

<<大众文化的和谐价值>>

图书基本信息

书名：<<大众文化的和谐价值>>

13位ISBN编号：9787802117815

10位ISBN编号：780211781X

出版时间：2008-12

出版时间：中央编译出版社

作者：吴世彩

页数：202

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>

## <<大众文化的和谐价值>>

### 前言

众所周知,“大众文化”(mass culture)是在现代工业社会中所产生的、与市场经济发展相适应的一种市民文化。

作为一种历史性文化形态,大众文化最先产生于西方社会,兴盛于20世纪30年代的欧美发达国家。日常生活中的文化现象,诸如广告、麦当娜、卡拉OK等,实际上在一定程度上展示着西方资本主义文化的大众性征。

法兰克福学派关于大众文化的述评,形成了较为系统的大众文化理论。

中国自改革开放以来,随着全球化进程的加速,大众文化思潮也悄然兴起。

与其他文化发展形态不同,中国的大众文化的成长是一种自下而上的民间实践行为,这种鲜活的社会土壤让大众文化呈现出勃勃生机。

可以说,大众文化在今天已经成为中国百姓的主要文化消费形式,同时也是近30年中国社会生活中最亮丽的风景线,它甚至正在全方位地重组甚至消解着中国的文化传统板块。

大众文化在当代中国社会生活的普遍流行、冲击,甚至改变了现行的文化形态及其秩序,因而对于当代社会文化生活产生了重要影响。

从文化接受层面考察,时下人们对于大众文化的价值评价也不尽一致。

如何评价大众文化在当代中国的发展?

## <<大众文化的和谐价值>>

### 内容概要

“大众文化”是工业社会高度发达的产物，其产生是与资本主义的现代化革命紧密相联的。近代社会化生产性征以及科技理性主义传统造就了文化的一统天下局面，也导致了人的自由和感觉的丧失。

现代主义文化思潮的广为流传，为大众文化的兴起提供了原动力。

现代化、工业化和市场化同样给改革开放尤其是上世纪九十年代以来快速发展着的中国带来了“大众文化”这一富有“舶来品”意味的文化现象。

面对大众文化的霸权势力与征服意义，知识分子们或肯定或否定，莫衷一是。

如何敞开自己的思想视野，拥有一种开放的、宽容的胸襟与情怀，对大众文化进行理性透视和价值把握，进而在“道德迷失”、“存在迷失”、“形上迷失”的意义危机中重建终极关怀，使人们真正拥有一片自由、自觉、自主的生活世界，成为智者之思。

## <<大众文化的和谐价值>>

### 作者简介

吴世彩：哲学博士，研究员，硕士生导师。  
中国高等教育学会理事、宁夏高级专家联合会第一届联合会常务理事、宁夏博士协会副理事长。  
先后师从清华大学人文学院博士生导师邹广文教授进行马克思主义哲学原理及大众文化研究、教育部人文社科基地山东大学易学与中国古代哲学研究中心主任刘大钧教授学习易学与管理哲学。  
近年来发表专业研究论文30余篇，著作有《周易与经营之道》、《管理易》等。  
《管理易》获宁夏第一次社会科学突出贡献奖和第十次社会科学优秀成果奖（首届自治区政府奖）。

## <<大众文化的和谐价值>>

### 书籍目录

前言面对大众文化时潮第一章 大众文化现象解读 第一节 大众文化的内涵和特征 第二节 大众文化的最高原则和社会的意识形态革命 第三节 大众文化与民间文化、通俗文化、精英文化的区别第二章 大众文化的历史出场 第一节 工业文明：大众文化产生的温床 第二节 改革开放：中国大众文化的萌生 第三节 现代传媒：大众文化盛行原因第三章 大众文化价值把脉 第一节 大众文化的社会进步性 第二节 大众文化的负面效应 第三节 如何面对大众文化第四章 都市文化：大众文化的范导 第一节 都市文化生存境况 第二节 都市文化产业勃发 第三节 都市文化消费景观第五章 大众传播的社会功能 第一节 大众传播概述 第二节 大众传播功用展示 第三节 大众传媒的演进 第四节 传媒演进的社会学意义第六章 大众文化对青年群体的全面占有 第一节 青年流行文化概念的界定 第二节 青年流行文化现象大观 第三节 青年流行文化的特征 第四节 青年流行文化的传播方式 第五节 青年流行文化的社会功效第七章 大众文化的时代病症 第一节 危机与困惑 第二节 空间的萎缩 第三节 艺术的没落第八章 大众文化的个案解析 第一节 电影与大众文化 一、“霸主”好莱坞 二、中国电影：突围路漫漫 三、中国电影的“民族情结” 四、冯小刚电影：中国本土电影的大众化品牌 第二节 电视剧与大众文化 一、电视剧发展历史简述 .....第九章 大众文化的和谐之路主要参考书目及文献后记

## <<大众文化的和谐价值>>

### 章节摘录

其他各种类型化电视剧则尽量在市场化趋向与主旋律要求之间寻找结合点，用儿女情长、美女英雄、嬉笑怒骂来表达当代人的生存渴望、困惑和期待。

就这样，中国电视剧作为一种大众文化的格局基本形成了。

中国电视剧的繁荣景象吸引了众多的学者目光。

目前，电视剧实践创作与理论研究是交相辉映、齐头并进。

从2000年开始，对电视剧文化颇有研究的两位教授——曾庆瑞和尹鸿，就针对中国电视剧的文化策略和社会角色展开了论争。

尹鸿教授对曾庆瑞教授发表的《守望电视剧的精神家园》中的观点提出异议，并撰文对中国电视剧的意义、生产与消费从文化学和政治经济学方面进行剖析。

曾庆瑞教授随后作了回应。

他指出中国电视剧当下的社会角色既是艺术事业，又是文化产业，其经营并非企业化和商业化、市场化，同时表明自己非“文化保守主义”的立场。

尹鸿教授认为中国电视剧已经出现了“从教化工具到大众文化的位移”、“从宣传工具到大众文化的转变”、“电视剧作为一种大众文化的格局已经基本形成”；而曾庆瑞教授将“官方主流文化”、“知识分子精英文化”、“市民通俗文化”三者结盟，来反对“大众文化”。

中国电视剧发展四十多年来，电视剧的理论研究严重缺失。

曾庆瑞教授较早介入这一领域，在电视剧的本质规律探讨上作了奠基工作。

在过去的电视剧批评中，人们习惯于就作品进行随感式的分析，国外并无“电视剧”概念，因而无从借鉴。

有限的理论资源大都从电影艺术挪移过来，再加上文艺学的某些理论，就形成了不成熟的电视剧理论。

中国经济转轨后，“市场”概念也走进了文化领域，“文化”也有了经济学意义，具有了物质的属性。

<<大众文化的和谐价值>>

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>