

<<人情事理说影视>>

图书基本信息

书名：<<人情事理说影视>>

13位ISBN编号：9787563820221

10位ISBN编号：7563820221

出版时间：2012-10

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：王昕 著

页数：251

字数：416000

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>

<<人情事理说影视>>

内容概要

《人情事理说影视--21世纪中国影视文化传播研究》由王昕所著，本书收录了我自求学至今所公开发表的大部分关于影视艺术方面的学术论文。

本书分为上下两编，上编“事理说影视传播”，收录的主要是关于影视文化传播现象的较为宏观的理论思考；下编“人情说影视审美”，收录的主要是关于具体影视剧文本的审美批评。

<<人情事理说影视>>

作者简介

王昕，1967年生于齐鲁，1989年毕业于山东大学中文系，获文学学士学位。

1998—2004就读于中国传媒大学，获文学硕士和文学博士学位。

现为首都经贸大学人文学院传播学系副教授。

多年来致力于影视艺术传播研究，其中关于中国历史题材电视剧方面的学术研究在国内居于领先地位。

已在《现代传播》、《当代电影》、《中国电视》等影视传播核心期刊发表学术论文60余篇。

主编《大众文化与审美》(合编)、《经营中国电视》、《中央电视台建台45周年电视论文选》等影视传播书籍。

除理论研究外，还担任了国内外多家传媒机构的咨询顾问和业务策划。

<<人情事理说影视>>

书籍目录

前言

上编：事理说影视传播

活的形象与完整传播——新世纪中国电影传播的审美人类学观照

和谐美学与中国电影

真实与游戏——我看当代中国电视文化传播

中国电视剧类型学研究

中国历史题材电视剧的类型与美学精神

影视历史剧中的艺术真实性探问

象征历史与媒介把关——关于中国历史题材电视剧审美传播

多元文化生态中的电视戏说剧

戏说剧的辩证观

首都影视文化传播与跨文化交流

下编：人情说影视审美

《赤壁》：片大无风骨艺术有境界

《花木兰》：空陈形似气韵不周

《战国》：电影修辞应立其诚

《新少林寺》：我的看不懂

新版《红楼梦》：关于小说真实与电视剧真实

新版《三国演义》：论现代历史剧的艺术真实性标准

2011版《水浒传》：坚韧奴才的诞生与哲学的贫困

《卧薪尝胆》：复仇的苦胆

《大唐芙蓉园》：史实制约与类型错位

《太平天国》：收视低迷缘由探析

《走向共和》：话说“典型历史剧”

《大宋提刑官》：公案类型与民本主义

《大宅门》：酒神精神与大众文化

《大染坊》：陈寿亭“这一个”资本家

《橘子红了》：爱欲与禁忌

《盖世太保枪口下的中国女人》：超类型文本及其美学策略

《静静的艾敏河》：诗意与现实

《世纪之约》：对话与外位

《有泪尽情流》：孩子、女人与知沟

《山羊坡》与《风过泉沟子》：扶贫叙事与精神自救

《大哥》：喧嚣中的平民叙事

《大哥》再读：现实主义精神与审美

《撑起生命的蓝天》：纪实与表现

《非常6+1》：加冕游戏与明星神话

《美国电视剧》：电视剧创作的他山之石

章节摘录

版权页：1.电视文化生产的“本土化”为我国特定的三元文化场域结构所限定 法国社会学家布迪厄提出了“场域”的概念，他认为：“一个场域可以被定义为在各种位置之间存在的客观关系的一个网络，或一个构型。

”场域表现为不同类别或不同形式，它所形成的关系系统具有相对独立性，并对其中的行动者具有“形塑机制”。

由于场域由各种异质因素构成，其中的差异和矛盾引起了场域的运动，从而使场域一直作为过程而存在。

我国当前特定环境中的文化场域由主导文化、精英文化、大众文化和民间文化等“行动者”组成。将当代中国审美文化系统分为主导文化、精英文化、大众文化和民间文化几个子系统，应该说已经基本成为一种共识。

