

<<美日百年动画形象研究>>

图书基本信息

书名：<<美日百年动画形象研究>>

13位ISBN编号：9787802065581

10位ISBN编号：7802065585

出版时间：2008.4

出版时间：光明日报出版社

作者：李涛

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>

<<美日百年动画形象研究>>

内容概要

《美日百年动画形象研究》综合运用历史观点和美学观点有机统一的研究方法和符号学的研究方法，从符号特征和文化内涵的角度切入研究，分析了美国和日本的226个经典动画形象。

全书共分六章。

第一章为导论，提出了动画形象的研究命题，简要论述了研究动画形象的文化意义和经济意义，界定了商业动画片、动画形象、原始动画形象的基本概念，阐述了研究对象、研究途径和研究方法。

第二章是国内外相关研究的综述。

第三章从动画片的起源厘清了原始动画形象和现代动画形象的诞生和发展历史，鉴定和明确了动画形象史上的多个“第一”。

第四章和第五章是《美日百年动画形象研究》研究的重点，分别从美国和日本动画形象诞生入手，对美国和日本商业动画片中的经典动画形象进行了全面梳理，对样本中的动画形象进行了文化内涵和符号特征分析，结合历史时代特征剖析了动画形象的关学特点。

第六章综合分析了动画形象的符号意义，例举说明动画形象是符号的生产和传播，典型动画形象正是典型的符号文本。

最后的结语将全书几个部分贯穿起来，归纳了受众喜爱的动画形象的四个共性特点，进一步总结了经典商业动画形象的一些普遍规律。

<<美日百年动画形象研究>>

作者简介

李涛，四川大学博士，浙江大学博士后，浙江省传播学会理事，浙江省会展学会理事，浙江财经学院副教授。

从事文化产业研究与教学工作，主要研究方向：传媒与受众研究、动漫研究。

编著普通高等教育“十一五”国家级规划教材《文化产业概论》；参加国家教育部课题《媒介的美学：传媒产业化时代的审美精神》、浙江省社科规划重点课题《浙江省数字娱乐产业发展战略研究》等研究项目；完成《中国电视受众的符号解读》、《电视观众研究与节目编排策略》、《媒介市场中的文化品牌和电视受众》等研究成果；发表《专业卡通频道与产业符号生产》、《动漫名猫的品牌与产业化运作》、《电视产业化研究》、《媒体文化生产与传播的东方式思考》、《动画形象的符号生产与传播》、《文化改写与产业符号生产——以美国动画片改编别国文化资源为例》等论文。

