

<<漂移在影像的河流上>>

图书基本信息

书名：<<漂移在影像的河流上>>

13位ISBN编号：9787810589291

10位ISBN编号：7810589296

出版时间：2006-2

出版时间：上海大学出版社

作者：葛颖

页数：176

字数：165000

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>

<<漂移在影像的河流上>>

内容概要

本书是作者近年来在国内媒体上所著文章、讲演及谈话的精选。

全书视域兼跨中外，考察对象大小不一。

既有对电影市场、电影策略、创作现象的研究，也有对具体作品、个别导演、重要电影情节的分析。

作者力求将貌视孤立的影像事件纳入文化运行的当下轨迹中，进行参考、对比。

在获得准确定位的同时，又对艰深的专业观念进行了释义。

因而本书选篇了另一考量，则试图在理论价值与可读性之间，保持均衡。

<<漂移在影像的河流上>>

作者简介

葛颖，1991年至1994年工作于上海电影制片厂文学部、创作二部。
1995年至今任教于上海大学影视艺术技术学院。
专业研究欧洲与美国电影。
出版有专著《电影阅读》。

<<漂移在影像的河流上>>

书籍目录

河流的颜色 无“代”时代的理论困惑 大众电影的人生化思考 工业光魔的奔腾年化 ——对近年美国电影的几点思考 “海派”精神的失落与重建 波动不安的电影未来 ——由学生影展看世界电影走向带果仁的巧克力 ——论“大众电影”的形态 语境·市场·创作 ——对国产电影现状的思考 从“新浪潮”到“新巴洛克派” ——当代法国电影的两朵奇葩 从背后看《孔雀》开屏 退化还是羽化 ——对“新生代”电影导演的一次盘点 韩国电影的“解决之道” ——全球化语境中的东方叙事策略 大鱼的滋味 《暖》：有温度，欠力度 ——略论“艺术电影”与“大众电影” 用中国眼光看《冷山》 世俗神话对经典神话的重构 ——从《伊利亚特》到《特洛伊》 “中式快餐”呼唤匹配的消费心态 ——《十里埋伏》带来的思考 《2046》是一朵“恶之花” 《中国式离婚》意味着什么 ——兼谈近期电视剧创作的走向 危险的转型信号 ——由《天下无贼》看冯小刚的创作路线 勇往深海的生命骑士 ——《深海长眠》评析 一腔《坏血》浓艳热烈 废墟上的花朵 ——《索菲·斯库勒：希望与反抗》评析 炉火纯青的“生活流”技巧 ——《云上的日子》片断分析 游走在理智与荒诞之间 ——《芳名卡门》片断分析 岸边的对话 在争议声中飞舞的《紫蝴蝶》 ——兼为第六代导演把脉 我们一定要圆“奥斯卡梦”吗？
亟待“出生”“正名”的DV新世代

<< 漂移在影像的河流上 >>

章节摘录

书摘这几年在做电影研究的时候，时常听到两方面的声音都在讲：现在没有好电影。这两方面，一个方面来自观众，很多观众都抱怨说现在的电影很差，差在什么地方呢？比较集中的一个意见就是：现在的电影注重娱乐，没有严肃的思考，和几年前或者十多年前、二十多年前的中国电影或者国外的电影相比缺乏教育意义，缺乏对于人生的启示作用。在观众的指责声中，其实创作人员他们也有苦恼。他们也在说：现在的观众怎么了，现在的观众实在是太难把握了，他们的兴趣点到底在什么地方？为什么我辛辛苦苦努力制作出来的电影没有人要看。搞创作的人苦恼的就是这个市场，他们无从去把握，觉得这个市场实在是瞬息万变。因此他们就说：可能是观众的观赏水准还比较低。两方面都是在相互地指责，都把目前没有好电影的原因推给了对方。这个问题就使我想到了：难道我们现在的这个时代真的是没有好电影了吗？难道从历史上来看，我们现在所处的这个时代的电影就是最糟糕的电影吗？

