

《纪录片下的中国》

图书基本信息

书名：《纪录片下的中国》

13位ISBN编号：9787302342229

10位ISBN编号：7302342229

出版时间：2013-11

作者：高峰,赵建华,赵建国

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《纪录片下的中国》

内容概要

在传播主体多元化而话语权严重失衡的国际格局中，如何有效地向外国公众展现中国的国家形象？如何走出“被偏见”的困局？纪录片理应成为一个有力的工具。本书作者在多年的纪录片研究与实践中，通过详实的案例剖析，辅以形象学、说服学、文化人类学等理论分析，面对各国间复杂的博弈与变化的矛盾，探讨纪录片如何才能跨越文化的鸿沟，面向世界说话，并最终成功行使文化外交载体的职能。

《纪录片下的中国》

作者简介

高峰

简介：中央电视台副台长、中央新影集团董事长兼总裁、高级编辑、博士、北京大学及中国传媒大学等兼职教授、中国科教电影电视协会理事长、中国视协微视频（微电影）专业委员会会长。由于对CCTV-10科教频道的创立具有突出贡献，荣获联合国教科文组织“儒勒·凡尔纳”大奖，2011年获澳门国际数码电影节“推动纪录片事业终生成就奖”，同年获得中国创意产业“杰出贡献”大奖。

赵建华

简介：山东大学领导科学研究中心主任、教授、博士研究生导师。山东大学马克思主义学院学术委员会委员，山东共青团十八大精神宣讲团成员，共青团山东省委“梦想导师”，国美电器总顾问。

？

赵建国

简介：中央电视台新影集团总裁助理、院线发展部主任、电影学博士、清华大学首位创意产业博士后、北京大学后EMBA、国家“十二五”文化科技支撑计划重点项目负责人。曾任央视《读书时间》节目主持人、CCTV新科动漫频道节目总监。受央视委派参加“中美首届影视高管培训班”在美国加州大学（UCLA）受训，后挂职安徽芜湖市委宣传部副部长、鸠江区委常委副区长，期间为“方特”主题公园的发展做出了研究和推动。

书籍目录

\第一章\

- 近代历史中的文化外交与纪录片传播 \ 1
- “二战”前后的文化外交萌芽与纪录片传播 \ 3
- 冷战以后的文化外交发展与纪录片传播 \ 6

\第二章\

- 以文化外交为导向的纪录片创作趋势 \ 11
- 历史文化纪录片的永恒魅力 \ 13
- 现实生活纪录片的情感共鸣 \ 16
- 其他国际化纪录片题材的创作趋势 \ 18

\第三章\

- 中国文化外交中的国家形象塑造 \ 21
- 形象学的解释 \ 23
- 东方学与文化霸权的影响 \ 28
- 国家形象塑造与传播 \ 30
- \第四章\中国纪录片传播的文化折扣及其超越 \ 33

- 文化折扣与高低语境 \ 35
- 超越文化折扣的成功案例 \ 39

\第五章\ 中国文化外交的谋略与中国纪录片的国际传播策略 \ 59

- 中日关系题材相关纪录片的文化外交传播策略 \ 61
- 西藏题材相关纪录片的文化外交传播策略 \ 90

\第六章\ 外国纪录片里的中国 \ 125

- 《我们为何而战》之《中国战事》 \ 127
- 安东尼奥尼的《中国》与伊文思的《愚公移山》 \ 135
- 《从毛泽东到莫扎特》——美国导演记录的中国改革之路 \ 160
- 《云之南》让世界为之倾倒 \ 172

\结语\ 183

\附录一: 张同道访谈录 \ 191

\附录二: 余万里访谈录 \ 195

\附录三: 程春丽访谈录 \ 198

\附录四: 李智访谈录 \ 210

\参考文献\ 213

《纪录片下的中国》

精彩短评

1、不是这方面专业人士，只是正好在春节闲暇之余看到这本书，起初觉得写得一般，但是书中间那几章，还是比较有思考的，而不是仅仅的为了出书而写作。看到后面感觉政治意味有些浓，就没再读下去。

《纪录片下的中国》

精彩书评

1、作为本专业是金融，现在却在做着纪录片相关工作的一个所谓普通业内人，我并不大能去对中国纪录片的创作侃侃而谈，甚至我承认有些时候国外的纪录片更能引起我的共鸣。可到底对中国纪录片还是充满着某种情结的，我成为不了开拓者，但我在等待开拓者。无意中看到了这本新书，觉得可能还是在照本宣科的连篇累牍纪录片的立意、内容，矫情的谈着艺术创作，我是俗人，我一直都以为了解市场才是纪录片的开始，到底作品是给观众看的，观众买账即是真的好。好吧，读了两章之后，我觉得我寻到了可能的开拓者，或者是某些开拓者的启蒙者。书中对于《西藏一年》的精准分析，让我第一次发现，原来这样敏感的题材我们也可以把握，平淡的讲述，却为每件事都找到了除了中国政府之外的解释，这些解释我们可以信服，英国人可以信服，连达赖都能够信服其中的某些，于是，不需要讨论《西藏一年》的意义、价值，在我而言它便是成功的，它俘获了市场。我们可以以不同的方式去用纪录片承载社会责任，并不是赤裸的镜头、刻意的断裂式的剪辑才能彰显艺术和决心，更多的受众和认同也许才是我们初衷，才是社会责任扩散的途径。最后，《纪录片下的中国》是可读的，也许它还有很多的完善，但作者却带来了一种模式，我们可以批评、可以不接受，但好在有人已经开始思考了。

2、在国际政治领域，国际威望既是各国政府所追逐的战略目标，也是谋求国家战略利益的重要手段。国际威望的树立取决于良好的威望政策的实施。二战后、尤其在冷战结束后的今天，在诸多威望政策中，从对外宣传发展出来的文化外交越来越成为关键的一环。国际威望（International Prestige），又称“国际声望（名望）”或“国际声誉（名誉）”，是指一个国家通过把国内的道德、知识、科学、艺术、经济或军事等成果向他国投射（project）而获得一种理想的国际形象（foreign image，国家的对外形象）。作为一个重新崛起的大国，中国已经日益成为国际关系格局中引人瞩目的焦点，进行成功的文化外交，树立良好的国际形象，成为时下中国迫切的任务。纪录片作为一种真实的、探索的艺术，有着鲜明的在场感，它用世界语言讲述人们易懂的故事，拉近异域观众与中国的距离。因此成为各个国家隐性宣传自己的文化传统、生活方式、价值观念的良好载体，成为各个国家争夺话语权的工具。同样，在中国国家形象的全球塑造与文化外交中，纪录片作为一个传播政治理念的形象化载体，具有天然的优势和真实的感召力，承担着不可推卸的社会责任和义务。它为最具国际化、最具文化品格和最具传播力的文化产品，也是向世界展现中国文化、传播中华文明不可或缺的重要文本。事实上纪录片作为大众传媒之一，对于国家形象塑造一直发挥着极其重要的作用。

《纪录片下的中国》

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：www.tushu000.com