其中，尤以前三种文化类型为学界论述最多，常被简称为“三元文化”、“三足鼎立”等。

所不同者，在于如何理解、建构三种文化的内涵和外延及其之间所形成的结构关系。

在这方面，不同的学者具有不同的文化立足点和不同的文化立场。

在“弘扬主旋律，提倡多样化”的总体框架下，有的学者站在国家意识形态的角度，坚持马克思主义文艺观的指导地位，在承认大众文化的兴起和存在的现实合理性的同时，也意识到了大众文化对主导意识形态的某种程度上的颠覆和消解作用，从而更加强调主导文化对其他文化力量和文化类型的统摄和整合，呼吁在新形势下重建主导文化。

有的人文知识分子站在由20世纪80年代传承而来的精英立场，强调文化产品的启蒙作用和人文精神，强调文化内容和文化形式的创新，强调思想性、艺术性和文化产品的“诗性”及高雅文化特征。

由此出发，站在精英文化立场的一些知识分子，秉承法兰克福学派的衣钵，对大众文化的兴盛及泛滥进行了严厉的批判，认为大众文化意识形态所具有的个人主义、享乐主义及金钱崇拜加剧了社会的道德危机，冲击了社会秩序和社会伦理，所以要重视对大众文化的“提升”和“改造”。

有的学者为大众文化在中国的崛起而欢欣鼓舞，认为大众文化的兴盛是社会转型、经济转型带来的必然结果，它肯定了人的欲望的正当性与合理性，有助于中国的民主化进程，是对“极左”文化传统的冲击和挑战，有它的历史进步意义。

各种文化理论、各种文化力量和文化类型也在“对话”中形成了历史性建构和历史性生长，建立文化意义上的“自我意识”和“主体意识”。

主导文化（国家意识形态文化）、精英文化（人文知识分子文化）、大众文化（通俗文化和流行文化）动态形成了当代中国的审美文化生态格局，它们之间既相互摩擦和冲突，又相互借鉴和渗透。

其中，主导文化处于支配地位。

以现代传媒为手段、以影视剧生产为主体、以新兴的市民阶层为主要接受对象的“大众文化”在当代中国的兴起，自有其历史和现实的合理性，也是市场经济条件下发展文化产业的需要。

在我们看来，“大众文化”存在于文本、机制、观念及思潮等各个层面，弥散在各类文化生产领域。

与主导文化、精英文化相比，中国大众文化具有大众性、商业性、娱乐性等特征。

笔者不同意“媒介文化同质化”的说法，是因为任何一个文化场域都包含了异质性的因素，无论是就当前整体的文化场域来说，还是就各个文化分场域来说。

电视文化场域，如同一个棱镜，其内在的结构反映了主导、精英、大众文化等各种力量间的冲突与融合。

在当代中国电视文化场域内，三种文化都不会一统天下，但又不会形成“均质”或“均势”，因为它们所占据的位置不同，从而形成各种权力关系；场域本身对电视文化的动态演进具有在前的制约作用，形成基础和前提意义的游戏规则。

与市场经济具有两面性一样，当下的大众文化生产也存在着负面作用，而其中的以艺术之名、行单向利润追逐之实的电视剧产品，不仅没有起到丰富人民群众文化生活、提升大众审美情趣的作用，反而形成了对中华民族优秀的传统价值伦理和社会秩序、社会规则的一波又一波的冲击，打破“爱欲与禁忌”的动态平衡，加剧了不健康的社会文化思潮。

<<人情事理说影视>>

这些电视剧作品不讲艺术辩证法，不再讲求艺术的艺术性、自律性、思想性、审美性及作品的深度意蕴，而是单向度地向商业性、他律性、感官性、享乐性及平面性倾斜。

这些创作者主动放弃了作为电视剧艺术家的责任和良知，以谈艺术性为耻，以谈商业性为荣，成了与生产、倒卖黄色光盘者一样品质的“商人”。

他们不遵循社会伦理和艺术规则进行“合法经营”，而成为偷税漏税的造假制假者。

要进行艺术打假和艺术“纠偏”，维护艺术市场秩序的健康稳定，促进艺术生产、经营和销售的正常有序的进行，就要建立良好的电视剧艺术批评价值标准和艺术批评价值系统。

<<人情事理说影视>>

编辑推荐

《人情事理说影视:21世纪中国影视文化传播研究》由首都经济贸易大学出版社出版。

<<人情事理说影视>>

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>