

《公共艺术时代——策划时代丛书》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2003年08月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787534414794

丛书名：策划时代

内容简介

公共艺术是近年来谈得比较多的一个话题，它将艺术从室内、从架上、从贵族化的趣味中解放出来，艺术在真正与大众、与社会的交流和反馈的过程中，寻找到了它新的立足点。该书介绍国外的公共艺术状况和理念，也结合中国的实际情况。

可见，目前中国人对公共艺术偏重于比较宽泛的意义上理解，一般是广义的使用公共艺术的概念，自然，凡是城市雕塑、环境艺术、景观艺术都无一例外被看做是公共艺术。

本书使用狭义的公共艺术概念。在我们看来，用“公共艺术”这个词不是因为它听起来好听，或者是一个挺新鲜、别致的说法，也不是因为这个词可以与环境艺术、景观艺术和城市雕塑通用，而这是这些概念的另一种表述：我们认为公共艺术代表了艺术与社会关系中的一种新的取向。

目录

策划人语·生活在策划年代

- 一 从茶馆和咖啡馆谈起——什么是公共艺术
- 二 从“阳光广场”到“后现代”——公共艺术的来龙去脉
- 三 社会学的转向——公共艺术时代的艺术家
- 四 方法论意识——公共艺术的基础
- 五 公共关怀与边缘视线——公共艺术的社会属性
- 六 参与·互动·过程——公共艺术的作用艺术
- 七 多元化与多样性——公共艺术的表现形式
- 八 地域·社区·环境——公共艺术的场所特征

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.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)