

<<审美趣味的变迁>>

图书基本信息

书名：<<审美趣味的变迁>>

13位ISBN编号：9787301108048

10位ISBN编号：7301108044

出版时间：2006-6

出版单位：北京大学出版社

作者：范玉吉

页数：257

字数：230000

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>

<<审美趣味的变迁>>

内容概要

本书在对趣味理论的历史梳理基础上,结合现代神经医学和现代心理学研究的新成果,指出趣味是一种在特定的生理基础上的社会建构,是生命冲动的内在选择。

在这样的理论基础上,本书对高雅趣味的虚假性做了剖析,指出根本不存在趣味的高雅与否之分,而只存在趣味的真假之别,从趣味的真假出发,进一步对现代社会的审美趣味诸问题进行了研究。

本书一方面对西方美学史上趣味理论从产生到发展到成熟的历史轨迹加以梳理和分析,找出“趣味”在传统美学中的作用和意义。

另一方面艺术表达人性的出现。

本书的写作采用了思辨和实证相结合的研究方法。

按照传统美学理论来看,神经美学的研究方法属于非理论的趣味研究法。

运用这种科学实证手段对趣味进行研究,可以更全面、更深入地认识审美发生的生理机制,对现代美学研究有很大的帮助。

同时,用这样的理论来分析时尚文化中的美学新问题,不但拓宽了美学研究的思路,丰富了美学研究的内涵,还将美学从纯理论层面拉入现实审美的层面。

<<审美趣味的变迁>>

书籍目录

引言第一章 趣味与审美判断的早期联系 第一节“趣味”释义 第二节 柏拉图以前的哲学对感官的认识
 一、感觉对认识世界的作用 二、感觉相对主义者普罗泰戈拉 三、苏格拉底对感官认识的排斥 四、经验论思想的产生 第三节 柏拉图对趣味的否定 第四节 亚里士多德对趣味的有限度肯定 第五节 味觉和审美判断的早期联系 一、对人的发现和肯定 二、表达个人性的出现 第六节“趣味”作为审美判断术语的早期使用第二章 建立在经验基础上的趣味标准 第一节 唯物主义经验论的确立 一、唯物主义经验论的奠基者培根 二、霍布斯的相对主义趣味观 三、经验主义趣味观的哲学基础：洛克的《人类理解论》 第二节 经验主义趣味理论的初步建立 一、植根于内在感官的趣味 二、哈奇生：趣味的先天基础 第三节 休谟为经验主义审美趣味立法 一、休谟的人性论 二、对趣味的理解 三、审美趣味的特征 四、造成趣味差异的原因 五、审美趣味的培养 六、对休谟的评价 第四节 博克：彻底经验论的审美趣味 一、美是某种心灵可感知的性质 二、感觉论的趣味原则 三、理性对趣味的影响 四、对博克的评价第三章 理性之光照耀下的审美趣味 第一节 理性主义哲学及其影响 一、“我思故我在”与笛卡尔哲学 二、莱布尼茨：美感是混乱朦胧的感觉 第二节 法国新古典主义美学趣味 一、新古典主义理论的创始人高乃依 二、新古典主义美学趣味的仲裁者布瓦洛 三、作为新古典主义对立面的非理性趣味 第三节 英国的古典主义艺术趣味 一、英国新古典主义理论的创始 二、艾迪生关于敏锐的趣味的培养 三、约翰逊的趣味观 四、雷诺兹的理性化趣味观 第四节 德国的理性主义趣味 一、德国的新古典主义趣味 二、理性主义哲学及其趣味 三、莱辛的理性主义趣味观 第五节 经验的理性主义审美趣味 一、伏尔泰建立在感性基础上的趣味观 二、狄德罗的理性主义趣味观 第六节 康德：综合了感性与理性的趣味 一、从感官到理性的趣味 二、趣味判断的四个契机 三、趣味与道德 四、趣味与天才 五、对康德的简评第四章 社会学视野中的趣味 第一节 早期实证主义与趣味 一、孔德：实证主义与社会学的奠基 二、史达尔夫人：首开社会学美学的先河 三、丹纳：决定趣味的三要素 四、罗斯金：用于社会批判的审美趣味 五、达尔文：进化论与趣味的形成 第二节 趣味与阶级的联系 一、趣味与阶级关系的早期理论 二、哈拉普的艺术理论 三、社会学立场的趣味理论 四、对哈拉普的评价 第三节 布迪厄：用于划分社会阶层的趣味 一、文化批评理论的基本术语 二、布迪厄的社会批判理论 三、作为阶级区分标志的趣味 四、对布迪厄趣味理论的评价第五章 表现的趣味与自然的趣味 第一节 克罗齐 一、克罗齐美学观的哲学基础 二、克罗齐的美学观 三、克罗齐的趣味观 四、对克罗齐的趣味观的评价 第二节 桑塔亚那 一、桑塔亚那的哲学思想 二、自然主义的美学观 三、自然主义基础上的趣味观 四、对桑塔亚那的趣味观的评价第六章 趣味：生命冲动的内在选择 第一节 趣味从何而来 一、趣味不完全是社会建构的产物 二、趣味也并不完全是一种心理构成 三、神经美学与审美趣味研究的转向 四、审美趣味是特定生理基础上的社会建构 第二节 高雅趣味与真实趣味 一、高雅趣味是一种彻头彻尾的虚构 二、真实趣味是生命内在需求的表现 第三节 消费时代的趣味 一、消费时代的逻辑 二、消费时代审美趣味的特征 三、消费时代的“传媒无意识” 结论：呼唤回归感性的美学研究后记

<<审美趣味的变迁>>

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>