

《消费文化与都市表达：当代都市小说研究》

书籍信息

版次：1

页数：279

字数：200000

印刷时间：2010年05月01日

开本：大32开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787548600084

内容简介

考察20世纪90年代以来的中国当代都市小说，消费文化是核心问题之一。消费文化不仅是大众日常生活突出的文化表征，而且通过市场与资本之手，对当代文化进行着重铸与改造，逐渐成为最能反映当代文化内涵的核心话语，并且渗透到了文学机制内部，导致生产方式、传播方式、美学要素、基本功能等文学的价值生成和内在机制发生重大转变。从文学自身发展的角度看，20世纪90年代以来的中国都市小说逐渐成为消费文化的演练表现场所，并且回应着消费文化的语境，其书写方式、表达策略以及意义判断和实现都呈现消费化倾向。

都市小说既是都市化进程的文化表征，同时其自身特殊的审美方式也折射、构建了人类的生存方式和价值观念。90年代以来的都市小说被商品、被消费文化所包围，打上了鲜明的消费文化印记，碎片化、零散化、感官化、商品化是其精神内核，文学的娱乐化、欲望的感官化、现实的幻象化、文学的事件化是其重要表征。

本书试图从都市意象与空间、都市生活方式、都市人、都市书写策略、都市文学生产等几个方面入手，从文化与文学两个角度进行双重观照，探讨消费文化与都市小说互相阐释互相建构的互动关系。并且由此出发，将文化、思潮、美学的审视融会一体，力图展现都市小说的精神特征、文化渊源、发展脉络，进而探究作为都市主体的人在都市的生存处境、精

神演变和情感状态，以及在

现代化背景下都市自身的演变。

考察20世纪90年代以来的中国当代都市小说，消费文化是核心问题之一。消费文化不仅是大众日常生活突出的文化表征，而且通过市场与资本之手，对当代文化进行着重铸与改造，逐渐成为最能反映当代文化内涵的核心话语，并且渗透到了文学机制内部，导致生产方式、传播方式、美学要素、基本功能等文学的价值生成和内在机制发生重大转变。从文学自身发展的角度看，20世纪90年代以来的中国都市小说逐渐成为消费文化的演练表现场所，并且回应着消费文化的语境，其书写方式、表达策略以及意义判断和实现都呈现消费化倾向。

都市小说既是都市化进程的文化表征，同时其自身特殊的审美方式也折射、构建了人类的生存方式和价值观念。90年代以来的都市小说被商品、被消费文化所包围，打上了鲜明的消费文化印记，碎片化、零散化、感官化、商品化是其精神内核，文学的娱乐化、欲望的感官化、现实的幻象化、文学的事件化是其重要表征。

本书试图从都市意象与空间、都市生活方式、都市人、都市书写策略、都市文学生产等几个方面入手，从文化与文学两个角度进行双重观照，探讨消费文化与都市小说互相阐释互相建构的互动关系。并且由此出发，将文化、思潮、美学的审视融会一体，力图展现都市小说的精神特征、文化渊源、发展脉络，进而探究作为都市主体的人在都市的生存处境、精神演变和情感状态，以及在现代化背景下都市自身的演变。

全书包括七个部分。

绪论提出研究对象、相关领域的研究现状、使用的材料和研究方法。第一章主要论述消费文化与都市意象、都市空间的构建关系。消费文化的景观构成了都市的主要小说场景，各种各样的消费符号构成了都市小说的创作资源和创作经验。对消费性场景的书写既是小说对消费文化的认同，同时也是一种叙述的策略，最终演变为市场的策略，小说的审美价值由此转换成商品价值，消费性成为都市场景的主要特征。第二章从都市的

