

<<中国电视的文化责任>>

图书基本信息

书名：<<中国电视的文化责任>>

13位ISBN编号：9787811277531

10位ISBN编号：7811277530

出版时间：2010-2

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：孔令顺

页数：217

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>

## <<中国电视的文化责任>>

### 前言

一段时间以来，国家广电总局频频发出通知，叫停各地方电视台的一系列娱乐选秀类节目，电视内容的低俗化问题又一次成为业界、学界乃至全社会关注的焦点。

在集团化、产业化和数字化的浪潮之后，如何既能在市场竞争中创造可观的经济效益，又能在传承文明、推进社会主义精神文明建设中担当起电视媒体应有的历史、社会和文化责任，成为一个既具有鲜明时代特质，又有着长期理论与实践价值的重大命题。

我们理解当前中国电视媒体正处于白热化的市场竞争环境中，生存的压力不断逼迫他们向收视率靠近以至于投降，我们也理解制造这种景观的幕后，隐藏着若干个利益集团的诉求和欲望，但是我们也不得不正视，电视媒体的把关人们对于自己所操控的媒体是不是有清晰而自觉的文化理念，他们对自身电视文化建构的责任、使命和追求，是不是足够理性而自觉。

应当看到，在传媒发展史，在艺术发展史上，先进与落后、正义与非正义、真与假、善与恶、美与丑、责任与利益，始终处于一个从斗争冲突走向和谐的循环往复的过程，尤其是在媒体自身的现实物质利益、经济利益和其所应承担的文化责任、文化使命之间，冲突与和谐的交替，从来没有停息过。

当然，在市场经济的环境中，尤其是在经济全球化的今天，完全不顾及媒体的生存与利益是不现实的，也是不可能的。

没有丰厚的物质基础支撑，枉谈责任与使命，必然是一个美丽的乌托邦。

关键在于电视媒体是否非此即彼，有没有一种两全其美更具智慧的选择呢？

## <<中国电视的文化责任>>

### 内容概要

在产业化、数字化、娱乐化等时代大潮的冲击之下，中国电视逐渐迷失了自己的文化身份，严峻的现实迫切呼唤中国电视对文化责任的担负。

《中国电视的文化责任》从理论、实践、历史和现实四个维度对“中国电视的文化责任”问题进行了较为全面的研究，既有面上的周延，也有点上的突破，很多地方都令人耳目一新。

## <<中国电视的文化责任>>

### 作者简介

孔令顺，山东曲阜人。  
曲阜师范大学古典文学硕士，中国传媒大学广播电视艺术学博士，山东大学文化产业博士后。  
曾先后供职于山东电视台、山东省出版总社齐鲁书社等单位，从事记者、编导、策划、编辑等工作。  
现任教于山东大学文学与新闻传播学院。  
在《现代传播》、《孔子研究》等核心期刊发表广播电视、新闻传播、影视艺术、编辑出版、文化产业、语言文学等各类论文近四十篇，参编著作多部，并主持多项教育部、国家广电总局等省部级人文社科研究项目。

## <<中国电视的文化责任>>

### 书籍目录

导论第1章 中国电视的神圣使命：文化责任的赋予 第一节 文化责任 第二节 电视的文化责任 第三节 中国电视的文化责任第2章 天使还是魔鬼：电视文化的一体两面 第一节 精神导师：电视对人的涵化培养 第二节 是门镜也是窗口：电视对国家形象的塑造 第三节 边界的交错与游移：国家的电视文化安全第3章 文化的缺席与失语：中国电视的文化体检 第一节 电视官方文化管理的缺位 第二节 电视业界文化精神的迷失 第三节 电视学界文化批评的失范第4章 不卑不亢的清产核资：中国电视的文化自觉 第一节 对本土文化的爬梳剔抉 第二节 对外来文化的批判吸收 第三节 电视文化的“走出去”战略第5章 轻装上阵与快马加鞭：国家电视文化发展战略 第一节 法律规章制度的完善 第二节 电视文化人才战略 第三节 受众电视媒介素养教育第6章 文化责任的实现：电视文化生态的和谐 第一节 多元文化的均衡发展 第二节 文化责任的担负有助于经济效益的提升 第三节 和谐的电视文化生态是和谐社会的重要构成 第四节 中国电视对中国作为世界大国文化责任的担负结语：提出问题比解决问题更重要参考文献后记再记

## <<中国电视的文化责任>>

### 章节摘录

不错，电视首先是一种媒介、一种载体、一个文化的传播者，是一个几乎可以无所不包、无所不能的传播介质。

人类所创造的一切文化成果，经过电视化的转换，几乎都可以通过声音和图像两种语言符号进行大众传播。

但是如果从文化发生学的角度来看，电视又不仅仅是一个传播信息的场所，每天承载着大量的信息并将其发布到亿万家庭，它更是一个生产意义的文化场所，即电视本身就是文化现象。

电视是一个文化的创造者和生成者，且不论其物质和制度层面上的文化意义，单是在精神文化层面，电视就创造了许多迥异于传统的文化样式和艺术形态，比如电视连续剧和电视晚会等就具有独特的美学品格，这其中既有对传统艺术样式的整合和扬弃，更有在新的技术平台和审美风尚基础上的创新和发展。

因此从某种意义上讲，电视几乎可以视之作为一种文体的综合甚至于自身就已经形成了一种独特的文体。

我们不妨通过对电视剧的分析进行说明。

电视剧是当今普通大众文化消费的一种主要精神食量，也是今天大众文化的一种重要表现形式。

中国的第一部电视剧是北京电视台1958年建台仅46天后播出的《一口菜饼子》，采用的是现场直播形式，全长仅20分钟，演员到电视台的演播室现场表演，直接播出。

遗憾的是，当时并没有采用任何形式进行记录。

在这以后有8年的时间，中国的电视剧都是采用这种形式，如果要重新播出一次，演员就只好再去电视台演一遍。

这个时期的电视剧，虽然也叫做电视剧，但其实只能看做是电视媒体对戏剧演出的现场直播，尚不具备独立的艺术品格。

在此后多年的电视实践中，经过不断的实验和摸索，电视剧慢慢地得到发展和完善，不仅时间上由短到长、由单集到多集，更重要的是在吸收传统叙事艺术的基础上，逐渐与戏剧演出分离开来，并摆脱了“小电影”的束缚，形成了独特的艺术形式和美学风格。

有研究者“在考察史诗、民间叙事诗、唐代俗讲、宋代说话、元代杂剧、明清传奇、连台本戏、报纸连载小说、广播剧、电影、电视电影等艺术源流的基础上，认为电视剧作为虚构叙事尤其是长篇连续性叙事的当代主要样式，植根于中国本土民间通俗叙事的深厚土壤之中。”

<<中国电视的文化责任>>

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>