressive

慢性疲劳症 chronic fatigue syndrome

化学物质过敏症 multiple chemical sensitivity

P9 如果你把每个人声称患有的各种心理疾病综合在一起，浮现出的就是一个精神高度紧张的国家的形象。“77%的成年人生活一团糟”。

P11 商业大众传媒正在重组我们的神经细胞，复制我们的情感，把人类非物质的需求与物质牢牢地联系在一起。针头太小，我们几乎感觉不到注射器的存在；药物剂量正在一点点地增长，我们却没有意识到它的毒性有多大。

相对而言，这种毒药太过新颖——副作用尚不明朗。我们还在适应无处不在的传媒。我们是历史上第二或第三代在电子设备占主导作用的环境中成长起来的。人类历经了几千代人才适应了陆地生活，因此，我们也可以做出合理的猜测：人类将至少用几十代人才能适应新的电子大众传媒环境。我们是进化后的新一代，只需在电子海滩上喘息。

《美国是一个商标》

P17 广告是最流行，也是毒性最大的精神污染源。

【冬季篇】

P50 梦想，根据词典的解释，应当是独特并具有想象力的。但是，大多数人正在做同样的梦，那就是财富、权力、名声以及令人兴奋的娱乐机会。如果整个文化都做同样的梦，一切还有何意义？

P52 透过怀旧的镜头看去，旧时光总是好的。

【春季篇】

P97 如果老式的美国梦在于追求繁荣与成功，或许，新的美国梦就是寻找自然与自觉。

P104 无行动的情绪就是毁灭灵魂。

【夏季篇】

P129 不承认内心的愤怒就是对自己撒谎。

P155 生命的意义是：用最少的消费实现最大的幸福。——舒马赫

P178 我们将保护最珍贵自然资源：人类思维的平静与清晰。

《美国是一个商标》

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