

<<重构美学>>

图书基本信息

书名：<<重构美学>>

13位ISBN编号：9787504351135

10位ISBN编号：750435113X

出版时间：2006-11

出版时间：广播电视

作者：贾秀清

页数：299

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>

<<重构美学>>

内容概要

数字媒体艺术美学是一个全新的美学研究领域，它具有我们时代的鲜明特征，又同时包蕴着源远流长的艺术传统和美学传统，作为国家教育部“十五”规划的“211二期工程”科研项目，一方面它有着研究的开拓性、必要性和重要性，一方面又充满了研究的诸多难题和困境。

因此，在研究中，虽然我们始终秉持将严肃认真求实的态度与积极创新、在美学层面有效解决数字媒体艺术发展初期诸多难题的思路相结合，但是毕竟，整个研究过程充满着动态性变量和资料缺乏、调研时间紧张、研究经费不足等诸多条件限制，所以这使得我们的研究在某些层面还不能更为深入和细致的展开，尤其是在方法凝练、观点论述等方面尚存在着这样那样的粗疏。

<<重构美学>>

书籍目录

上编 美学重构的发生及流变	第一章 由转向而重构	第一节 美学的本体论构成	第二节 美学的认识论构成	第三节 美学的语言学构成	第二章 由重构而流变	第一节 本体论美学结构的流变	第二节 认识论美学结构的流变	第三节 语言学美学结构的流变	第三章 漂移的基层	第一节 哲学基层的漂移	第二节 艺术基层的漂移	第三节 技术基层的漂移	小结																																																																									
中编 美学重构的当代语境	第一章 传媒语境的当代构成	第一节 传媒语境形成的时代背景	第二节 传媒语境构成的传统成分	一、传媒蕴涵及其所引发的价值传统	二、传媒本体所形成的传播传统	三、传媒所赖以运行的生存传统	四、传媒所制造的文化传统	五、传媒内容的呈现传统亦即形式传统	第三节 传媒语境构成的当代成分	一、现代传媒的技术“当代性”	二、现代传媒的制度“当代性”	三、现代传媒的理念“当代性”	第二章 传媒语境的当代重构	第一节 技术方式重构	一、传播的交互性	二、审美的分时性	三、音像的高保真性	四、内容生产与传播的非线性	五、存储的海量化	第二节 文化方式重构	一、重构媒体文化的基础	二、重构媒体文化的方式	第三节 经济方式重构	一、媒体内容作为经济	二、媒体形态作为经济	三、媒体作为经济的价值体现	第三章 当代传媒语境的现实结构	第一节 本土化结构方式	一、再度包装	二、假借符号	三、撷取英华	第二节 广场化结构方式	一、时间控制	二、系统控制	三、技术控制	第三节 多媒体结构方式	一、集团型经营结构	二、裂变型多媒体经营结构	三、联姻型多媒体经营结构	第四章 语境成就现实	第一节 多媒体语境成为现实的路径	第二节 多媒体语境的现实特点	一、经济效益的最大化	二、本土文化的表象化	三、娱乐效果的肉身化	四、综合国力的集中体现	五、竞争即创新	第三节 走向现实的多媒体语境	一、技术语境的现实性	二、经济语境的现实性	三、文化语境的现实性	四、媒体语境的现实性	小结																																	
下编 重构美学	第一章 数字媒体艺术美学构建	第一节 数字媒体艺术本性	一、开放：数字媒体艺术存在的本性	二、自南：数字媒体艺术形态的本性	三、人本：数字媒体艺术发展的本性	第二节 数字媒体艺术美学价值实现	一、数字媒体艺术的价值链断层	二、数字媒体艺术价值链的统一	第三节 数字媒体艺术美学的核心问题	一、情感：数字媒体技术通往艺术的必由之路	二、合艺术规律：数字媒体技术在艺术中的存在方式	三、从概念走向现实：数字媒体技术与艺术元素的整合方式	第二章 理念的重构	第一节 现实	一、感觉之中的现实	二、虚无之处的现实	三、数字现实	第二节 真实	一、虚拟：感觉的真实	二、超越：美的真实	三、尽意：想象的真实	第三节 丑	一、搞笑：审丑的日常化	二、丑和丑感	三、丑的境界	第四节 主体	一、科学的主体和艺术的主体	二、美的信念与艺术的主体	三、美学主体理念的重构	第五节 情感	一、情感的生理机制	二、理性的情感	三、形式的情感	第六节 体验	一、美在体验	二、体验的美	第三章 形式的重构	第一节 畸态	一、造型的特征	二、造型的标准	三、造型的结果	第二节 化身	一、作为可见的形式	二、作为艺术形式的本质	三、作为形式的规则	四、作为创造美的普遍形式	五、化身的方式	第三节 灾难	一、灾难的美学呈现	二、灾难的符号化	三、灾难的英雄神话	四、数字灾难的人性忧思	第四节 直觉	一、直觉的形式化	二、直觉的物质化	三、直觉的现实化	第五节 微观与宏观	一、对象的任意大	二、对象的任意小	第六节 抽象和具象	一、从抽象到具象	二、从具象到抽象	第四章 传播的重构	第一节 传播主体	一、创、传、受的“三位一体”化	二、传播的“三位一体”化层面	三、传播主体“三位一体”的意义	第二节 传播价值	一、传播即存在	二、传播即财富	三、传播即创造	四、传播即话语	五、传播即共享	第三节 传播条件	一、“非专业化”的技术	二、自由民主的传播体制	三、社会文化的聚众性	四、个体需求的最大化	第四节 艺术传播重构的意味	一、解构艺术原创神话	二、再造艺术书写方式	三、拓展艺术创造空间	第五节 艺术传播的重构效应	一、审美的平民化	二、审美文本的衍生化	三、审美

误读的合法化

四、审美价值评判的缺位 小结参考资料后记

<<重构美学>>

编辑推荐

《重构美学:数字媒体艺术本性》是研究数字媒体的必备！

<<重构美学>>

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>