第一图书网, tushu007.com

<<唯美主义与消费文化>>

图书基本信息

书名：<<唯美主义与消费文化>>

13位ISBN编号：9787301059159

10位ISBN编号：7301059159

出版时间：2002-11

出版时间：北京大学出版社

作者：周小仪

页数：287

字数：270000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

为了弘扬北大欧美文学研究的优秀传统，促进欧美文学研究的深入发展，我们组织撰写了这套“北大欧美文学研究丛书。
”该丛书主要涉及三个领域：（1）欧美经典作家作品研究；（2）欧美文学与宗教；（3）欧美文论研究。
这是一套开放性的丛书，重积累、求创新、促发展。
通过这套丛书，我们希望广大文学研究者和爱好者对北京大欧美学研究的方向、方法和热点有所了解。
研究与教学是互为促进、互为补充的，我们也希望通过这套丛书来促进教学和人才的培养。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

周小仪，1958年出生。
北京师范大学中国语言文学学士(1984)，英国兰开斯特大学英国文学博士(1993)。
1994年起在北京大学英语系从事英国文学与西方文论的教学与研究工作。
现任北京大学外国语学院英语系教授。
曾任香港大学比较文学系研究员(1997－2000)。
主要研究领域为英国

<<唯美主义与消费文化>>

书籍目录

绪论 唯美主义的另一张面孔 第一章“为艺术而艺术”观念与唯美主义的兴起 一、德国与法国 二、科佩与巴黎 三、跨越英吉利海峡第二章 纨绔子与唯美的生活方式 一、“唯美的纨绔子” 二、布鲁麦尔 三、波德莱尔 四、唯美主义的“新感性”与“对自我的膜拜”第三章 维多利亚人眼中的唯美主义者 一、反唯美主义思潮 二、“中世纪人手中的百合花” 三、“你热情吗？”第四章 王尔德与唯美主义评论家 一、理趣与悖论 二、唯美主义者 三、“现代艺术的传道士”第五章 王尔德与唯美主义的矛盾性 一、“两个世界” 二、消费文化的逻辑第六章 消费文化与东方艺术在欧洲的传播 一、东方艺术与唯美主义艺术理想 二、消费文化与东方艺术的传播 三、审美化东方的社会涵义第七章 王尔德笔下的城市 一、街道中的象征意象 二、审美化的社会空间第八章 世纪末消费文化与后现代主体理论 一、形象的文化 二、“生活方式的符号” 三、艺术、消费文化与主体的生成第九章 中国唯美主义思潮与现代性的两面 第十章 莎乐美之吻：唯美主义、消费主义与启蒙现代性 第十一章 比尔兹利、海派颓废文学与1930年代的商品文化 第十二章 日常生活的审美化与消费文化 第十三章 审美的命运：从救赎到物化 后记 参考书目 人名索引

第一图书网, tushu007.com

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