

<<现代性语境中的大众文化>>

图书基本信息

书名：<<现代性语境中的大众文化>>

13位ISBN编号：9787208069671

10位ISBN编号：7208069670

出版时间：2007-12

出版时间：上海人民出版社

作者：贾明

页数：223

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>

<<现代性语境中的大众文化>>

内容概要

本书的研究是按照这样的结构展开的：第一章是描述当代文化转向的基本现实和特征，以说明大众文化时代的来临；第二章是从对大众社会、大众和大众文化关键词的分析着手，从社会演化和转型的角度，揭示大众文化的产生与大众社会的依存关系，从而说明大众文化的产生是与现代社会的确立分不开的。

第三、四、五章是从现代传播媒介也即媒介文化的角度对大众文化进行分析，研究大众文化的生产方式、运行方式和传播方式，分析由于现代媒介带来的科学技术对文化艺术生产方式、存在方式、接受方式的影响以及文化权力等问题。

第六、七、八、九章是从现代都市生活也即都市文化的角度对大众文化进行考察，分析大众文化与都市及现代生活方式的关系，考察大众文化在都市生活中的作用，以及文化产业和时尚趣味等问题。

第十、十一、十二章是从消费社会也即消费文化的形成和特性的角度对大众文化进行研究，分析在市场经济中大众文化的消费性质、文化消费和艺术商品化以及大众文化对消费意义的生产和制造等问题。

。

<<现代性语境中的大众文化>>

作者简介

贾明，博士，上海师范大学人文与传播学院副教授，上海高校都市文化E-研究院特约研究员。曾在《上海师范大学学报》、《学术月刊》、《社会科学》、《文艺评论》、《光明日报》等刊物发表论文50余篇；出版有论文集《话语的回响》（上海三联书店）、译著《独生子女》（文汇出版社）以及合著、主编、合编著作和教材10余部。

<<现代性语境中的大众文化>>

书籍目录

导论第一章 文化转向：大众文化时代的来临 第一节 从审美的文化到消费的文化 第二节 从神圣的文化到世俗的文化 第三节 从批判的文化到娱乐的文化 第四节 从灵性的文化到技术的文化 第五节 从有根的文化到时尚的文化第二章 大众、大众社会与大众文化 第一节 文化：一个变动不居的概念 一、文化概念的复杂和多层次性 二、文化内涵从物质到精神的转变 三、文化内涵多元化的理解 第二节 大众和大众社会：一个现代性的事件 一、现代大众：大众文化的社会基础 二、工业化和城市化与大众和大众社会的崛起 三、大众社会与大众的现代性特征 第三节 大众文化：mass culture还是popular culture？ 一、mass culture和popular culture的不同指向 二、mass culture和popular culture的共存现象 第四节 大众文化与其他文化形态的纠缠和互渗 一、大众文化：一个难以定义的文化现象 二、大众文化和其他文化形态的复杂关系第三章 大众文化与大众传播 第一节 传播媒介对文化内涵及其形态的影响和制约 一、传播方式对文化性质的制约 二、大众文化：传媒时代的主流文化 第二节 传播媒介：社会发展和文化变迁的促进力量 一、口语传播的特征及其文化形式 二、文字和印刷媒介的特征及其对社会进步的推动 第三节 电子传播媒介：文化走向大众的物质与技术条件 一、电子媒介与大众传播的时代 二、大众媒介：大众文化的技术和物质前提 三、大众文化：走入电子媒介的时代 第四节 大众传播的后果：文化的媒介化和媒介文化 一、文化的媒介化 二、媒介文化：真正的大众文化第四章 传媒时代的艺术、文化权力和公共领域第五章 传媒时代的技术神话第六章 大众文化：现代都市文化的主潮第七章 大众文化与都市生态、都市心理第八章 文化产业、都市休闲与文化的娱乐化第九章 都市文化中的大众时尚第十章 大众文化与消费文化第十一章 艺术的商品化与大众文化第十二章 大众文化对消费意义的生产和制造结语后记

<<现代性语境中的大众文化>>

章节摘录

第一章 文化转向：大众文化时代的来临： 第一节 从审美的文化到消费的文化： 文化转向的重要特点之一，是在美学和艺术领域中，从审美的文化向消费的文化转变。尽管人们对文化含义的理解有所不同，但是历来人们总是把文化理解成具有精神特征和价值特征的东西，而与人们现实的具体的生活和行为，尤其是经济生活和行为有所区别。在精神文化中，文化的概念更多地指涉高级文化，即对高雅文化的肯定。德国古典美学也正是从人的精神自由和解放，以及人的本质力量的显现中来探讨美和艺术的。在艺术中，自康德(Kant)提出审美无功利性以来一直到20世纪的现代主义，都坚持艺术和审美的自律性，即把艺术和审美的无功利性和对现实生活的超越性视为审美文化的重要特征。真正的文化和艺术作品都体现了自由和创造的内容，而不是为外在的东西所左右。“人类，就其没有屈从于普遍的标准而言，他们可以自由地在艺术作品中实现自己。” 审美和艺术的本性就是人的自由性和创造性，所谓“美是自由的象征”，“美是自由的形式”以及“美在于创造”等命题正是对审美和艺术这一本性的揭示。在一般传统的观念里，审美和艺术不仅超越于具体和现实的功利性，更不要说和市场及商品发生密切关系了。文化的主要价值不是它的经济价值，而是人的自我创造、自我实现和全面发展。

.....

<<现代性语境中的大众文化>>

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>