

<<审美文化学导论>>

图书基本信息

书名：<<审美文化学导论>>

13位ISBN编号：9787509725023

10位ISBN编号：750972502X

出版时间：2011-8

出版时间：社会科学文献出版社

作者：姚文放 编

页数：567

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>

<<审美文化学导论>>

内容概要

由姚文放编著的《审美文化学导论》是国内第一本系统论述审美文化学的专著。

《审美文化学导论》通过“审美文化含义研究”、“审美文化范畴研究”、“审美文化关系研究”、“审美文化问题研究”四个方面，对于审美文化学的学科性质进行了定位，对于审美文化学的理论内涵进行了建构，有助于当代中国美学研究向新的领域进一步开拓。

<<审美文化学导论>>

作者简介

姚文放，1949年生，江苏无锡市人。

扬州大学文学院教授、博士生导师，享受国务院政府特殊津贴专家，江苏省有突出贡献中青年专家。国家社科基金学科评议组评审专家；《文学评论》杂志编委；教育部中文教学指导委员会委员，江苏省高等学校教学名师。

现任中国中外文艺理论学会副会长，中国文艺理论学会常务理事，中华美学学会常务理事；中国作家协会会员。

<<审美文化学导论>>

书籍目录

- 前言
- 第一篇 审美文化含义研究
- 第一章 “审美”概念的分析
- 第一节 西方美学史上“审美”概念的嬗变
- 第二节 中国美学史上“审美”概念的嬗变
- 第三节 “审美”概念的逻辑分析
- 第二章 “文化”概念的分析
- 第一节 “文化”概念分析的方法论
- 第二节 文化即人化
- 第三节 文化即教化
- 第四节 文化即美化
- 第五节 余论
- 第三章 “审美文化”概念的分析
- 第一节 “审美文化”概念的提出
- 第二节 寻求“审美文化”概念的国外学术渊源
- 第三节 国内学术界关于“审美文化”概念的讨论
- 第四节 对于“审美文化”概念的界定
- 第五节 审美文化的中国经验
- 第四章 审美文化的内在构成
- 第一节 高雅文化与通俗文化之关系的嬗变
- 第二节 “超越的突破”：中国雅俗文化从未分化到分化
- 第三节 “唯我独尊”：西方雅俗文化从未分化到分化
- 第四节 “文化折中主义”：后现代雅俗文化从分化到去分化
- 第五节 雅俗文化交往活动的规范
- 第五章 审美文化的历史演进
- 第一节 审美文化历史演进的三段论
- 第二节 要么是后现代，要么是前现代
- 第三节 从“外爆”到“内爆”
- 第四节 审美文化的黏合剂
- 第五节 晚近中国审美文化的演进
- 第二篇 审美文化范畴研究
- 第六章 快感
- 第一节 伦理学与美学领域中的快感概念
- 第二节 快感概念作为文化政治学范畴
- 第三节 当代消费社会语境中的快感概念
- 第七章 形象
- 第一节 形象概念作为诗学范畴
- 第二节 形象成为当代审美文化的核心因素
- 第三节 当代审美文化语境中的形象概念
- 第八章 神话
- 第一节 神话概念作为神话学范畴
- 第二节 神话概念作为政治批评术语
- 第三节 神话概念作为审美文化范畴
- 第九章 表征
- 第一节 “反映论”的表征理论

