

<<影视文化概论>>

图书基本信息

书名：<<影视文化概论>>

13位ISBN编号：9787118080063

10位ISBN编号：7118080063

出版时间：2012-5

出版时间：国防工业出版社

作者：张智华

页数：314

字数：362000

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>

## <<影视文化概论>>

### 内容概要

张智华等编著的《影视文化概论》全面系统地阐述了影视文化的基本知识，主要内容包括：儒家文化与影视，道家文化与影视，佛教文化与影视，兵家文化与影视，武侠文化与影视，伊斯兰文化与影视，混杂文化与影视，通俗文化与影视，娱乐文化与影视，大众文化与影视，主流文化与影视，精英文化与影视，韵味、和谐与影视等。

《影视文化概论》内容丰富，讲解通俗易懂，不仅可以作为普通高校相关专业学生的教材，也可供影视系统从业人员及影视评论爱好者学习。

## <<影视文化概论>>

### 作者简介

张智华，现为北京师范大学艺术与传媒学院教授、博士生导师。

出版《影视文化传播》（文化艺术出版社2004年）、《喜剧人生--走进卓别林的（摩登时代）》（北京师范大学出版社2007年）、《南宋的诗文选本研究》（北京师范大学出版社2002年）等专著四部、合著三部，参与编写教材三部。

在《中国社会科学》、《文学评论》、《文艺研究》、《文艺理论研究》、《当代电影》、《电影艺术》、《北京师范大学学报》、《北京电影学院学报》、《中国广播电视学刊》、《中国电视》、《电视研究》、《现代传播》等核心期刊和重要学术刊物上发表论文126篇。

完成国家社科基金青年项目《宋人所编诗文选本与诗文理论研究》（批准号为98czw004，2004年4月顺利结项，有证书）。

主持教育部一般项目《电视剧叙事艺术研究》（项目号09YJA760001）等。

2005年，《武侠片观念辨析》（《电影艺术》2004年1期）获中国高校影视学会（国家一级学会）第三届“学会奖”优秀学术论文奖。

2005年，专著《影视文化传播》（文化艺术出版社2004年）荣获第二届中国高校影视研究学术奖（论著奖）二等奖，由中国高等教育学会影视教育专业委员会颁发。

2009年8月《改革开放30年来中国电视剧类型的发展与变化》获得首届飞天电视剧论文二等奖（理论），由国家广电总局盖章，属于省部级奖。

## <<影视文化概论>>

### 书籍目录

#### 上编

#### 第一章 儒家文化与影视

第一节 伦理文化与伦理片的发展

第二节 伦理文化与伦理剧的发展

第三节 民本思想与影视发展

#### 第二章 道家文化与影视

第一节 道家文化与影视主题内容

第二节 道家文化与影视艺术创作规律

#### 第三章 佛教文化与影视

第一节 三界说法、转世修行与影视发展

第二节 因果报应思想与影视发展

#### 第四章 兵家文化与影视

第一节 兵家文化与战争片的发展

第二节 兵家文化与军旅剧的发展

#### 第五章 武侠文化与影视

第一节 武侠文化与武侠片的发展

第二节 武侠文化与武侠剧的发展

#### 第六章 基督教文化与影视

第一节 基督教文化与电影

第二节 基督教文化在电视剧中的表现

#### 第七章 伊斯兰文化与影视——以伊朗新电影为例

第一节 伊斯兰文化与影视发展

第二节 伊朗新电影的取材特点及其成因

第三节 伊朗新电影与全球影像世界

#### 第八章 混杂文化与影视——以马丁·斯科塞斯为例

第一节 混杂文化与马丁·斯科塞斯的成长

第二节 “街头”电影与文化表达

第三节 票房压力下的商业转向

#### 下编

#### 第九章 通俗文化与影视

第一节 通俗文化的主要特征

第二节 通俗文化与电影发展

第三节 通俗文化与电视发展

#### 第十章 娱乐文化与影视

第一节 娱乐文化与电影发展

第二节 娱乐文化与电视发展

#### 第十一章 大众文化与影视

第一节 大众文化与电影发展

第二节 大众文化与电视综艺节目发展

#### 第十二章 主流文化与影视

第一节 主流文化与电影发展

第二节 主流文化与电视发展

#### 第十三章 精英文化与影视

第一节 精英文化与电影发展

第二节 精英文化与文化类电视栏目发展

<<影视文化概论>>

第三节 精英文化与电视访谈节目的发展——从鲁豫访谈为例

第十四章 韵味、和谐与影视

第一节 韵味与电影电视发展

第二节 和谐与电影电视

参考文献

作者简介

## &lt;&lt;影视文化概论&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：一、电视新闻节目娱乐化“新闻立台”是一个学界和业界都不陌生的词汇，新闻做得好不好成为了衡量一个电视台的实力与标准。

根据《中国电视新闻节目市场报告（2007—2008）》，2006年观众平均每天花费22.8分钟收看新闻节目，占其总收视时长的12.95%。

全国127个样本市县480个频道中，27%的频道以新闻节目见长，新闻节目播出集中于19：00—22：00黄金时段，占据全天1/4的播出份额。

由此，我们可以看出新闻节目在电视节目中的重要分量。

但是，新闻节目的收视群体多为男性，又以高学历者为主，在播出份额如此之大的基础上，如何吸引潜在受众，进一步提高收视份额就摆在了电视新闻工作者的面前。

除了扩充新闻资源、拓宽来源渠道、注重时效、加强评论之外，娱乐元素的增补也成为了做好新闻的策略之一。

就像西方新闻传播界已经生成的一个新词汇——Infotainment（娱讯），即Information和Entertainment的合成。

说起新闻娱乐化，其源头可以追溯到100多年前。

19世纪30年代以后《纽约太阳报》、《纽约先驱报》等一批“便士报”，以赢利为目的，鼓煽情之风，便可以看作是新闻娱乐性潮流的开始。

在19世纪末期，这股潮流更是泛滥到了最高点，即“黄色新闻潮”的出现。

其中，普利策的《世界报》和“黄色新闻大王”赫斯特的《纽约日报》之间的“黄色新闻”之争最富代表性。

电视新闻节目是以现代电子技术为传播手段，以图像、声音、文字为传播符号。

对新近发生、发现或正在发生的事实的报道。

和传统纸质媒介的新闻相比，电视新闻其实更具有娱乐化的潜质。

从其定义中我们就会发现它具有视听兼备、直观生动的特点，再加上对正在发生事件的现场报道，更增加了其现场感强、令人印象深刻的特质。

所以，不论是从新闻的历史渊源、电视媒介本身所具备的特点、还是收视率的逼迫，新闻娱乐化已经大势所趋。

电视新闻与娱乐文化的关系我们要从两个方面说起。

一方面是娱乐的新闻，另一方面是娱乐化的新闻。

在理解电视新闻与娱乐文化的关系过程中，将二者进行区分是非常必要的。

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>