

<<互联网艺术产业>>

图书基本信息

书名：<<互联网艺术产业>>

13位ISBN编号：9787807305378

10位ISBN编号：7807305371

出版时间：2008-3

出版时间：学林出版社

作者：黄鸣奋

页数：663

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>

<<互联网艺术产业>>

内容概要

本书是“媒体与文艺丛书”之一，该书共分5个章节，主要对互联网艺术产业作了详细的介绍，具体内容包括“潮流：互联网与艺术产业”“创意：互联网艺术及其产业化”“契机：艺术产业的互联网化”“增值：互联网产业艺术化”等。

该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

作者简介

黄鸣奋，1952年6月生，福建南安人。

厦门大学人文学院教授，博士生导师，国务院津贴专家。

主要从事古代文论、文艺心理学、艺术传播学和赛伯文化研究。

出版有《数码艺术学》，《英语世界中国古典文学之传播》等个人专著16种，主编丛书，论文集多种

。

<<互联网艺术产业>>

书籍目录

总序/黄鸣奋绪论 一、艺术：从创造、产业到相关产业 二、互联网：从技术、服务到文化 三、产业：从范畴、研究方法到框架第一章 潮流：互联网与艺术产业 第一节 三种形态：通信网络与艺术产业 互动 一、媒体变革：从口语、书面语到电信 二、艺术演化：从活动型、实物型到信息型 三、产业发展：媒体变革与艺术演化的相关性 第二节 三大烙印：互联网对艺术产业的影响 一、互联网与艺术角色流动化 二、互联网与艺术产品开放化 三、互联网与艺术运营集约化 第三节 三层互动：艺术产业对互联网的影响 一、技术层：艺术产业是互联网的信息资源 二、服务层：艺术产业是互联网的生财之道 三、内容层：艺术产业是互联网的理念渊藪第二章 创意：互联网艺术及其产业化 第一节 时代弄潮：互联网艺术创意 一、媒体创意：捕捉信息革命的机遇 二、经营创意：面对网络经济的风云 三、主题创意：揭示当代生活的矛盾 第二节 囊括天下：顺应互联网的创意 一、网络互联的追求 二、网络服务的延伸 三、网络家园的营建 第三节 妙在新奇：着眼艺术的创意 一、虚拟之真：艺术描写的出新 二、互动之善：艺术职责的履行 三、流变之美：艺术魅力的展示 第四节 妙策增值：立足产业的创意 一、艺术生产主流化 二、艺术产品同质化 三、艺术活动商业化 第五节 特立独行：反互联网的创意 一、网络运营的挑战 二、网络幻象的揭示 三、网络监视的反抗 第六节 离经叛道：反艺术的创意 一、反真实性创意 二、反规范性创意 三、反审美性创意 第七节 固守本真：反产业化的创意 一、反主流化创意 二、反同质化创意 三、反商业化创意第三章 契机：艺术产业的互联网化 第一节 与网共舞：艺术产业的发展态势 一、艺术产业的统计标准 二、艺术产业的基本定位 三、艺术产业的互联网化 第二节 匠心独运：互联网与艺术制造业 一、在线化：互联网与艺术创作 二、分布化：互联网与艺术表演 三、航行化：互联网与艺术鉴赏 第三节 技进于道：互联网与艺术制造业 一、建构化：互联网与艺术设计 二、终端化：互联网与艺术用具制造 三、敏捷化：互联网与艺术产品制造 第四节 供需圆融：互联网与艺术传输业 一、定制化：互联网与艺术印刷 二、兼容化：互联网与艺术摄录 三、草根化：互联网与艺术广播 第五节 左右逢源：互联网与艺术营销业 一、共享化：互联网与艺术娱乐 二、电子化：互联网与艺术销售 三、网介化：互联网与艺术中介 第六节 寓教于乐：互联网与艺术养成型 一、远程化：互联网与艺术教育 二、游戏化：互联网与艺术竞技 三、普世化：互联网与艺术出版 第七节 平等交往：互联网与艺术管理业 一、透明化：互联网与艺术部门管理 二、信息化：互联网与艺术社团管理 三、虚拟化：互联网与艺术场馆管理第四章 增值：互联网产业艺术化 第一节 风动潮生：互联网艺术产业的渊源 一、互联网产业的构成 二、互联网产业艺术化的条件 三、互联网产业艺术化的重点 第二节 顺理成章：互联网艺术产业的特性 一、互联网产业与宏观经济 二、互联网艺术产业的特征 三、互联网艺术产业的意义 第三节 蔚为大国：互联网艺术产业的发展 一、互联网艺术产业链的形成 二、互联网艺术产业链的类型 三、互联网艺术产业链的扩展第五章 汇合：互联网艺术产业的崛起 一、互联网艺术产业的构成 二、互联网艺术产业的供求 三、互联网艺术产业的走向附录一 产业统计标准举隅 一、美、加、墨《北美产业分类体系》(NAICS, 1997, 2002) 二、联合国统计委员会《全部经济活动的国际标准分类》(ISIC/Rev.3.1, 2002) 三、我国《国民经济行业分类》(2002) 附录二 艺术产业的构成 一、艺术制造业 二、艺术制造业 三、艺术传输业 四、艺术营销业 五、艺术养成型 六、艺术管理业 附录三 我国互联网产业概况 一、我国互联网产业的兴起 二、我国互联网产业的管理 三、我国互联网产业的格局 附录四 译名对照表后记

<<互联网艺术产业>>

章节摘录

艺术产业已经有悠久的历史，互联网却相当年轻。

互联网的建设尽管导源于美国在冷战期间的军事需要，但不久便走上了民用化、商业化、全球化的道路。

它与艺术产业的互动，最初是在彼此相对疏离的条件下进行的，其后变得越来越直接，而且富有成效。

本章试图以三种形态概括艺术产业的历史演变，用三大烙印分析互联网对艺术产业的影响，从三层互动阐述艺术产业对互联网的反作用。

第一节 三种形态：通信网络与艺术产业互动一般认为：迄今为止，人类经历了分别以语言的诞生、文字的创造、印刷术的问世、电磁波的利用、计算机的发明为里程碑的五次信息革命。

若从传播的角度看，最重要的变革应当是三次：首先是语言的诞生，它造就了生物圈前所未有的口语媒体；其次是文字的应用，它使书面媒体成为现实，后来问世的印刷术所起的作用主要是促进了书面媒体的扩展；再者是电磁波的利用，它创造了全新的超感官的电信媒体，其后发明的计算机正是依托电信媒体而发展成为互联网的。

传播史的上述分期与艺术产业所呈现的阶段性具备一定的对应关系。

我们将艺术产业发展过程区分为活动型主导、实物型主导、信息型主导三个历史阶段。

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>