

<<马克思主义美学研究>>

图书基本信息

书名：<<马克思主义美学研究>>

13位ISBN编号：9787511709721

10位ISBN编号：7511709729

出版时间：2011-7

出版时间：中央编译出版社

作者：王杰 编

页数：412

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>

<<马克思主义美学研究>>

内容概要

文化创意产业(Cultural and Creative Industry), 简称创意产业、创意经济或“创新科技”等, 是一种全球化范围内愈益兴盛的文化与经济实践行为。

英国创意产业之父约翰·霍金斯曾经说过: “中国缺的不是创意, 而是创意商品。”

近年来, 我国在世界范围内尝试以“中国创造”代替“中国制造”的形象示人不仅意味着传统文化观念的现代更新, 更预示出“文化软实力”具有了更其广大的实践理性基础。

因此, 借鉴世界各国文化创意理念与产业成功范例, 逐步推进我国文化产业并使其日益成为市场经济条件下繁荣文化、满足大众精神文化需求的重要途径已经成为一项重要的基本国策。

继上期刊发贾斯汀教授的长文《艺术、产业和现代化》前两章之后, 业界产生了较大反响。

本期, 我们将继续刊发其后续几章, 以飨读者。

文中作者敏锐地指出, “文化企业和市场在规模和意义上真正的增长依赖于‘审美的, 革新’”, 其由此所得出的四个主要结论(“艺术不是‘艺术’”“文化价值和经济价值是不同的”; “市场失败包含市场的失败”; “共同文化”)等论断对于当下马克思主义美学与文化研究极具启发意义。

<<马克思主义美学研究>>

书籍目录

卷首语

创意产业与当代美学问题

学术访谈

多维视野中的马克思主义美学研究

文学、文化与政治

审美人类学与艺术人类学

书评

约稿启事

《马克思主义美学研究》投稿须知

《马克思主义美学研究》投稿格式

<<马克思主义美学研究>>

章节摘录

版权页：威廉斯认为，艺术委员会认为艺术和大众文化(被认为是重叠的一对)的新形式是唯一合法的政府支出的理由。

实际上，在20世纪80年代，艺术的政府支出转向了经济理由。

一方面，这导致上面所说的“经济影响”的理由，另一方面，它把公共财政从公共设施转向“福利”。

也就是说，对“自由市场”的新信心渗透着政治性的争论，尤其是在盎格鲁撒克逊人世界(和其影响的范围)，显示出政府支出的唯一理由是“市场失败”。

政府介入是因为市场不能提供特定的事物——基础结构、培训和传统——这些是社会必须的和值得索要的。

这导致作为公共津贴支持的部分艺术组织需要一定的自卫；经常说明它们积极贡献，目的是不被排除在公共资助之外。

的确，“失败的市场”好像是艺术在市场上的失败。

在这种情况下，公共资金变成一种新意义上的福利——令人沮丧的依赖施舍，最后也不能给任何人带来利益。

正如我们将要看到的那样，文化的部分要求和随之而来的创意产业，好像找到了脱离困境的方法。

威廉斯公开反对大众文化和艺术被锁进(公司)“宫廷”和“学院”；但是他也反对艺术的这种位置，“艺术家的进步来源于对孤独的蔑视，在他们和众多的公众之间没有中间存在”。

正如威廉斯和其他许多人所指出的那样，艺术家和公众之间的这种“孤立”资源和这种潮流的主要机理是市场。

在威廉斯的论述中缺失的是艺术和大众文化的融合是如何得到资助的。

假如商业利益被扭曲以及艺术委员会的理事过于短视和依赖权力，那么民主的公共基金是如何起作用的？

许多人提出，任何关于公共民主文化的一瞥，都需要与商业大众文化相关。

不能把文化产业作为纯粹的意识形态或垃圾随意驱逐；大众文化的创造性和动力已经深深地植入商业世界(至少，它们不是政府资助)中。

布莱希特已经意识到商业文化分裂性的精神：“与知识分子相比，‘大众’的低级趣味更加深深地扎根于现实”。

<<马克思主义美学研究>>

编辑推荐

《马克思主义美学研究(第14卷第1期)》是中文社会科学引文索引(CSSCI)来源集刊,《中国学术期刊(光盘版)》CNKI中国知网入选期刊。

<<马克思主义美学研究>>

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>