第一图书网, tushu007.com

<<影视受众论>>

图书基本信息

书名：<<影视受众论>>

13位ISBN编号：9787303083572

10位ISBN编号：730308357X

出版时间：2007-3

出版时间：北京师范大学

作者：黄会林

页数：276

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是关于影视受众的专题研究。
主词“受众”，表明本书是将艺术和传播过程中的接受者、接受过程以及接受效果作为研究对象，旨在阐明关于影视受众的规律性内涵。
限定词“影视”指明了研究的具体范围和方向。
“影视”所具有的艺术和传播的双重性质，要求对影视受众的研究必须具备艺术学和传播学的双重视野。
本书的主要内容围绕“中国影视受众”，就整体与分体从三个层面展开论述。
第一部分是关于“中国影视受众”研究的综论。
其一就“受众研究的起源与历史”，从“纵向”维度对受众问题进行历史回顾，指出历史上对于受众所持的教化和娱乐两种态度；并归纳出关于受众议题发生的“三个转向”：美学视域的转向——从作者到读者，传播学视域的转向——从传者到受者，文化产业视域的转向——从生产者到消费者。
其二就“影视受众研究及其两种范式”，从“横向”维度对影视产业与受众进行论述，辨析了影视受众和影视产业的特征，以及经验研究与文化批评两种研究方法的异同。
其三就“中国影视受众的审美心理特征”，从审美心理的角度，提出中国影视受众对于道德性内容和诗化形式的偏爱，从文化传统的角度突出影视受众审美心理的民族特质。
其四就“当代中国影视受众观念的嬗变”，特别分析了“群众论”受众观与“个体论，”受众观的差异，以关注特定时代社会主流政治观、文化观、价值观衍生出来的相应的受众观。
第二部分是关于“中国电影受众”研究的分论。
主要以“纵向”维度，从历经百年沧桑的中国电影历史发展视角，探究在不同历史阶段里中国电影与它的受众之间密不可分的血肉关系。
其一就“中国早期电影与受众”，从19世纪末电影自西方“舶来”进入中国，到20世纪20年代日益扩大的电影市场，中国电影受众对于电影观赏的实践经验出发，并从中归纳出在观赏心理、审美取向、生活方式等方面带有规律性的认识：在中国电影的草创时期，以影片一市场、观众一票房的运作规律及模式，证明了受众的认可与接受决定着电影艺术的发展空间。
同时，检索此期关于中国电影的理论文字，可以清晰地捕捉到中国电影受众视角之独特阐释：包括国A m同时期之不同电影观念，如何建立电影观赏与判别标准，以及电影的宗旨、电影的使命、电影的功效、电影的价值、电影的民族精神等诸多方面内涵。
其二就“中国20世纪三四十年代电影与受众”，从“时代与电影及其受众”、“社会与电影及其受众”、“艺术与电影及其受众”、“立足于现实与观众的电影理论建设’’四个方面出发，通过相关电影艺术史实与电影艺术特征，对中国电影第一个高潮期的电影文化与受众之内在关系展开论述。
其三就“中国20世纪五六十年代电影与受众”，从美好而又实在的公共影像空间与电影受众、塑造社会主义时代健康公民与电影受众、阶级斗争“幽默化”处理与电影受众、“国际水准”的电影语言与电影受众、“民族特质”的精心营造与电影受众等视角，剖析其时代的、社会的、审美的特质。
其四就“中国20世纪八九十年代电影与受众”，从改革开放年代中国电影与受众关系素描以及本时期中国电影与受众关系思辨两方面出发，强调中国电影改革必须以“赢得受众”为中心。
第三部分是关于“中国电视受众研究”的分论。
主要以“横向”维度，从“改革开放”新时期以来获得迅猛发展的中国电视之不同视域，探究在各个层面里中国电视与它的受众之间不可或缺的独特关系。
其一就“社会学视野中的中国电视受众”，从当代社会阶层变迁对电视传媒的影响、当代社会阶层与电视传播社会影响力分析、当代社会阶层与电视文化价值取向等方面，剖析电视的制码一解码分解流程，以及电视传播价值取向之起点与落点中的两个关键要素——传播者与接受者的密切关系。
其二就“审美学视野中的中国电视受众”，从当前我国电视受众的生存环境、电视受众的接受状态、电视受众对文本的接受分析、电视受众与电视文本的互动关系等方面，探讨引入接受美学对于中国电视受众研究的重要意义及价值。
其三就“文化学视野中的中国电视受众”，从电视受众的文化心理动因、电视受众文化心理的独特性

第一图书网, tushu007.com

、电视受众文化心理的互动机制等方面，着重探究在电视文化的创造与传播过程中，接受者（电视观众）的地位、价值、特征及特殊文化心理；论述电视文化的成就应该建立在电视文化创造者、创造手段、创造成果、电视文化接受者之间的合一、统一与默契之中。