生活方式入手，着重阐述日常生活审美化的本质是消费与审美的融合，在某种意义上消费甚至替代了审美。消费文化通过泛化的审美手段，将物的消费性质通过审美手段加以美化掩饰，形成消费的审美化现象。第三章剖析都市主体即都市人的生存和生活状况。都市文化的消费本质导致作家书写姿态的差异，而都市文本中人物形象的嬗变折射了时代的巨大变化，新的社会阶层、新的人物形象随着消费文化的兴起成为新的小说主体。第四章重点阐述都市小说书写策略的图像化趋势，图像的直观性、娱乐性、祛意义性是消费文化的重要体现，随着深度模式的消解，小说的边缘化在所难免，新视像小说、图文小说等是一种突围的策略。第五章主要从消费文化机制入手，探讨文学生产机制的市场化产业化转型。其中80后现象充分体现了在资本和媒介运作之下，从写作主体的角色定位，到文学的表达策略变化、价值评价体系、意义实现方式等文学活动的诸多环节都与市场机制密不可分。

结语部分对论文进行归纳，同时提出都市小说领域尚待进一步拓展的理论和实践问题。

都市叙事的场景、主题、人物、策略等小说要素的消费性明显加强，显示文本的动机、策略、意义的巨大变化。当代都市小说不仅要面对文学的传统以及文学自身的审美特性，还要面对现实的挑战，寻找新的生存和发展的空间。因此，消费文化与文学未来走向这个颇为严峻的命题具有强烈的现实意义，本文致力于都市小说与消费文化关联的探讨，力图在关照当代现状的同时，从理论、实践两方面为文学的发展提供一个可能的形态与路径，本文的写作目的和意义也正在于此。

[显示全部信息](#)

作者简介

焦雨虹，江苏人，新闻传播学博士后，副教授，主要研究领域包括文化研究、媒介与传播、影视艺术、文化产业等。已在学术期刊发表论文三十余篇，承担过多项研究课题。

目录

摘要

绪论

第一章 都市意象与都市空间

第一节 迷宫都市

一、消费文化与现代都市

二、难以言说的都市形象

第二节 文本中的都市意象

一、街道的变迁

二、边界的内外

三、区域与场域

四、广场的意义

五、标志与符号

第三节 都市空间的演变与书写

一、空间与书写

二、时间与空间的转换

三、空间的多元与立体化

第二章 都市生活方式：审美与消费

第一节 都市文化与生活方式

第二节 超现实世界与审美趣味

一、消费社会的“超现实世界”

二、消费社会的“刹那主义”

第三节 日常生活的审美化

一、日常生活的审美呈现

二、日常生活审美化的表征

三、日常生活审美化的本质

第四节 个案解读

一、生活的艺术

二、霓裳神话

三、饮食的文化美学

第三章 都市与人

第一节 都市与作家

一、符号权力与断裂

二、都市视角与都市书写

三、潜文本的矛盾性

四、知识分子与消费文化

第二节 文本中的都市女性

一、孤独的人群

二、都市中的“波希米亚人”

三、都市“妖女”

第三节 文本中的都市男性

一、都市玉男

二、都市新贵

三、都市边缘人

第四章 都市书写策略：图像叙事

第一节 图像叙事与文化转型

一、图像叙事

二、视觉文化转向

三、图像的叙述策略

四、图像的审美特性

第二节 图像对文学的挤压

一、图像奇观与文学的边缘化

二、媒介与作家的边缘化

三、传统审美的终结

第三节 图像研究的文学意义

一、图像场域的文学意义

二、图像与都市书写

第四节 图像时代文学的生存

一、新视像小说：图与文的复调

二、身份的跨界：作家与影视

三、通俗化、传奇化与类型化

四、小说技法的视觉化

五、文本个案解读

第五章 都市文学生产：80后现象解析

第一节 文学生产机制的市场化转型

一、文学生产的产业化

二、文学生产市场化的表征

第二节 青春叙事与80后现象

一、青春叙事

二、80后现象

第三节 文学产业化与造星工程

一、文学版图的微妙变化

二、书写主题与策略

三、消费文化逻辑

四、从“作家”到商人

五、卡通一代

结语

参考文献

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)