<<审美文化学导论>>

- 第二节 符号学的表征理论
- 第三节 福柯的表征理论
- 第四节 表征范畴界定
- 第十章 认同
 - 第一节 哲学、心理学领域的自我认同理论
 - 第二节 社会学、政治学领域的集体认同理论
 - 第三节 本质主义认同观与建构主义认同观
 - 第四节 认同范畴界定
- 第三篇 审美文化关系研究
- 第十一章 道德：从理想主义到趣味主义
 - 第一节 美与善的变奏
 - 第二节 当代审美文化中的新道德趣味
 - 第三节 走出道德困境
- 第十二章 宗教：一个与审美文化互动的历史范畴
 - 第一节 审美文化与宗教的互动渊源
 - 第二节 宗教世俗化与审美观念转型
 - 第三节 当代审美文化中的宗教意识
- 第十三章 政治：审美文化的意识与无意识
 - 第一节 政治与审美的关联
 - 第二节 政治在审美文化中的隐身术
 - 第三节 抵制与策略：当代文化政治学诸种话语
- 第十四章 经济：从间离到交融
 - 第一节 艺术商业化历程
 - 第二节 审美文化与经济的整合交汇
 - 第三节 审美与经济的辩证关系
- 第十五章 现代科技：审美文化的发动机
 - 第一节 科技与审美的勾连
 - 第二节 现代科技对审美文化的驱动
 - 第三节 技术理性的歧路
- 第四篇 审美文化问题研究
- 第十六章 男性话语与女性忽略
 - 第一节 性别、身份与学术立场
 - 第二节 理论问题：文学研究中的女性忽略
 - 第三节 文化问题：从现实到网络——女性弱者形象批评
- 第十七章 私人审美与公共审美
 - 第一节 中西语境中公 / 私内涵的历史演变
 - 第二节 私人领域的崛起和对公共审美空间的侵占
 - 第三节 认同危机与节庆公共审美空间的重建
- 第十八章 严肃与泛娱乐化
 - 第一节 泛娱乐化的文化社会学阐释
 - 第二节 后现代主义——泛娱乐化的哲学基础
 - 第三节 社会—文化—趣味的分层——泛娱乐化的社会文化背景
 - 第四节 全民娱乐与抑郁的抗争——泛娱乐化的社会心理背景
- 第十九章 文字符号与视听符号
 - 第一节 审美文化表征符号的当代嬗变
 - 第二节 视觉崇拜与听觉贬抑
 - 第三节 符号的融合与共谋：权力意识形态国家形象

<<审美文化学导论>>

- 第二十章 都市文化与乡村文化
 - 第一节 当代审美文化语境中的都市与乡村
 - 第二节 都市文化对乡村文化的霸权
 - 第三节 城市化进程中乡村文化的困境
 - 第四节 乡村审美文化的自觉与重建
- 参考文献
- 后记

<<审美文化学导论>>

章节摘录

版权页：第四节 乡村审美文化的自觉与重建文化认同——新农村建设的价值核心关于文化认同，需要回答的一个核心问题就是我是谁？

亨廷顿曾指出，对不同民族、不同身份的人来说，最有意义的问题便是回答“我是谁？”

文化认同对于大多数人来说是最有意义的东西，是生命价值和人生意义的核心精神。

而当前，新农村建设的核心便是重塑人们（尤其是农村人）对于乡村的信心和文化认同。

当前，社会科学各领域都把中国的新农村建设作为一个重要的学术问题来研究。

就当前学界的讨论来看，关于新农村建设的方向有两种主导性的意见。

一种观点认为，建设新农村的核心就是要千方百计增加农民收入，提高农民的消费水平，提高农民在市场经济中的谈判能力，持这类观点的多是经济学家（某种意义上这种观点占据主导地位）。

另一种观点认为，新农村建设的核心是文化建设，是重建农民生活方式，恢复农民生活的主体性价值，通过发展农村文化娱乐活动等方式，增加农民之间的公共交往，并在这种交往中获得人生的体验和价值，从而达到“低消费、高福利”之效果，持这类观点的多是社会人类学学者。

近年来，以文化建设作为新农村建设的核心观点得到了越来越多的人的认同，因为文化建设是重塑乡村文化认同的重要途径。

在中国大多数农村温饱问题已经解决的情况下，农村和农民问题就不单是经济和收入的问题，而是生活方式与生存意义的问题。

<<审美文化学导论>>

编辑推荐

《审美文化学导论》是由社会科学文献出版社出版的。

<<审美文化学导论>>

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>