

《消费他者》

图书基本信息

书名：《消费他者》

13位ISBN编号：9787100098092

出版时间：2014-5

作者：金惠敏

页数：348

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.tushu111.com

《消费他者》

内容概要

本书为当代国际文化理论前沿问题论集。主要涉及文化研究与社会美学。其问题发生的语境是资本主义及其全球化。因此，在研究方法上，本书将文化研究和社会美学的问题置于资本主义和全球化的语境或视域进行考察。本书的重要论点或学术贡献有如下几点：

第一，作者一直主张，“全球性”是超越或同时包涵了现代性和后现代性的一个新的哲学概念；在此基础上，本书进一步提炼出一个“全球对话主义”的哲学。

第二，现代社会的形成，或者说，资本主义的发展，存在着一个抽象化和文化化的过程，符号化、图像化或审美化乃资本主义商品经济的内在维度和必然逻辑，本书以“美学资本主义”称之，这一点应当坚持；但另一方面也必须指出，仅有浪漫主义的“审美现代性”批判将是偏狭的，这种理论看不到在资本主义与文化或美学之间还有一种积极的建构关系。资本主义生产方式不只是与诗歌相敌对，而且其本身即蕴含着一种不是诗意但类似诗意的要素。

第三，后现代主义，或具体于德里达的解构论，并未完全丢弃现代性的认识论，它也从来不是一种虚无主义，而是一种激进的认识论，一种对文化的反思和批判，它以极端的形式——意义永远不可能被我们捕捉到，我们所能见到的只是意义的踪迹——提醒我们，在通往真理的途中，有层层的文化垃圾等待我们去清理。

第四，作者研读后现代主义有年，曾将其视角应用于对孔子思想的观察，著有《后儒学转向》一书；作为一种延续，本书“财产即再现”章是对老子财产观的后结构主义阅读。文章先给出老子财产观的对立面，即认为财产即人格（personhood）。这种理论在中国文化传统中有所表现，而在西方社会由于自由主义的推动而居于主流位置。老子将财产界定为分割、私有、圈定、排斥和占有，它是“有欲”，但更是“有名”，是“秀出”于无意识和日常生活，因而也就是在语言中的存在，是后结构主义的“再现”。在把老子财产观引入当代学术视野的同时，该章不得不做的另一项工作是，强力推行老子后结构主义式命题“道可道，非常道”于其整个文本。这虽是前一项工作的基础和前提，但亦具独立意义，是对老子研究的一种突破。

《消费他者》

书籍目录

前言

文化理论究竟研究什么？——日常生活、他者与现代化进程

走向全球对话主义——超越“文化帝国主义”及其批判者

全球知识的再界定——费瑟斯通和他的新百科全书计划

消费·赛博客·解域化——自然与文化问题的新语境

自然与文化的解构限度——思考在德里达“之后”

消费时代的社会美学

图像增殖与美学资本主义

两种“距离”，两种“审美现代性”——以布洛和齐美尔为例

哲学·政治·文化·时间——20世纪西方美学的四个问题

影像的复仇——柏谢尔·玛库的多媒体装置《鬼魂上，鬼魂下》

理论没有“之后”——从伊格尔顿《理论之后》说起

财产作为再现——对老子财产观的一个后结构主义阅读

“媒介即信息”与庄子的技术观——为纪念麦克卢汉百年诞辰而作

附录

公共艺术与意识形态实践——金惠敏教授访谈录（王洪义）

雅努斯神话：媒介、美学与文化研究——中国社会科学院金惠敏教授访谈（邹赞）

后记

《消费他者》

精彩短评

1、有趣有益

《消费他者》

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.tushu111.com