

<<文艺消费导论>>

图书基本信息

书名：<<文艺消费导论>>

13位ISBN编号：9787500466772

10位ISBN编号：7500466773

出版时间：2007-12

出版时间：中国社会科学出版社

作者：何志钧

页数：213

字数：248000

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>

<<文艺消费导论>>

内容概要

文艺消费是一个内涵极为丰富，牵涉到社会文化方方面面的复杂动态的整体性存在，文艺消费的进行离不开一定的文化语境，离不开成分复杂的消费者、生产者、大众传媒、出版商、发行渠道等，这使文艺消费的主客体形态呈现出了错综复杂的面貌。

历史上文艺消费的演化与文化转型有着内在的关联，不同时代的文艺消费状况有着显著的差异，在与特定时代文化状况的联系中考察文艺消费的性质状况有助于深化对它的理解。

文艺商品化、消费化就是当代文艺的生存状态，它具有自身存在的合法性，但也需要因势利导，因势利导本身就是内在于文艺消费中的需要。

任何消费都需要消费者保护系统和宏观调控系统，因此又关涉到文艺生态环境建设和文艺消费内含的文化伦理维度。

对于文艺消费的构成、它的运行机制以及内涵、外延的界说都必须运用关系论的思维方式，在一种整合的阔大视野中进行多视角的审视和整体性的求解。

<<文艺消费导论>>

作者简介

何志钧，男，1971年生，文学博士，副教授，硕士研究生导师，中国戏剧文学学会理事，烟台市作协副主席。

2005年6月四川大学文艺学专业毕业。

1996年起在鲁东大学中文系任教十载，曾为本科生和研究生讲授文学概论、文艺心理学、马克思主义文论、西方文论、中西文艺美学比较、文

<<文艺消费导论>>

书籍目录

序一序二前言第一章 文艺消费界说 一 消费、物质消费、商品消费 二 文艺消费与商品消费
三 文艺消费与文化消费 四 文艺消费与文化产业 五 文艺消费与文艺欣赏 六 文艺消费与文
艺接受、文艺阅读 七 文艺消费与文艺收藏 八 何谓文艺消费第二章 文艺消费的主体 一 主
体界说 二 文艺消费的主体第三章 文艺消费的客体 一 客体界说 二 文艺消费的客体 三
文艺消费客体与消费需要第四章 文艺消费与文化转型 一 文艺消费：前现代与前审美 二 文艺
消费：现代性与审美主义 三 高度现代性、消费意识形态与文艺消费的新变第五章 文艺消费与文
艺生态 一 生态、精神文化生态、文艺生态 二 文化生态恶化与文艺生态危机 三 文艺消费与
文艺生态建设参考文献附录：中国当代文艺消费状况问卷调查及结果统计后记

章节摘录

第一章 文艺消费界说三 文艺消费与文化消费文艺消费与文化消费是密切相关的两个概念，现代意义上的文艺消费得以确立，文艺也是商品成为为世人熟知和广泛认可的常识总是在文化发生转型，传统的精英文化转化为大众商业文化，消费渗入文化领域，文化与商业交融化合，文化产品日益成为消费品的时代才是可能的。

因此，文艺消费和文化消费的提出都与文化转型以及由此促成的人们的观念的转变密切相关。

文化消费是一个近年才提上日程，引起广泛关注的话题，在1985年之前，未见国外学者对这一问题有明确的探索性论述，国内理论界也鲜有著作论及文化生活消费问题。

从1985年起国内学界始较明确、系统地研究文化消费问题。

文化消费之所以受到高度关注，一则是因为20世纪80年代国际学术界由“韦伯命题”讨论引发出了一场文化热，再则是因为伴随着改革开放的进程，我国居民消费结构起了很大变化，文化消费作为较高层次的消费日益成为消费热点，也日益引起学界的广泛、热烈的关注。

1979-1984年间，从中国经济科学体系中派生出“消费经济学”这门新学科，消费经济研究渐呈热潮，学界在研究中不可避免地涉及了精神文化消费问题。

1987年3月，在北京召开的消费经济讨论会更明确提出要发展文化消费，之后讨论文化消费的文章、论及文化消费的专著、教材、文集纷现错出，城乡居民文化消费的趋向、水平、层次、结构、文化消费结构的失衡与对策、物质文化消费与精神文化消费的关系、消费风俗与消费习惯、闲暇消费合理化与闲暇消费力发展、文化消费行为的影响因素与发展对策、文化生活消费与人的全面发展等问题均得到了较深入的研究，文化消费研究由以往侧重物质消费的经济研究向重视文化消费的经济研究转移，由居民文化消费问题的局部分析向居民文化消费结构的系统研究转变，由城乡居民文化消费的实证分析向居民文化消费结构发展趋势与对策探讨转变。

国内学界多主张所谓文化消费即人们为满足精神文化生活需要而以不同的方式消费精神文化产品和服务的行为。

<<文艺消费导论>>

编辑推荐

《文艺消费导论》由中国社会科学出版社出版。

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>