

《寻觅图像世界的密码》

图书基本信息

书名：《寻觅图像世界的密码》

13位ISBN编号：9787208078819

10位ISBN编号：7208078815

出版时间：2008-7

出版社：上海人民出版社

作者：段钢

页数：224

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

《寻觅图像世界的密码》

前言

承载着学界的期望，由上海人民出版社出版的《中国经济哲学博士文库》面世了。此次推出了它的第一批作品，这是全国有志于经济哲学研究的博士们的共同园地，我们热切地期望：它在不久的将来，将推出更多更优秀的经济哲学专著。今天的中国，正处在创造历史奇迹的年代。伴随着经济的迅速起飞，市场经济每天都在演绎新的故事，经济全球化浪潮冲击下的社会生活方式日新月异。这一切构成了我们时代的历史画卷。这是一个日新月异的时代，也是高度复杂的时代。在这样伟大而复杂的社会面前，一切以人为划分的边界作为自己专业领域的社会科学学科——哲学、经济学、社会学、心理学等，显得苍白无力：无论哪种社会现象，已经超越了某个专门学科的范围，必须综合各门学科研究才能搞清其来龙去脉。而哲学，作为人类对整个世界的最深层秘密进行思考的思想结晶，能够以其理性的光芒，引导各门学科突破自己专业领域的局限，打开通向客观事物本身的精神之路。因此，分析当代经济现实，已经离不开哲学。当代经济现实本身的复杂性，人类对当代经济学理论的价值期待，召唤着学者们要用哲学的眼光来审视经济学理论的内在本质，来开拓经济学理论面向现实的道路。这正是当代经济哲学的使命。经济哲学研究不仅是当代社会的需要，也有着悠久的学术传统。所谓哲学，是人类对世界和人生的终极本质、价值理性的追问与探索。这种探索成为科学探索未知世界的向导。当它构成某一领域后，一门新的科学便诞生了，因此哲学成为当代一切科学之母，当代一切自然科学与社会科学都是从哲学的母腹中诞生出来的，经济学也是如此。近代经济学的创始人亚当·斯密并非经济学家，而是撰写了《道德情操论》的哲学教授。

《寻觅图像世界的密码》

内容概要

《寻觅图像世界的密码:图像世界的学理解读》主要内容：今天的中国，正处在创造历史奇迹的年代。伴随着经济的迅速起飞，市场经济每天都在演绎新的故事，经济全球化浪潮冲击下的社会生活方式日新月异。这一切构成了我们时代的历史画卷。这是一个日新月异的时代，也是高度复杂的时代。在这样伟大而复杂的社会面前，一切以人为划分的边界作为自己专业领域的社会科学学科——哲学、经济学、社会学、心理学等，显得苍白无力：无论哪种社会现象，已经超越了某个专门学科领域，必须综合各门学科研究才能搞清其来龙去脉。而哲学，作为人类对整个世界的最深层秘密进行思考的思想结晶，能够以其理性的光芒，引导各门学科突破自己专业领域的局限，打开通向客观事物本身的精神之路。

