

<<传媒时代的文学存在方式>>

图书基本信息

书名：<<传媒时代的文学存在方式>>

13位ISBN编号：9787563396757

10位ISBN编号：7563396756

出版时间：2010-3

出版时间：广西师范大学出版社

作者：蒋述卓，李凤亮主编

页数：286

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>

<<传媒时代的文学存在方式>>

内容概要

《传媒时代的文学存在方式》共分为8章，这主要内容包括：瞳孔中的诗意：图像与文学；有形与无形之间：影视与文学；主体的谎言：广告与文学；公共性的私语：博客与文学；无线你的无限：短信与文学；规范之外的感性狐步：流行歌词与文学；第三只看世界：媒体批评与文学等。

<<传媒时代的文学存在方式>>

作者简介

蒋述卓，文学博士、教授、博导，现任暨南大学党委书记、副校长。

曾师从著名文艺理论家王元化教授。

主要从事中国古代文学理论、宗教与艺术关系、文学与文化关系的研究。

李凤亮，文学博士、教授、博导，现任深圳大学副校长。

主要从事文艺理论研究和文学批评工作。

<<传媒时代的文学存在方式>>

书籍目录

引言 传媒时代的文学性 第一章 瞳孔中的诗意：图像与文学 一、图像转型及其对文学的影响 二、图像时代文学存在方式的转变 三、图像艺术的文学性播撒 四、图像时代文学的调整与应对 第二章 有形与无形之间：影视与文学 一、影视文学性：此在存在 二、媒介转换：文学性的漂移与变异 三、“红色经典”改编：多维场域中的文学性生成 第三章 真实的谎言：广告与文学 一、传媒时代的文本越界 二、日常生活的文化诗学 三、广告文本的编码方式和表意策略 第四章 主体的隐匿与恣肆：网络与文学 一、网络的媒介特质与网络文学的特征 二、文学性的新地平线：网络文学与传统文学 三、超真实的赛博空间与游荡的匿名主体 第五章 公共性的私语：博客与文学 一、文学的Web2.0 二、文学的死已经不死 三、博客文学的五个关键词 第六章 无线你的无限：短信与文学 一、概念廓清与内涵厘定 二、生存伦理与发展动力 三、文学品质的联通与移动 四、文化意蕴及对文学生态的影响 第七章 规范之外的感性狐步：流行歌词与文学 一、流行歌词“文学性”的呈现 二、中国当代流行歌词中的“古典风” 三、流行歌词的美学特质 第八章 第三只看世界：媒体批评与文学 一、媒体批评：悖论的复合体 二、媒体批评的话语权力 三、媒体批评与当代文化场域 四、媒体批评的批评结语 消费时代文学的意义 后记

<<传媒时代的文学存在方式>>

章节摘录

这种评价，有坦率的褒贬，有温情的问候。

无须遮掩，但见性情，直观地呈现了作者与读者两种主体之间的平等性。

更重要的是，这种即时的文学交流方式，在传统文学活动模式中是很难出现的。

它在一定程度上打破了传统文学交流的机构（如出版社、发行渠道、报纸、杂志等文学评论的媒体）限制，还原了古代“诗社”式的交流模式，是一帮志趣相投者的即兴之作与率性之感。

然而它又打破了传统“诗社”物理时空的局限性，这首七律的作者和“第7楼”的评者可能相隔万里之遥，却能将他们的作品和意见迅即会聚一处。

它也打破了传统“诗社”交流的内部局限，可以为笔者这样的局外人观察、了解和研究。

这一切，使我们无法忽视它与传统文学文本的差别。

因此，毋宁说这是一种杂糅性文本。

这种文本形态的存在，促使我们重新审视网络文学与传统文学的关系，审定“网络文学”的概念有效性。

这种杂糅性文本展示的正是网络文学与传统文学的对话性，它使我们返回文学实践论层面思考：网络文学大众由何而来？

对此，我们可以毫不犹豫地回答，网络文学大众是因为“文学”而走向网络的。

如前所述，传统文学的机构化，使其对普通文学爱好者而言形成一种压抑性力量。

无从发表的苦闷，形成了文学爱好者的生存性焦虑，这种自我展现的乐趣被剥夺，使其受众对精英化文学，要么表现出五体投地的匍匐形态，要么展现出渐行渐远的冷漠表情，从根本上构成了文学存在的危机。

商业化的文本策略展现出来的趋众姿态，不过是传统文学根基被严重掏空的一种表征。

受到“文学”熏陶的大众，并未就此获得自身存在的确证，这种长期受到压抑又无从宣泄的巨大的心理能量，必需一种非机构化的社会空间来安顿。

可以说，在“网络文学”出现之前，寻求“文学网络”这种表达形态的欲求就已经出现了。

<<传媒时代的文学存在方式>>

后记

文学与传媒的联系与纠葛，近二十年来引起国内外学术界的持续关注。

我所在的暨南大学文艺学学科以“比较文艺学”研究见长，其中文学与其他艺术的跨学科比较，正是我们近年来着力掘进的方向。

几年前，我们出版了《文化视野中的文艺存在》一书（中国社会科学出版社2003年版），意在挖掘文学与哲学、宗教、道德、语言学、人类学、社会学等学科的联系；近年来，我们再进一步，系统考察文学与图像、影视、广告、网络、博客、短信、流行歌词及媒体批评的关系。

按照我们最初的想法，文学既不会因为传媒的发达而湮没，也不应固守其成而画地为牢。

在历史的长河中，“文学”本身正是在社会各种“媒介”的启发、催化与传播中获得灵感、素材和意义的。

媒介对文学的影响并不自今日始，只不过因为当下电子媒介的发达，视觉形象的凸显，传统的文学观似乎受到了当代媒介文化更为强烈的侵袭。

从这个角度看，确立一种开放、流动、多元的文学观，坚守一份“日常生活的诗意”，认同一种消费时代的文学意义，对理解和把握当下“文学”生态及存在方式是极为重要的。

我在课堂上与学生交流对当代文学生态的上述看法，也正是这些想法催生了本书的框架与内容。

本书定名为《传媒时代的文学存在方式》，目的就在于揭示出当代文学得以发展的媒介语境，以及这一语境下文学价值取向与表意方式的历史性变化。

对于我的年轻学生们来说，这种对文学存在方式的新理解无疑是他们易于接受的，不过我发现，他们的有些想法其实走得更远，甚至更加切合实际。

我真切地体会到了教学相长的益处。

<<传媒时代的文学存在方式>>

编辑推荐

《传媒时代的文学存在方式》：消费时代，文学的崇高在哪里，传媒时代，文学的诗意在哪里，广告文本能搭起崇高的大厦吗，短信博客能建构诗意的家园吗，我们感受文学被挤压之痛，又期待文学最美的明天。

广告文本是文学吗？

短信是文学吗？

传媒时代的文学存在方式该如何定位呢？

《传媒时代的文学存在方式》系统考察文学与图像、影视、广告、网络、博客、短信、流行歌词及媒体批评的关系，揭示当代文学得以发展的媒介语境，以及这一语境下文学价值取向与表意方式的历史性变化。

<<传媒时代的文学存在方式>>

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>