<<影视受众论>>

书籍目录

导语引言上编　受众研究概论　第一章　受众研究的起源与历史　第一节　娱乐与教益：受众问题的历史回顾　第二节　关于受众议题的三个转向　第二章　影视受众研究及其两种范式　第一节　影视产业与影视受众　第二节　经验研究与文化批评　第三章　中国影视受众的审美心理特征　第一节　发乎情，止乎礼义——受众接受之道德取向　第二节　发乎情，民之性也——受众接受之诗化要求　第四章　当代中国影视受众观念的嬗变　第一节　“群众论”受众观的缘起及意义　第二节　“个体论”受众观的逐步确立中编　中国电影受众研究　第五章　中国早期电影与受众　第一节　电影受众观赏之实践经验　第二节　电影受众视角之独特阐释　第六章　中国20世纪三四十年代电影与受众　第一节　时代与电影及其受众　第二节　社会与电影及其受众　第三节　艺术与电影及其受众　第四节　立足于现实与受众的电影理论建设　第七章　中国20世纪五六十年代电影与受众　第一节　美好而叉实在的公共影像空间与电影受众　第二节　塑造社会主义时代健康公民与电影受众　第三节　阶级斗争“幽默化”处理与电影受众　第四节　“国际水准”的电影语言与电影受众　第五节　“民族特质”的精心营造与电影受众　第八章　中国20世纪八九十年代电影与受众　第一节　改革开放年代中国电影与受众关系素描　第二节　20世纪八九十年代中国电影与受众关系思辨　下编　中国电视受众研究　第九章　社会学视野中的中国电视受众研究　第一节　当代社会阶层变迁对电视传媒的影响　第二节　当代社会阶层与电视传播社会影响力分析　第三节　当代社会阶层与电视文化价值取向　第十章　审美学视野中的中国电视受众研究　第一节　当前我国电视受众的生存环境　第二节　当前我国电视受众的接受状态　第三节　我国电视受众对文本的接受分析　第四节　电视受众与电视文本的互动关系　第十一章　文化学视野中的中国电视受众研究　第一节　电视受众的文化心理动因　第二节　电视受众文化心理的独特性　第三节　电视受众文化心理的互动机制后记

章节摘录

正是这种真诚心态和切身的生活体验，为他们的创作提供了重要的前提和保障，创作出中国当代艺术史上一批经得起时间考验、获得了动人的和久远生命力的“红色经典”之作。
就艺术创作规律而言，真诚的心态，是艺术创作成功的重要条件。
从美学形态看，这种真诚心态表现为对崇高情感的深刻体验，它是艺术家发自内心的、由衷的诚挚情感：革命成功后的喜悦、对未来美好生活的憧憬、对信仰和理想的忠诚与执著、献身伟大事业的豪迈与坚毅……一切都发自自然，摒弃了矫饰和虚伪，不需要所谓的艺术体验和虚构假想，因为这一切都是他们生命的一部分。
这种情感激流，成为艺术家创作的强大内驱力，使这一时期的中国电影充溢着十足的阳刚之气，而时处对于新中国全新景象亢奋激情之中的亿万观众，亦自然而然地接受了当时的中国电影。
自然，在这里也应该指出，这一时期的电影美学处于一种混融状态，并不完全，或者说并不主要是艺术自觉的结果，政治教化目的和意识形态功能起着最终的、决定性的作用。
艺术工作者需要将自己的激情和才能，与电影的服务责任相协调、相依附，否则就会因为不能适应政治的要求而招致批评、批判，甚至过早地被迫结束自己的艺术生命。
著名导演成荫总结出两句名言：“不求艺术有功，但求政治无过”，表现出他在艺术创作时诚惶诚恐、如履薄冰的无奈心理。
这也是当时一种普遍性的创作心态。
电影工作者在政治使命和艺术表现间徘徊、寻觅，努力将自我的审美冲动，融入国家意识形态的整体建构中，以一种独特的方式，既实现个体的审美价值，又符合艺术的政治功用。
虽然其间充满艰辛坎坷，但依然摸索出一套中国式的、充满政治激情的电影语言系统：将政治赋予浓郁的诗情。
……

编辑推荐

《影视受众论》是关于影视受众的专题研究。
主词“受众”，表明《影视受众论》是将艺术和传播过程中的接受者、接受过程以及接受效果作为研究对象，旨在阐明关于影视受众的规律性内涵。
限定词“影视”指明了研究的具体范围和方向。
“影视”所具有的艺术和传播的双重性质，要求对影视受众的研究必须具备艺术学和传播学的双重视野。

第一图书网, tushu007.com

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