

消费文化时代的性别想象



[消费文化时代的性别想象 下载链接1](#)

著者:吴菁

出版者:

出版时间:2008-8

装帧:

isbn:9787208079977

《消费文化时代的性别想象:当代中国影视流行剧中的女性呈现模式》从最受中国大众喜爱的虚构性叙事形态的影视情节剧中选取了四种主要的女性呈现模式——灰姑娘模式、花木兰模式、潘多拉模式以及盖娅模式，考察它们在当代中国历史语境之下的动态走向及其互动关系。从这些女性呈现模式的变与不变之中阐释20世纪90年代以来性别意识形态及其运作方式的变迁，这构成了《消费文化时代的性别想象:当代中国影视流行剧中的女性呈现模式》的核心问题。在这种阐释中，也呈现了女性主义媒介批评的立场以及对这种批评自身的反省。

每一个时代都有关于性别的流行叙述与想象，它不仅构成了人理解自身和世界的基础，

同时也意味着建构的权力。20世纪90年代以来的中国社会，正在面对重新建构性别和定位女性的过程，性别意识形态及其运作方式，比以往任何时期都有更为剧烈的变化。这种剧变是与消费文化在中国社会的扩张同步发生的。女性／性以及身体，已然成为消费文化的畅销符号，作为符号的女性，在大众传媒中以大爆炸方式被生产出来，填满了人们的日常生活空间。

作者介绍:

目录:

[消费文化时代的性别想象](#) [下载链接1](#)

标签

女性 · 性别

社会学

女性

文化研究

消费时代的性别想象

文化

性别

评论

财富版灰姑娘：爱情填补经济或阶级鸿沟（时代焦虑）；后现代方式的反叛：一场巧妙的革命；“只有当男性身体被精神化浪漫化，他才能转换成女性视觉欲望的对象。”：消费社会将男色最大限度整个进他的消费目的当中。女英雄：色情+暴力模式当代最佳

突破口；“成套主人公”：对欲望的无限满足。潘多拉式的第三者与盖亚式的原配和两者身份的转换，万人迷：美丽带来的权力感（独立女性的感觉）+男性眼中的视觉愉悦（依然是欲望对象）；女性好色（是否构成颠覆？）；新女性典范的含混；盖娅：贤妻良母到风流主妇；妻子的欲望。

【男人何苦为难女人，女人何苦为难女人】清华范儿，严谨又工整。

地理课数学课的间隙读完，并没有太多新意。

陈词。

一本女性主义视角的电视剧电影评论，写的通俗易懂。

好容易找到的中文专著...里面的四个模型挺有趣，但是我还是纠结在“为什么要用西方的理论来解释中国的现象”这一点...><有没有友邻来解答一下.....

论文参考书目

材料其实选的挺好的，但是作者的价值判断太陈腐了。。。 “男权的压迫”，“女性是被凝视的客体”，fine, I already knew that, something new?

虽然理论话语一定是西方的，但神话原型能不能选择中国的呢？感觉找到了做原型叙事学的模板，MARK之

很专业

可读性比较强的论文

反复研读

可读性很强，思路很清晰。但是觉得好像运用的理论有点多，研究界限不分明，很难确定到底是在那个具体研究范围内，大概也是因为女性主义本身的多义性吧，很难在单一范围内界定；又想用这个理论解释，又觉得那个理论也有理，最后得到一个大集合

粗略读完 理论分析不多 感觉收获不大
举例和阐释情节就占了大部分篇幅。清华博士毕业论文 满满的学院派风格
最好的是小结部分…

第三章写得太好看了 翻了一下后记 作者说是做着感性的学术研究
的确是很有文字的美感啊

框架还可以。

作者应该看一下欧美当代女性主义研究现今的概念，不要停留在一种晚清书院女教书的话语体系里

[消费文化时代的性别想象](#) [下载链接1](#)

书评

[消费文化时代的性别想象 下载链接1](#)