这一点我思考了很长的时间。我渐渐发现，其实答案并不在于相互责怪之中。答案可能是整个我们所处的这个时代的文化基调发生了改变。文化基调的改变是一个相当大的问题，也就是整个社会风貌的改变。但是这个改变其实又是悄悄地在进行，有的时候我们根本就无从去察觉这个改变。我想举个例子：前两天有个报道说杭州有一个律师去看电影《英雄》，看完之后，就把《英雄》的制片方和电影院同时告上了法庭，理由是什么？理由是在《英雄》影片播放之前有很多贴片广告，这个广告并不是他需要的东西，因此他就认为是《英雄》的制片方和那个电影院同时侵犯了他的权益，对他进行了一种强迫服务。这件事之所以成为新闻，我想是因为那个律师体现出了一种超乎常人的敏感。而它又反证出我们这些平常人，对电影前面放广告已经安之若素了。这使我想起我小时候看电影，在电影播放之前不是放广告，而是放新闻纪录片，就是毛主席或者其他中央领导同志在中南海接见外宾。那时电影放映之前都是放这样的东西，大约是在20世纪70年代或者更早的时候都是这样。这就意味着文化基调改变了，即20世纪70年代与电影观赏捆绑在一起的文化时尚显然不同于21世纪。70年代的文化风尚是政治，政治和电影捆绑在一起，观众觉得正常、很自然。但是21世纪的观众，他们认为正常的是广告和电影这个强势媒体捆绑在一起。因此文化基调就从20世纪70年代的政治精英型改变成了现在的大众消费型。文化进行了这么大的一个跨越，这个跨越可能在两个层面上进行：一个层面，就是政治改变成了经济，即文化的主题更改掉了。也就是我们平时说的、做的、行动的纲领、日常谈论的话题都不再是政治的东西，而是经济的东西。因此我们现在老百姓日常一般总是在谈论怎么样赚钱、怎么样理财、怎么样富裕、怎么样奔小康，这是我们最关心的事情。另一个层面的改变，就是从精英型文化形态走向大众型的文化形态。这个改变在于文化的代言人。主宰文化的不再是少数人，文化运行的格局不再是掌握有发言权的喧闹的少数人面对沉默的大多数，而改变成大多数都能发言，大多数人站起来、不再沉默了。这个改变可能更大、更深刻。其实国外在这方面，很早就提出了很多学说和观点。近年来，我国的学者也开始关注所谓大众文化时代的到来。西方提出一个概念性的东西，就是所谓什么叫“现代”、什么叫“后现代”。简单来讲，现代、后现代都属于现代范畴，都是一个大现代的概念。那么现代和后现代的基础是什么？

<<漂移在影像的河流上>>

它们同时站立在所谓公众精神的崛起这个层面上，也就是大多数人开始有发言权了，因此产生了大现代概念。

那么现代和后现代之间的区别在什么地方？

就是在大多数人有了他们的发言权之后，精英文化和大众文化仍然是作为二元对立在那里争斗。

现代更加倾向于精英，因此大家看到现代主义的艺术总是企图超越“庸俗”的大众，企图搞出它的新意，所谓就是不落俗套、要标榜独一无二，这就是现代的趣味。

后现代就是更多地倾向于大众，比较认同大众的东西。

因此基本上我们可以确认，今天我们的经济、我们的生活水平达到了这么一个地步，开始使我们渐渐进入到西方所认为的一个后现代的环境之中。

那么这个后现代的环境所制造的文化，它的特点是什么？

就需要我们进一步地去认识它。

大家知道一旦大众——大多数人，登堂入室了，成为了文化的缔造者，成为了文化的主人，那么这个文化肯定不再是贵族的文化，肯定不再是少数人的文化。

艺术不再是一个可以搞极端的東西，不是一个投个别人所好的东西，而是应该走一条中间道路，为绝大多数人所接受。

那么这个中间道路怎么走？

它是由市场所规范的。

市场认为绝大多数人喜欢什么，艺术就要去生产这样的东西。

因此大家可以感到，艺术在这么一个大环境下面，肯定是要进入到一个大工厂的生产模式里面。

所以艺术走向工业化，或者讲整个我们这个时代的文化走向工业化，就成为一种必然。

.....P10-12

<<漂移在影像的河流上>>

编辑推荐

本书为“上海大学人思想文苑”系列之一，本书精选了作者近年来在国内媒体上所著文章、讲演及谈话，有对电影市场、电影策略、创作现象的研究，也有对具体作品，如《暖》《中国式离婚》《2046》等，个别导演如冯小刚等，还有对重要电影节的分析如奥斯卡等。文章轻松、休闲、贴近百姓生活，将引领读者影视殿堂。

<<漂移在影像的河流上>>

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>