第一章 导论第一节 图像经济时代的到来一、人类图像发展的历史溯源二、图像经济在当代三、图像产业发展的特点及产业化方向四、图像产业的全球化第二节 图像读写：一个理论研究的新视点一、认知方式的改变：图像理论研究的重点二、国内外有关图像的论述第三节 分析的技术路线一、图像的认识论和价值论取向二、图像经济哲学范畴三、图像经济伦理四、图像经济哲学研究的意义第二章 图像的哲学意识第一节 从原始图像、认知图像到艺术图像一、原始图像二、认知图像三、艺术图像第二节 图像与直观一、对直观的认识二、直观与视觉思维的形成三、公众对图像的直观认知特点第三节 美学背景下的图像表达一、黑格尔：心灵在图像中的表达二、海德格尔：图像的存在追问第四节 图像阐释的不同维度一、现象学的关照二、阐释学的立场三、人的本质力量的对象化第三章 图像的符号内涵第一节 作为符号存在的图像一、符号对图像的意义二、图像符号与拜物教批判第二节 在象征中获取意义一、图像的象征二、图像的象征意义三、图像符号的象征消费及精神特征四、图像符号消费的社会分层第三节 图像符号的意识形态操控一、图像的社会意识形态功能二、图像的操纵三、日常生活与图像的现代性批判第四节 图像符号的批判功能一、“否定”与“保守”：从马尔库塞到贝尔二、“景象”与“仿像”：从德波到鲍德里亚第四章 作为商品的图像第一节 图像商品的分类和设计特点一、图像商品的分类二、图像商品的设计特点第二节 图像商品属性的现代内涵一、图像商品的劳动特征二、图像商品的使用价值和交换价值三、图像的生产力和生产关系第三节 知识和资本：现代图像生产的核心要素一、劳动者的知识构成是图像生产的核心要素二、资本、技术和管理是图像生产的基本要素三、图像消费观念促进图像生产四、图像产品的商业价值与消费水平第五章 图像商品的市场根据第一节 从偏好到需求一、图像消费逐渐成为主要生活方式二、图像市场的偏好与需求第二节 从消费动机到市场行为一、图像消费的社会心理需求二、图像消费的动机与行为第三节 现代图像商品的稀缺性研判一、图像资源的稀缺性和供求均衡二、资源稀缺背景下的消费满足三、图像商品的供求制约第四节 两种尺度的并重：市场与社会的关联一、图像市场的功能二、图像市场的作用三、图像市场的负面性四、经济效益和社会效益并重第六章 市场追求与人文精神的契合第一节 标准的复制与美感钝化一、图像生产模式的标准化二、图像复制的反思第二节 虚拟的真实与低俗化倾向一、虚拟导致视觉的异化二、图像消费的低俗化倾向第三节 传统的绵延与习俗暗示一、文化传统和传统文化的承接二、习俗在图像经济中的作用第七章 结语：发展中国图像经济第一节 中国图像经济发展现状及前景第二节 图像的批量生产与市场管理第三节 构建中国图像生产的社会环境第四节 加强中国图像市场的宏观调控一、图像市场宏观调控的目标二、宏观调控与市场机制的有机结合参考文献后记

第三节 分析的技术路线 在经济哲学的方法论上，本书主要围绕哲学和经济学上的几个基本范畴，对图像商品进行理论的解读。遵循从认识论、价值论尺度到经济范畴再到经济伦理取向的基本技术路线，试图得出一个较为清晰的理论框架。

一、图像的认识论和价值论取向 图像的产生是人类为了使“自在之物”转化为“为我之物”的努力。人类在进行图像生产时必须围绕着“实现主体的目的”，即“把内在的尺度运用到对象上去”，首先不能违背客观事物的规律，这样的图像生产也就体现了合规律性和合目的性的统一。可以说，图像也是按照美的规律来建造的。图像作为“为我之物”，是在追求真善美的统一。这是图像认识论的根本出发点。

马克思主义的认识论认为，实践是认识发生的现实基础，认识是在实践基础上主体对客体的能动反映。实践对认识具有决定作用，而认识对实践具有反作用，人的认识是从感性认识到理性认识的飞跃，再从理性认识到实践的飞跃。理性因素和非理性因素在图像认识过程中起着巨大的作用，理性因素是指人的理性直观、理性思维等能力。非理性因素是指人的情感、意志（如动机、欲望、信念、信仰、习惯、本能）以及以非逻辑形式出现的幻想、想象、直觉、灵感等。人们对一个复杂事物的正确认识往往需要经过实践、认识、再实践、再认识的多次反复才能完成。这就是认识过程的反复性。认识过程之所以具有反复性，这是由于人们的认识受主体因素、客体属性以及实践水平的制约。就图像认识的发展规律来说，（1）主体认识能力的提高、客体和社会实践的变化发展都是无限的，因此以实践为基础的主体对客体的认识必然是一个无限发展的过程。

《寻觅图像世界的密码》

精彩短评

1、无成见性的面对事物本身。

《寻觅图像世界的密码》

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