

# 《唯美主义与消费文化》

## 图书基本信息

书名：《唯美主义与消费文化》

13位ISBN编号：9787301059159

10位ISBN编号：7301059159

出版时间：2002-11

出版社：北京大学出版社

作者：周小仪

页数：287

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《唯美主义与消费文化》

## 内容概要

为了弘扬北大欧美文学研究的优秀传统，促进欧美文学研究的深入发展，我们组织撰写了这套“北大欧美文学研究丛书。”该丛书主要涉及三个领域：（1）欧美经典作家作品研究；（2）欧美文学与宗教；（3）欧美文论研究。这是一套开放性的丛书，重积累、求创新、促发展。通过这套丛书，我们希望广大文学研究者和爱好者对北大欧美文学研究的方向、方法和热点有所了解。研究与教学是互为促进、互为补充的，我们也希望通过这套丛书来促进教学和人才的培养。

# 《唯美主义与消费文化》

## 作者简介

周小仪，1958年出生。北京师范大学中国语言文学学士(1984)，英国兰开斯特大学英国文学博士(1993)。1994年起在北京大学英语系从事英国文学与西方文论的教学与研究工作。现任北京大学外国语学院英语系教授。曾任香港大学比较文学系研究员(1997 - 2000)。主要研究领域为英国

# 《唯美主义与消费文化》

## 书籍目录

绪论 唯美主义的另一张面孔 第一章 “为艺术而艺术”观念与唯美主义的兴起 一、德国与法国 二、科佩与巴黎 三、跨越英吉利海峡 第二章 纨绔子与唯美的生活方式 一、“唯美的纨绔子” 二、布鲁麦尔 三、波德莱尔 四、唯美主义的“新感性”与“对自我的膜拜” 第三章 维多利亚人眼中的唯美主义者 一、反唯美主义思潮 二、“中世纪人手中的百合花” 三、“你热情吗？” 第四章 王尔德与唯美主义评论家 一、理趣与悖论 二、唯美主义者 三、“现代艺术的传道士” 第五章 王尔德与唯美主义的矛盾性 一、“两个世界” 二、消费文化的逻辑 第六章 消费文化与东方艺术在欧洲的传播 一、东方艺术与唯美主义艺术理想 二、消费文化与东方艺术的传播 三、审美化东方的社会涵义 第七章 王尔德笔下的城市 一、街道中的象征意象 二、审美化的社会空间 第八章 世纪末消费文化与后现代主体理论 一、形象的文化 二、“生活方式的符号” 三、艺术、消费文化与主体的生成 第九章 中国唯美主义思潮与现代性的两面 第十章 莎乐美之吻：唯美主义、消费主义与启蒙现代性 第十一章 比尔兹利、海派颓废文学与1930年代的商品文化 第十二章 日常生活的审美化与消费文化 第十三章 审美的命运：从救赎到物化 后记 参考书目 人名索引

# 《唯美主义与消费文化》

## 精彩短评

- 1、最喜欢的老师，一个非常真诚的人，他的著述不多，但都非常精致严谨。
- 2、一部学院派的学术性著作，读完便觉得标题虚张声势，这两概念并未在作者的阐释下碰撞出精彩的花火。。
- 3、奇书！
- 4、因着王尔德童话
- 5、所以学术的形式看起来是……看了一堆人说了啥话，然后自己再编点儿。。。
- 6、新知识新认识 平时从没想过认为理所当然的 其实不是 从没想过二者的联系 “商品消费。。。是一种审美的意识形态”
- 7、同义复现稍显赘余，但瑕不掩瑜，开篇甚赞！
- 8、阅部分。不错。回头细阅
- 9、相比课堂内容书本显然更有条理，围绕唯美主义的悖论展开，每章思路大致相同。有些理论被重复应用，比如拉康的镜像理论与潜文本。
- 10、为周小仪老师的消费文化与生存美学而看。  
结果是对王尔德和唯美主义的进一步理解~  
虽内容有些地方反复、冗长，但用来了解那个时代的美学观念和社会还是很有帮助的~
- 11、这才像做学问滴！当然，我做不了呢！：)
- 12、导师的书，很怀念。就是排印错误太多了。
- 13、快速翻了下估计还要读上几遍 你要能再讲清楚点就更好
- 14、好吧，小仪老师读过的书很多，鉴定完毕……印刷错误太多了……
- 15、唯美主义艺术家的二律背反。
- 16、至今为止仍具有开拓性的研究。
- 17、讲了一个学期的课，如此幽默与练达的知识。
- 18、长于文化批评，短于文本分析。倒是不错的导读。
- 19、感觉写的不算非常清楚，但国内唯美主义的专著比较少，这本材料挺多，作者很用心，用的多是法兰克福学派来解释，阿多诺、詹姆逊、卢卡奇。内容从英国唯美主义到中国现代文学再到当代美学思潮。
- 20、阅读很愉快的一本书！
- 21、毕业论文阅读。
- 22、扫了一眼美学原理笔记，原来这书昌舒哥还推荐过呢。。。
- 23、受益匪浅

# 《唯美主义与消费文化》

## 精彩书评

1、作者甫一开篇即亮出其研究理路：西马的学养背景，更确切地说，“法兰克福学派”的立场。教授严谨的治学态度的确令人心仪景仰，这从其超长的文献条目可见一斑。然而对于“主义”上存有龃龉的读者，难免如堕云中，不以为然。「唯美主义与消费文化」，顾名思义，读者期待有关二者“决定性关系（詹明信语）”的演绎，补足其间论证过程。以两者历时性与直觉效果层面的共通感服人，实在稍显单薄，落人同义反复之嫌。著作后半部，围绕“莎乐美”引起海派颓废文学仿作，将十里洋场与维多利亚英国等而视之，声讨商品成为物神“完成殖民（德波）”，于王尔德不啻为一种苛责。观其全书，作者旁征博引，每每于点睛之处一笔带过，犹隔靴搔痒之于短兵相接。书中各部分自成起讫，倒是逻辑合致而重心明确。碍于成书经过的粗疏草率，本书未能还原作者博士论文Beyond Aestheticism: Oscar Wilde and Consumer Society之风采（犹以城市空间研究王尔德笔下的伦敦为最）。

# 《唯美主义与消费文化》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)