

<<艺术主体与表达>>

图书基本信息

书名：<<艺术主体与表达>>

13位ISBN编号：9787548600626

10位ISBN编号：7548600623

出版时间：2010-9

出版时间：上海学林出版社

作者：曲春景

页数：289

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>

<<艺术主体与表达>>

前言

春景收在《艺术主体与表达》这本文集中的部分文章我以前曾读过，重新翻阅使我不时回想起初读它们的岁月，那是在文学研究似乎还是一个值得用一生的热爱去做的时候。

现在，就像春景结集在这里的某些文章一样，我们的中心充满了疑问，犹如她稍后的研究有时悄然变成了辩护词，而况文章中有些人与事已从我们的生命中消失，除了保持在瞬间的记忆和某些文字中的触动，以致这些触动和感慨一再搁置了这个简短的序文。

从20世纪的90年代初，至近期的文章，从文学批评到影视研究和文化批评，在春景看似不同的写作中似乎总有一些不断被再现的动机，关于叙述与社会伦理价值就是其中最主要的一个话题。

在90年代中期，春景所主持的一个社科基金项目就是“叙事与价值”，她对这个问题的持续关注，依然表现在她近期的“故事与媒介”的研究项目中。

虽然她的这部著作尚未完成，从她晚近的文章中仍然能够读出一些端倪。

说实话，为什么要讲故事呢？

在春景的阐释中，也许能够说，故事或者艺术表达的愿望，如同爱，是对一种“合目的的生命形式”的渴望。

每个人都在自己的生命中不自觉地创造着独特的故事，每个人都在力图使自己的生命成为一个故事，这意味着人们为自己的生活、个性寻找或塑造着某种可以理解的模式，无论是痛苦、欲望、愤怒、渴望、爱的行为和情感等等，仍然希望它们均具有一种可以表述的形式，无论自我遭遇何种分析的力量、主体如何遭遇非主体化、非中心化的解构命运，我们心中的自我仍然希望自身拥有某种连续性、即使不那么戏剧化的故事，因为人们并不希望自己的生活纯粹是“碎片”。

<<艺术主体与表达>>

内容概要

本书系“艺术学林”之一。

论述了艺术创造者对艺术主体、思想主体、言说主体等在表达中体现出的心灵状态所进行的审视，是对这批思想和文化精英考察后写出的文化研究与文化批评的论文集。

本书主要内容分为三辑：影像叙事与价值、思想者的精神状况、语言叙事的表情。

<<艺术主体与表达>>

书籍目录

第一辑 影像叙事与价值 观众的伦理诉求与故事的人文价值 影视剧制作中的形而上学陷阱 论中国电影史研究中的“感官文化学派” 故事改编：涅槃与再生 电影的文献价值与艺术品位——谈新生代电影的成败 近十年国内外“上海电影”研究综述 谢晋导演21世纪的艺术追求 跟随“故事”的转移——挑战文学研究的价值危机 视觉文化批评的当代价值 反差与悬殊：在电视电影和电视连续剧之间 伦理关怀：电视剧永远的赢家 第二辑 思想者的精神状况 中国90年代思想家的一次精神会晤 神话思维与艺术 “启蒙”与“现代性”的历史命运 回到语言的切身性 叙事者的精神视域 对理解的理解 穿越故事和话语的叙事研究 “顾准热”的另一面 媒介：制约叙事内涵的重要因素 第三辑 语言叙事的表情 爱缘于合目的的生命形式 命运之门被怎样敲响 祈祷、反讽、默想 有关两性故事的不同表达 放牧人群：从苏格拉底到呼天成 权力文化的叙事结构 反神话与文化大革命再思考 心灵深处的真实——作家行者的精神肖像 “失重”现象与叙述语式的转换 无助的生存状态 当代长篇小说的诗学问题 影视：“大文学观”的研究对象

<<艺术主体与表达>>

章节摘录

目前国际学术界对电视剧收视情况的研究，特别对观众卷入电视剧的程度，对电视剧的解读方式以及伦理诉求等精神活动的实现程度等方面，进行了大量的实地调查，如英国学者对电视剧《达拉斯》进行的跨文化研究，美国学者对《埃尔斯韦尔医院》的研究，均已证明电视剧是当今不同文化背景的大众进行思想交流和道德判断的公共空间。

“无论它的文化背景多么生疏，观众仍受到邀请来根据这些呈现于荧屏上的人际关系与价值观检视他们自己的人际关系与价值立场。

”从影视剧表现出来的这些特征上讲，它们确实对社会人生及道德变迁具有整合功能。

在观众对故事的理解、讨论，甚至是相互争辩和自我表白之中，各种思想观念和价值立场会产生碰撞批评或抵触，也会在交流之后达成共识、接受和认可等。

在电视剧提供的话语空间中，我们甚至可以直观地看到，一种新的伦理观念和价值取向怎样在民间自发地形成和被接受；在对故事人物的褒贬过程中还可以直观地看到道德观念的变迁历史。

如从90年代初对王沪生婚外情的一致谴责（《渴望》），到21世纪初对某种婚外情的容忍（《结婚十年》、《走过爱情》、《不嫁则已》等）。

然而，不管电视剧在客观上具有何种功能，一个显而易见的事实是，大多数情况下，人们打开电视机的目的是为了消遣和娱乐，为了身心放松，或为了逃避令人烦恼的现实。

这是一个达成共识并被普遍接受和认可的收视行为及收视动机。

所以，有相当一部分影视剧编导和制片人认为，故事的精神价值是人们强加在影视作品之上的额外负担，今天是一个大众化时代，影视剧的首要任务是为大众制造快乐以保证收视率、市场份额和产品的最大效益。

因此，目前我国影视界形成的一种流行倾向认为，娱乐是影视文化产品的本质特征；消费时代人们需要的是快乐，而思想价值会妨碍娱乐效果会影响收视率。

.....

<<艺术主体与表达>>

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>