

# 《影视传播概论》

## 图书基本信息

书名：《影视传播概论》

13位ISBN编号：9787562139256

10位ISBN编号：7562139253

出版时间：2007-8

出版社：西南师大

作者：袁智忠 编

页数：222

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](http://www.tushu000.com)

## 前言

当人类还处于茹毛饮血、刀耕火种的蛮荒时期，就开始了原始涂鸦和图腾摹画等媒介传播的信息释放。在科学和技术日趋进步和完善的今天，这种天性正被无限地放大，人类交流和传播的渴求也随着影视技术的日新月异被大大扩展。著名传播学理论家麦克卢汉曾经有个经典论断：“媒介是人的延伸”。而今，影视技术则延伸了媒介。摄影术的发明昭示着人类进入了“机器复制时代”（瓦尔特·本雅明），经过技术的加速发展，使得当初简单的摄影而今已成为以电影、电视、广告、动画等多媒体为主导的、庞大而又综合的传媒系统，以此应运而生的影像文化正全面渗透和改变着我们的生活，让我们不得不冷静地思考和应对这种潜在的力量。传媒技术的更新使得影视传播理论不断被刷新，定位各异的影视专业也相继建立，现代影视传媒专业已经发展成为一个融汇理论与技术、多媒体与多学科并存的综合学科，并呈现出蓬勃发展的态势。随着国家在建设和谐社会的目标下对文化建设和传播的日益重视，更多懂理论和实务的影视专门人才正大量被社会所需，这也为高校影视方面人才的培养创造了巨大的发展机遇和发展动力。本套书系正是在这样的形势下，为了打造影视专业人才，集合了众多的专家学者的智慧和经验编写而成的。本套书的编写针对多数同类教材在系统性和连贯性存在的不足，打破常规，注重双基，关注新媒体中影像技术的发展，吸收最新的影视理论和技术成果，以注重基础、促进教学、关注前沿、强化实践、精益求精为宗旨，特别强调了学术性与实用性、理论性和实践性、经典性和当代性、严谨性和规范性、综合性和创新性相结合地提高。

# 《影视传播概论》

## 内容概要

全书25万字，共五章。第一章：影视传播的产生和发展。从纵向考察了人类传播的产生和发展概况，特别是电影、电视发展的历史。第二章：影视传播的属性和特征，分别讲述了影视传播的艺术属性和文化属性以及影视传播的共同特征和差异性。第三章：影视传播的内容、形态和功能，分别讲述了影视传播的内容构成，电影、电视传播的形态及多种功能。第四章：影视传播的符号和语言。分别讲述了影视传播的符号系统和语言系统。第五章：影视传播的接受和批评，分别讲述了影视传播的接受、接受的差异以及影视接受的批评原则和方法等。

# 《影视传播概论》

## 作者简介

袁智忠，男，重庆梁平人，汉族，西南大学新闻传媒学院副教授，作家，在读博士生。主要从事影视批评、影视传播和写作学等学科的教学和研究。已发表论文《试论中国当代少数民族电影》(1996年)、《突破/收获：阐释》(1997年)、《电影剧作创新断想》(2004年)、《远离“弑父”：新生代影像策略的惨胜》(2005年)、《影像独白：徐静蕾电影解读》(2006年)等40余篇。出版的专著、教材有：《电影的读解》(2000年)、《现代应用写作教程》(2002年)、《影视鉴赏》(2004年)、《影视艺术导论》(2005年)等10余部。主持的在研课题有：“影视文化传播与重庆社会主义新农村建设”(2006年重庆市社会科学重点课题)、“镜像阅读研究”(2005年西南大学发展基金课题)等4个。从20世纪80年代中期开始，创作发表散文诗等各体文学作品近百万字，著有散文诗集《心碑》(2003年)。

# 《影视传播概论》

## 书籍目录

第一章 影视传播的产生和发展	第一节 人类传播的演变	一、口语传播	二、书写传播	三、印刷传播	四、电子传播	五、网络传播	第二节 电影的传播及其技术演变	一、电影的发明	二、无声电影的传播	三、有声电影的传播	四、彩色电影的传播	五、高科技电影的传播	第三节 电视传播及其技术演变	一、电视的发明	二、彩色电视	三、卫星传播	四、有线电视	五、高清晰度电视	六、数字电视
第二章 影视传播的属性和特征	第一节 影视传播的艺术属性	一、影视传播的审美特性	二、影视传播的综合艺术属性	三、时空艺术属性	四、视听艺术属性	第二节 影视传播的文化属性	一、机器文化属性	二、大众文化属性	三、产业文化属性	四、娱乐文化属性	第三节 影视传播的共同特征和差异性	一、影视传播的共同特征	二、影视传播的差异性	三、影视传播的局限性					
第三章 影视传播的内容、形态和功能	第一节 影视传播的内容	一、新闻咨询	二、教育与服务	三、审美娱乐	第二节 电影传播的形态	一、故事片	二、纪录片	三、美术片	四、科教片	第三节 电视传播的形态	一、电视新闻类节目	二、社教类节目	三、电视文艺类节目	四、电视服务类节目	第四节 影视传播的社会功能	一、影视传播的一般社会功能	二、影视传播的负面影响	三、影视传播负面功能原因分析	
第四章 影视传播的符号和语言	第一节 符号与影视	一、符号学及其基本概念	二、电影符号学的基本理论	第二节 影视的符号系统	一、影像	二、画面	三、镜头	四、声音	五、文字	第三节 影视传播的语言系统	一、蒙太奇语言	二、长镜头语言	三、蒙太奇语言与长镜头语言的比较						
第五章 影视传播的接受和批评	第一节 影视传播的接受	一、影视传播的受众	二、影视接受的过程	三、影视接受的形式	第二节 影视接受的差异	一、接受心理的差异	二、接受环境的差异	三、接受目的的差异	第三节 影视批评	一、影视批评的含义和特点	二、影视批评的原则	三、影视批评的对象							
参考文献													后记						

