

图书基本信息

书名：<<西方新马克思主义的消费社会理论研究>>

13位ISBN编号：9787208106468

10位ISBN编号：7208106460

出版时间：2012-7

出版时间：上海人民出版社

作者：闫方洁

页数：237

字数：192000

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>

<<西方新马克思主义的消费社会理论研 >

内容概要

20世纪以来，西方逐渐从以生产为主导的社会转向以消费为主导的社会，伴随着社会经济结构和文化的全面转型，“消费社会”日益成为西方文化研究领域的一个重要议题。

西方新马克思主义者构成了这一研究队伍的重要组成部分。

他们对消费社会中主体性的沦落与缺失、文化与精神危机、欲望的制造与诱惑、传媒与意识形态控制等问题进行了深入的分析和批判，形成了独具一格的消费社会理论。

闫方洁编著的《西方新马克思主义的消费社会理论研究》选取了具有重要代表性的西方新马克思主义者，如卢卡奇、葛兰西、阿多诺、马尔库塞、弗洛姆、列斐伏尔、鲍德里亚等人，通过大量的文本学解读，对其主要观点进行提炼和挖掘，力求描绘出西方新马克思主义消费社会理论的整体图示。

在此基础上，通过对不同学者相关思想的对比研究，《西方新马克思主义的消费社会理论研究》揭示了西方新马克思主义消费社会理论的逻辑进程和演变轨迹，其中存在“异化”、“日常生活”和“符号

”三个批判维度，以及从现代主义到后现代主义的研究转向。

法兰克福学派对消费社会的异化境况进行了批判，在现代性的反思中构建起了西方新马克思主义消费社会理论的最初形态；列斐伏尔在日常生活的语境中，开启了消费社会研究的重大转向；鲍德里亚从符号的维度出发，构建了后现代视域中消费社会理论的新形态。

他山之石，可以攻玉。

通过全面、认真地研究西方新马克思主义的消费社会理论，有助于我们从理论的高度深入认识消费主义的弊端和形成原因，把握消费主义的运行和控制逻辑，掌握批判消费主义的武器，从而为构建中国特色的和谐消费文化提供理论借鉴。

作者简介

闫方洁，1984年10月生，河南省濮阳市人。

2009年毕业于中国人民大学，获法学博士学位，同年到华东师范大学社会科学部工作至今。

主要研究方向为西方马克思主义和国外社会思潮。

近年来，先后在《教学与研究》、《理论视野》、《河南大学学报》等刊物发表学术论文20余篇。

书籍目录

序

中文摘要

Abstract

第一章 导论

一、相关概念释义

(一) 关于“西方新马克思主义”的界定

(二) 何谓消费社会

(三) “消费”概念的嬗变

二、研究背景概述

(一) 西方新马克思主义消费社会理论的研究现状

(二) 西方新马克思主义消费社会理论的研究意义

第二章 西方新马克思主义消费社会理论的话语来源

一、马克思恩格斯的消费、异化与意识形态理论

(一) 资本主义社会中的消费

(二) 商品形式及其统治

(三) 资本主义社会中的异化

(四) 意识形态理论

二、早期西方马克思主义的文化批判理论

(一) 卢卡奇的物化理论

(二) 葛兰西的文化领导权理论

三、西方的符号学理论

(一) 索绪尔与符号学的创立

(二) 巴特的符号学研究方法

第三章 现代性反思中消费社会理论的构建

一、阿多诺对消费社会大众文化的批判

(一) 文化工业的商品化生产

(二) 大众文化的同一性

(三) 大众文化的意识形态功能

二、马尔库塞对“单向度”消费社会的批判

(一) 技术理性及其统治

(二) 单向度的文化

(三) 受控的本能和语言领域

(四) 虚假需求及消费社会的欺骗性

三、弗洛姆对异化消费的批判

(一) 异化消费的特征与危害

(二) 异化消费的成因

(三) 异化消费的消除途径

本章结语：法兰克福学派与异化境况中的消费社会

第四章 日常生活语境中消费社会理论的转向

一、列斐伏尔消费社会批判的基点

(一) 关于新资本主义社会性质的论争

(二) “消费受控制的官僚社会”的出场

二、“消费受控制的官僚社会”的意识形态批判

(一) 广告意识形态与符号消费

(二) 资本主义控制的新形式

(三) 消费社会中的“次体系”及其统治

三、“消费受控制的官僚社会”的符号拜物教批判

(一) 语言异化及其表现

(二) 语言技术的恐怖主义统治

(三) 诗性的语言学革命

本章结语：列斐伏尔与“消费受控制的官僚社会”

第五章 后现代视域中消费社会理论的新形态

一、消费社会的物存在

(一) 物向符号的转变

(二) 物体系的意义构成系统

二、消费社会的本质与深层逻辑

(一) “消费”概念的全新阐释

(二) 符号消费与符号价值的确立

(三) 符号的差异和区分逻辑

三、消费的意识形态及其统治

(一) 消费的普遍性及其神话

(二) 消费的幻觉及其欺骗性

四、消费社会意识形态的符号学解码

(一) 对纯粹需求与满足理论的批判

(二) 对马克思意识形态理论的诘难

(三) 走向符号政治经济学的意识形态批判

本章结语：鲍德里亚与符号世界中的消费社会

第六章 结语西方新马克思主义消费社会理论与中国语境

一、西方新马克思主义消费社会理论的演变轨迹

二、西方新马克思主义消费社会理论的得失

三、当代中国语境中的消费社会

(一) 当代中国消费社会研究的指导思想和原则

(二) 当代中国的消费现状分析

(三) 当代中国和谐消费文化的构建

参考文献

后记

编辑推荐

《西方新马克思主义的消费社会理论研究》为作者闫方洁在其博士论文的基础上修改补充完成。旨在探讨西方新马克思主义的消费社会理论，书稿中侧重研究了一些具有代表性的西方新马克思主义思想家，主要包括卢卡奇、葛兰西、阿多诺、马尔库塞、弗洛姆、列斐伏尔、鲍德里亚等人，通过对他们的主要观点的分析比较，勾勒出西方新马克思主义的消费社会理论的主干部分与发展轨迹，并对其得失和现实意义进行评价。

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>