

<<影视文化概论>>

图书基本信息

书名：<<影视文化概论>>

13位ISBN编号：9787118080063

10位ISBN编号：7118080063

出版时间：2012-5

出版时间：国防工业出版社

作者：张智华

页数：314

字数：362000

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>

<<影视文化概论>>

内容概要

张智华等编著的《影视文化概论》全面系统地阐述了影视文化的基本知识，主要内容包括：儒家文化与影视，道家文化与影视，佛教文化与影视，兵家文化与影视，武侠文化与影视，伊斯兰文化与影视，混杂文化与影视，通俗文化与影视，娱乐文化与影视，大众文化与影视，主流文化与影视，精英文化与影视，韵味、和谐与影视等。

《影视文化概论》内容丰富，讲解通俗易懂，不仅可以作为普通高校相关专业学生的教材，也可供影视系统从业人员及影视评论爱好者学习。

<<影视文化概论>>

作者简介

张智华，现为北京师范大学艺术与传媒学院教授、博士生导师。

出版《影视文化传播》（文化艺术出版社2004年）、《喜剧人生--走进卓别林的（摩登时代）》（北京师范大学出版社2007年）、《南宋的诗文选本研究》（北京师范大学出版社2002年）等专著四部、合著三部，参与编写教材三部。

在《中国社会科学》、《文学评论》、《文艺研究》、《文艺理论研究》、《当代电影》、《电影艺术》、《北京师范大学学报》、《北京电影学院学报》、《中国广播电视学刊》、《中国电视》、《电视研究》、《现代传播》等核心期刊和重要学术刊物上发表论文126篇。

完成国家社科基金青年项目《宋人所编诗文选本与诗文理论研究》（批准号为98czw004，2004年4月顺利结项，有证书）。

主持教育部一般项目《电视剧叙事艺术研究》（项目号09YJA760001）等。

2005年，《武侠片观念辨析》（《电影艺术》2004年1期）获中国高校影视学会（国家一级学会）第三届“学会奖”优秀学术论文奖。

2005年，专著《影视文化传播》（文化艺术出版社2004年）荣获第二届中国高校影视研究学术奖（论著奖）二等奖，由中国高等教育学会影视教育专业委员会颁发。

2009年8月《改革开放30年来中国电视剧类型的发展与变化》获得首届飞天电视剧论文二等奖（理论），由国家广电总局盖章，属于省部级奖。

<<影视文化概论>>

书籍目录

上编

第一章 儒家文化与影视

第一节 伦理文化与伦理片的发展

第二节 伦理文化与伦理剧的发展

第三节 民本思想与影视发展

第二章 道家文化与影视

第一节 道家文化与影视主题内容

第二节 道家文化与影视艺术创作规律

第三章 佛教文化与影视

第一节 三界说法、转世修行与影视发展

第二节 因果报应思想与影视发展

第四章 兵家文化与影视

第一节 兵家文化与战争片的发展

第二节 兵家文化与军旅剧的发展

第五章 武侠文化与影视

第一节 武侠文化与武侠片的发展

第二节 武侠文化与武侠剧的发展

第六章 基督教文化与影视

第一节 基督教文化与电影

第二节 基督教文化在电视剧中的表现

第七章 伊斯兰文化与影视——以伊朗新电影为例

第一节 伊斯兰文化与影视发展

第二节 伊朗新电影的取材特点及其成因

第三节 伊朗新电影与全球影像世界

第八章 混杂文化与影视——以马丁·斯科塞斯为例

第一节 混杂文化与马丁·斯科塞斯的成长

第二节 “街头”电影与文化表达

第三节 票房压力下的商业转向

下编

第九章 通俗文化与影视

第一节 通俗文化的主要特征

第二节 通俗文化与电影发展

第三节 通俗文化与电视发展

第十章 娱乐文化与影视

第一节 娱乐文化与电影发展

第二节 娱乐文化与电视发展

第十一章 大众文化与影视

第一节 大众文化与电影发展

第二节 大众文化与电视综艺节目发展

第十二章 主流文化与影视

第一节 主流文化与电影发展

第二节 主流文化与电视发展

第十三章 精英文化与影视

第一节 精英文化与电影发展

第二节 精英文化与文化类电视栏目发展

<<影视文化概论>>

第三节 精英文化与电视访谈节目的发展——从鲁豫访谈为例

第十四章 韵味、和谐与影视

第一节 韵味与电影电视发展

第二节 和谐与电影电视

参考文献

作者简介

<<影视文化概论>>

章节摘录

版权页：插图：一、电视新闻节目娱乐化“新闻立台”是一个学界和业界都不陌生的词汇，新闻做得好不好成为了衡量一个电视台的实力与标准。

根据《中国电视新闻节目市场报告（2007—2008）》，2006年观众平均每天花费22.8分钟收看新闻节目，占其总收视时长的12.95%。

全国127个样本市县480个频道中，27%的频道以新闻节目见长，新闻节目播出集中于19：00—22：00黄金时段，占据全天1/4的播出份额。

由此，我们可以看出新闻节目在电视节目中的重要分量。

但是，新闻节目的收视群体多为男性，又以高学历者为主，在播出份额如此之大的基础上，如何吸引潜在受众，进一步提高收视份额就摆在了电视新闻工作者的面前。

除了扩充新闻资源、拓宽来源渠道、注重时效、加强评论之外，娱乐元素的增补也成为了做好新闻的策略之一。

就像西方新闻传播界已经生成的一个新词汇——Infotainment（娱讯），即Information和Entertainment的合成。

说起新闻娱乐化，其源头可以追溯到100多年前。

19世纪30年代以后《纽约太阳报》、《纽约先驱报》等一批“便士报”，以赢利为目的，鼓煽情之风，便可以看作是新闻娱乐性潮流的开始。

在19世纪末期，这股潮流更是泛滥到了最高点，即“黄色新闻潮”的出现。

其中，普利策的《世界报》和“黄色新闻大王”赫斯特的《纽约日报》之间的“黄色新闻”之争最富代表性。

电视新闻节目是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音、文字为传播符号。

对新近发生、发现或正在发生的事实的报道。

和传统纸质媒介的新闻相比，电视新闻其实更具有娱乐化的潜质。

从其定义中我们就会发现它具有视听兼备、直观生动的特点，再加上对正在发生事件的现场报道，更增加了其现场感强、令人印象深刻的特质。

所以，不论是从新闻的历史渊源、电视媒介本身所具备的特点、还是收视率的逼迫，新闻娱乐化已经大势所趋。

电视新闻与娱乐文化的关系我们要从两个方面说起。

一方面是娱乐的新闻，另一方面是娱乐化的新闻。

在理解电视新闻与娱乐文化的关系过程中，将二者进行区分是非常必要的。

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>