<<美日百年动画形象研究>>

书籍目录

第一章 导论 / 1 第一节 问题的提出 / 1 一、动画业突围的真正症结 / 1 二、动画形象撬动“萌产业” / 7 三、有关动画形象的提问 / 9 第二节 研究的意义 / 10 一、研究动画形象至关未来 / 11 二、动画形象专题开动画理论研究生面 / 15 三、建立动画形象的系统分析资料 / 15 第三节 研究对象和概念界定 / 15 一、研究对象和路径 / 16 二、基本概念的界定 / 18 第四节 研究方法 / 20 一、历史观点与美学观点统一的研究方法 / 20 二、符号学的研究方法 / 21 第五节 全书结构及创新点 / 22 一、全书架构 / 22 二、研究创新点 / 23 第二章 相关研究综述 / 24 第一节 国内研究综述 / 25 一、动画史：涉及动画形象 / 25 二、动画品评：动画形象文化肇始 / 29 三、动画教材：动画形象的创作 / 34 四、基础理论：建构动画形象研究 / 38 五、动画辞典：动画形象档案 / 42 第二节 国外研究综述 / 42 一、动画历史：动画形象分析之门 / 43 二、迪斯尼动画：商业文化中的动画形象 / 44 三、亚太动画研究：东方动画形象 / 45 四、动画学术转向：动画形象的新语境 / 45 第三章 动画形象的诞生历史 / 48 第一节 动画片起源时期的原始动画形象 / 48 一、图画之初的平面动态：原始动画形象的鼻祖 / 48 二、中国古文明的贡献：活动起来的原始动画形象 / 50 三、魔术幻灯的光影：故事中的原始动画形象 / 51 四、动画技术的演进：催化动画形象的诞生 / 52 第二节 现代动画形象的诞生 / 59 一、麦卡锡：动画形象的“教父” / 59 二、“滑稽面孔”：动画形象的雏形 / 61 三、“小尼摩”：第一个由漫画角色改编成的动画形象 / 62 四、“蚊子斯蒂夫”：第一个原创动画形象 / 64 五、“恐龙格蒂”：第一个获版权保护的商业动画形象 / 65 六、动画纪录片：第一次用动画形象出演新闻人物 / 67 第四章 美国商业动画片中的经典动画形象 / 70 第一节 前迪斯尼时代：熠熠生辉的商业动画形象开宗立派 / 70 一、麦卡锡早期的商业动画形象：从“小尼摩”到“格蒂” / 70 二、苏利文和曼斯麦的合作经典：菲利克斯那只猫 / 72 三、弗莱舍兄弟开创的经典：人物动画形象 / 78 四、特纳的文化经典：时代的农夫与伊索寓言 / 85 第二节 迪斯尼时代：空前繁荣的商业动画形象建碑立传 / 89 一、商业动画界奇人：沃特·伊莱亚斯·迪斯尼 / 89 二、迪斯尼的早期经典：永不衰落的动画形象 / 92 三、迪斯尼的长片时代：辉煌夺目的动画形象 / 99 第三节 后迪斯尼时代：群雄逐鹿的商业动画形象新梦延续 / 123 一、迪斯尼与皮克斯的世纪合作：动画玩具总动员 / 123 二、梦工场的经典动画形象：绝对动物世界 / 127 三、影业巨人哥伦比亚的精细之作：精灵鼠小弟 / 134 四、派拉蒙电影公司的青春经典：男孩天空 / 135 五、20世纪福克斯公司的真实：精致的动物 / 138 六、工匠娱乐公司的经典出品：蔬菜宝贝 / 140 七、美国与日本的跨国合作：变形金刚 / 141 第五章 日本商业动画片中的经典动画形象 / 145 第一节 日本早期的动画片和动画形象 / 145 一、日本动画片的诞生 / 145 二、早期的政治动画形象“桃太郎” / 146 第二节 动画大师手塚治虫：日本商业动画形象之父 / 147 一、“日本漫画之神”——手塚治虫 / 147 二、手塚治虫创作的经典动画形象：永恒的生命尊严 / 150 第三节 诗人艺术家宫崎骏：商业动画形象的黄金标签 / 158 一、“日本的沃特·迪斯尼”——宫崎骏 / 158 二、宫崎骏创作的经典动画形象：御风的动画少女 / 159 三、“宫式”动画形象的符号分析：迷路的森林 / 185 第四节 吉卜力的功臣高田勋：萤火虫光照的动画形象 / 191 一、“日本动画的领军人物”——高田勋 / 191 二、高田勋创作的经典动画形象：平淡中的感动 / 192 第四节 日本经典商业动画形象群英会 / 198 一、走进推理的世界：柯南与金田一 / 198 二、超级另类儿童：小新 / 201 三、美丽的七色花：花仙子 / 204 四、忍者的天空：漩涡鸣人和宇智波佐助 / 205 五、迷糊的邻家女孩：樱桃小丸子 / 207 六、神奇百宝袋：哆啦A梦 / 209 七、聪明正直：一休哥 / 213 八、保卫雅典娜的少年：圣斗士 / 214 九、月亮的代表：美少女战士 / 215 十、外太空的机动战士：高达 / 216 十一、神秘的浪客：剑心 / 218 十二、穿越食骨井的奇遇：犬夜叉与日暮戈薇 / 221 十三、灌篮高手：樱木花道和流川枫 / 222 十四、千年女优：千代子 / 224 十五、神魔的监视者：美夕 / 225 十六、人界的护卫：幽助四人组 / 227 第六章 动画形象的符号意义 / 228 第一节 动画形象的符号生产和传播 / 229 一、动画形象的诞生：符号传播 / 229 二、原创动画形象：符号生产与传播的典范 / 230 三、典型动画形象：符号的文本 / 231 第二节 动画形象的文化符号与产业符号 / 233 一、动画形象文化符号的改写 / 233 二、动画形象产业符号的新价值 / 235 第三节 动画形象：符号的存在 / 237 结语 / 240 一、虚构的真实 / 240 二、非幼稚形象 / 241 三、题材套路 / 243 四、契合时代的审美变迁 / 245 参考文献 / 247 附录 / 273 后记 / 310

<<美日百年动画形象研究>>

编辑推荐

《美日百年动画形象研究》由光明日报出版社出版。

<<美日百年动画形象研究>>

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>