

<<新媒体文艺>>

图书基本信息

书名：<<新媒体文艺>>

13位ISBN编号：9787565704932

10位ISBN编号：7565704938

出版时间：2012-7

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：范美俊

页数：389

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>

<<新媒体文艺>>

内容概要

范美俊著的《新媒体理论与实务系列教材：新媒体文艺》分三编共十章，系统地阐述了文学、艺术新时代媒体巨大冲击下的适应、突破与转型。

全书既涉及新媒体文艺的门类、特征、传播及其与旧媒体文艺的比较，也涉及新媒体文艺的创作、鉴赏和产业等多个方面，并以通俗易懂的语言剖析了大量鲜活的作品案例。

《新媒体理论与实务系列教材：新媒体文艺》适宜作为高等院校文学、一书学科以及新媒体各专业方向的教材，也是一本学习和研究当下文艺新转型、新生态的参考著作。

作者简介

范美俊，男，四川隆昌人，九三学社社员、副教授。

1993-1997年就读于西南师范大学美术学院中国画专业，获学士学位；2002-2005年就读于四川大学艺术学院美术史论专业，获硕士学位。

美术作品曾多次入选省市美展并获奖，论文多次入选国内重要学术会议。

已在中国人民大学《复印报刊资料·造型艺术》、《书法研究》、《美术观察》、《文化中国》等学术刊物上发表论文数十篇，并有《中国美术论辩》、《中外美术史》、《画坛辑佚》、《艺术美学》等合著著作出版。

主要研究方向：中国美术史与艺术理论，兼及艺术批评。

<<新媒体文艺>>

书籍目录

绪论 新媒体与当代文艺新格局

上编 新媒体文艺总论

第一章 文艺媒体的新与旧

第一节 旧媒体：传统的文化与媒介

第二节 新媒体：从传统文艺中出走

第三节 科技、时代之变与媒体之变

第二章 新媒体文艺的传播

第一节 旧媒体文艺与旧传播途径

第二节 信息时代与新的传播媒介

第三节 传播对当代文艺的影响

第三章 新媒体文艺的特征

第一节 科技介入：数字时代的艺术

第二节 娱乐至死：从娱乐到大众狂欢

第三节 艺术互动：人人都是艺术家

中编 新媒体文艺门类

第四章 凤凰涅槃：网络化的新媒体文学

第一节 网络文学

第二节 手机短信

第三节 网络语言

第五章 真实空间：公共场所的新媒体艺术

第一节 装置艺术

第二节 景观艺术

第三节 行为艺术

第六章 虚拟现实：数字化的新媒体艺术

第一节 网络艺术

第二节 电子游戏

第三节 恶搞艺术

第七章 亦真亦幻：非线性的新媒体艺术

第一节 观念摄影

第二节 vide艺术

第三节 动漫艺术

下编 新媒体文艺生态

第八章 新媒体文艺的创作

第一节 新媒体文艺的创作者

第二节 新媒体文艺创作心理

第三节 新媒体文艺创作过程

第九章 新媒体文艺的鉴赏

第一节 新媒体文艺的作品

第二节 新媒体文艺的审美

第三节 新媒体文艺的批评

第十章 新媒体文艺的产业

第一节 新媒体文艺的消费

第二节 赞助者与新媒体艺术节

<<新媒体文艺>>

第三节 潜在的市场新机遇
后记

<<新媒体文艺>>

章节摘录

中国古代绘画大致可以分为四类，即宫廷绘画、民间绘画、宗教绘画和文人画。画家的身份基本上是特定的，所用的绘画工具和材料也是特定的，都使用传统的笔墨纸砚和中国画颜料，只是因为绘画的内容、用途和尺寸等不同而略有区别。

作品完成后，往往因为交通等客观条件的限制，受众注定只能是少数人，文艺的消费完全是贵族化的。比如，过去的人想欣赏宫廷绘画，如果不是王公大臣或供职于宫廷就基本没有机会，想瞻仰敦煌壁画就非得去甘肃不可。

而在今天，人们可以通过专题展览、查阅画册，或是通过网络模拟、数位摄影，进行全方位的虚拟观察，甚至比到现场看得还清楚。

中国历朝历代均没有设立服务普通民众的文化机构，也基本没有今天的博物馆、美术馆等公共文化设施，即便是平民化一点的戏剧，戏台和戏班子往往也属于大户人家，普通百姓只有在节庆等特殊时刻才能欣赏到戏剧表演。

美展是美术家传播作品、与观众进行交流的一种载体，是艺术作品发挥社会功能、对观众进行审美教育的一种有效途径。

虽然现在人们对各种展览已不陌生，但公共性的美展历史却并不长。

原因很简单，中国古代的书画艺术交流往往是私密性的文人雅集，非今天意义上的大众传播。

严格地讲，汉宣帝在麒麟阁画霍光等十一功臣像，唐太宗在凌烟阁置魏征等二十四功臣像，还有文人雅集的书画交流，也是公开性的美术作品展示，但这种限于小圈子内的交流如同春官画一样带有强烈的私密特征。

清季以来的学堂教学成果展示、书画家的个展、联展，以及社团、新型美术学校举办的展览则具有近代意义。

而真正以国家名义举办的美展则具有现代意义，体现的是国家对不限定人群义不容辞的文化建设和文化服务责任。

1929年，国民政府在上海举办了盛况空前的“第一届全国美展”，这是中国现代美术史上的重大事件。

在古代中国，美术作品作为稀缺、珍贵的文化财产被皇家和收藏家所垄断，创作、赏鉴及批评的权利掌握在文人和官宦等社会精英阶层手中，书画作品往往秘不示人。

在没有印刷品和公共性美展的时代，研习和赏鉴书画是件很奢侈的事情，这也导致了中国绘画的图式与精神变幻很缓慢。

而蔡元培等文化精英，在“公民”、“启蒙”、“美育”等概念的启发下，倡议设立美术馆、博物院和展览会，大大推动了中国美术的现代化进程。

第二节 信息时代与新的传播媒介 与传统信息传播相匹配的是传统媒介，而广播、电视、网络等现代媒介是现代科技和传播的产物，具有信息量大、存储方便、传播迅捷、数字化等特点。

汗牛充栋、学富五车等词语是用来形容古代巨大的信息量的，其实在今天看来这些信息量非常小，甚至不如已被淘汰的一个1.44兆软盘的容量。

今天的研究人员可以借助数字信息媒介方便快捷地查找资料，学术视野变得更为宽阔，这得感谢科技的发展和麦克卢汉等先知对未来的正确预言。

当下已经是信息时代，知识爆炸、比特、地球村、仿像等新名词，今人已不再陌生。

自19世纪以来媒体的革新一直令人瞩目，这种革新从整体看是电子媒体逐渐取代印刷媒体的过程，同时也是电子媒体内部不断推陈出新的过程，从电报、传真、广播、电视、电话一直到计算机网络，从电子邮件、BBS、QQ、手机短信、博客、播客一直到现在流行的微博，各种新通信媒介令人应接不暇。

它们不仅改变了人们的物质生活，也改变了艺术传播的传统模式，给现代人以多重的想象空间。

.....

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>