## 章节摘录

二、大众文化属性电影属于最大众化的艺术。电影从19世纪末诞生以来，受到人们的广泛喜爱和普遍接受，被誉为“第七艺术女神”。它借助光电声画等现代化的手段，将世界的神奇瑰丽、善恶美丑，把人们的现实生活、梦想王国表现得神人化、真实而浪漫，极大地丰富了人们的精神文化生活。实现电影大众化的重要途径是类型化，这恰好和大众文化的平面化、消失深度相一致。类型化并不败坏观众的兴致，相反，它还能积极培养大众的某种口味。尽管电影观赏与美食享受有本质的区别，但其道理几乎是一样的。受大众消费需求左右的电影，从欣赏层面上看，相对于传统的精英文化占主导地位的时代，其品味要求明显有所下降。也就是说，观看电影已从传统的专家指导偏重于审美的观看，变成了侧重于娱乐的大众自由观看。专家指导性的削弱和大众自主性的增强，决定了电影市场由少数人来定夺演变成了多数人的抉择。换句话说，大众文化的出现，本身也就决定了文化类型化的出现。在这一意义上，电影类型是大众类型口味的反映。当然，从艺术最忌重复这一角度看，类型化也有它的缺陷。但正像所有的艺术一旦走向成熟就必然会出现仿制一样，重复几乎又是不可避免的。创新固然可贵，但它的前提首先是对以往成就的一种继承。过分强调创新，既使艺术的发展失去循序渐进性，又使观众刚刚形成的较为稳定的“口味”变得不适应，从而迅速地失去市场。电视的方方面面更显示出对于类型的依赖。大多数节目具有一些类型的标志，或者适用于既定的类型范畴，或者是类型的混杂体（如戏剧小品，或“幸运52”、“开心辞典”一类综合性游戏节目）。整个行业依赖类型来进行节目生产以及其他一些重要运作，比如自我定位（像体育频道、少儿频道、文化科教频道、戏曲频道、音乐频道等），以及节目安排（在时间表中安排类型节目，例如，日间肥皂剧、黄金时段连续剧、焦点访谈、电视歌手大赛、超级女声等）。受众利用类型来安排一系列的活动。同样，学校也常常利用类型之间的区别来规划研究项目，组织特殊的专题讲座或课程。新闻评论员也将节目放置于类型的框架中进行讨论。总之，电视节目的类型几乎无所不在，它的成功与否决定电视频道的收视率，直接关系经济效益和社会效益。

## 后记

呈现给诸位读者朋友的这本《影视传播概论》，是由重庆、四川两地部分高校从事传播学和影视研究的青年才俊共同努力完成的。由于国内已有的影视传播学著作尚不多见，在体例上，我们着重借鉴了史可扬先生所著的《影视传播学》（中山大学出版社，2005年1月）等极其有限的几部著述。我们知道需要努力的维面还有很多，我们将在以后的学术研究中不断呈现我们的研究实绩。我们力图站在影视学和传播学的交叉点上，寻找影视传播学的有机契合点，以建构一部学理性、学科性、实用性俱佳的教材。在这方面，韩敏博士协助主编做了大量的工作。本书由袁智忠主编，副主编有韩敏、李红秀、李兴亮。全书的写作分工情况如下：第一章第一节：韩敏（西南大学新闻传媒学院），第二节：王惠民（西南大学新闻传媒学院），第三节：魏凌（重庆邮电大学传媒艺术学院）；第二章第一节：鲜易（四川教育学院中文系），第二节：韦济木（长江师范学院中文系），第三节：张晓玲（重庆科技学院党委宣传部）；第三章第一节：李立（西南大学育才学院、北京大学艺术学院）、王乃考（西南大学育才学院、武汉大学新闻学院），第二节：潘定大（西南大学新闻传媒学院），第三节：刘进华（西南大学新闻传媒学院），第四节：王乃考（西南大学育才学院、武汉大学新闻学院）、李立（西南大学育才学院、北京大学艺术学院）；第四章第一节：杨东（西南交通大学人文学院），第二节、第三节：李红秀（重庆交通大学人文学院）；第五章第一节：李兴亮（重庆大学文学与新闻传媒学院），第二节：曾洁（重庆交通大学人文学院），第三节一、二部分：袁智忠（西南大学新闻传媒学院），第三部分：韩敏（西南大学新闻传媒学院）。

## 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](http://www.tushu000.com)