

<<新媒体文艺>>

图书基本信息

书名：<<新媒体文艺>>

13位ISBN编号：9787565704932

10位ISBN编号：7565704938

出版时间：2012-7

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：范美俊

页数：389

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>

<<新媒体文艺>>

内容概要

范美俊著的《新媒体理论与实务系列教材：新媒体文艺》分三编共十章，系统地阐述了文学、艺术新时代媒体巨大冲击下的适应、突破与转型。

全书既涉及新媒体文艺的门类、特征、传播及其与旧媒体文艺的比较，也涉及新媒体文艺的创作、鉴赏和产业等多个方面，并以通俗易懂的语言剖析了大量鲜活的作品案例。

《新媒体理论与实务系列教材：新媒体文艺》适宜作为高等院校文学、一书学科以及新媒体各专业方向的教材，也是一本学习和研究当下文艺新转型、新生态的参考著作。

作者简介

范美俊，男，四川隆昌人，九三学社社员、副教授。

1993-1997年就读于西南师范大学美术学院中国画专业，获学士学位；2002-2005年就读于四川大学艺术学院美术史论专业，获硕士学位。

美术作品曾多次入选省市美展并获奖，论文多次入选国内重要学术会议。

已在中国人民大学《复印报刊资料·造型艺术》、《书法研究》、《美术观察》、《文化中国》等学术刊物上发表论文数十篇，并有《中国美术论辩》、《中外美术史》、《画坛辑佚》、《艺术美学》等合著著作出版。

主要研究方向：中国美术史与艺术理论，兼及艺术批评。

<<新媒体文艺>>

书籍目录

- 绪论 新媒体与当代文艺新格局
- 上编 新媒体文艺总论
- 第一章 文艺媒体的新与旧
 - 第一节 旧媒体：传统的文化与媒介
 - 第二节 新媒体：从传统文艺中出走
 - 第三节 科技、时代之变与媒体之变
- 第二章 新媒体文艺的传播
 - 第一节 旧媒体文艺与旧传播途径
 - 第二节 信息时代与新的传播媒介
 - 第三节 传播对当代文艺的影响
- 第三章 新媒体文艺的特征
 - 第一节 科技介入：数字时代的艺术
 - 第二节 娱乐至死：从娱乐到大众狂欢
 - 第三节 艺术互动：人人都是艺术家
- 中编 新媒体文艺门类
- 第四章 凤凰涅槃：网络化的新媒体文学
 - 第一节 网络文学
 - 第二节 手机短信
 - 第三节 网络语言
- 第五章 真实空间：公共场所的新媒体艺术
 - 第一节 装置艺术
 - 第二节 景观艺术
 - 第三节 行为艺术
- 第六章 虚拟现实：数字化的新媒体艺术
 - 第一节 网络艺术
 - 第二节 电子游戏
 - 第三节 恶搞艺术
- 第七章 亦真亦幻：非线性的新媒体艺术I
 - 第一节 观念摄影
 - 第二节 vide艺术
 - 第三节 动漫艺术
- 下编 新媒体文艺生态
- 第八章 新媒体文艺的创作
 - 第一节 新媒体文艺的创作者
 - 第二节 新媒体文艺创作心理
 - 第三节 新媒体文艺创作过程
- 第九章 新媒体文艺的鉴赏
 - 第一节 新媒体文艺的作品
 - 第二节 新媒体文艺的审美
 - 第三节 新媒体文艺的批评
- 第十章 新媒体文艺的产业
 - 第一节 新媒体文艺的消费
 - 第二节 赞助者与新媒体艺术节

第三节 潜在的市场新机遇
后记

章节摘录

中国古代绘画大致可以分为四类，即宫廷绘画、民间绘画、宗教绘画和文人画。画家的身份基本上是特定的，所用的绘画工具和材料也是特定的，都使用传统的笔墨纸砚和中国画颜料，只是因为绘画的内容、用途和尺寸等不同而略有区别。作品完成后，往往因为交通等客观条件的限制，受众注定只能是少数人，文艺的消费完全是贵族化的。

比如，过去的人想欣赏宫廷绘画，如果不是王公大臣或供职于宫廷就基本没有机会，想瞻仰敦煌壁画就非得去甘肃不可。

而在今天，人们可以通过专题展览、查阅画册，或是通过网络模拟、数位摄影，进行全方位的虚拟观察，甚至比到现场看得还清楚。

中国历朝历代均没有设立服务普通民众的文化机构，也基本没有今天的博物馆、美术馆等公共文化设施，即便是平民化一点的戏剧，戏台和戏班子往往也属于大户人家，普通百姓只有在节庆等特殊时刻才能欣赏到戏剧表演。

美展是美术家传播作品、与观众进行交流的一种载体，是艺术作品发挥社会功能、对观众进行审美教育的一种有效途径。

虽然现在人们对各种展览已不陌生，但公共性的美展历史却并不长。

原因很简单，中国古代的书画艺术交流往往是私密性的文人雅集，非今天意义上的大众传播。

严格地讲，汉宣帝在麒麟阁画霍光等十一功臣像，唐太宗在凌烟阁置魏征等二十四功臣像，还有文人雅集的书画交流，也是公开性的美术作品展示，但这种限于小圈子内的交流如同春官画一样带有强烈的私密特征。

清季以来的学堂教学成果展示、书画家的个展、联展，以及社团、新型美术学校举办的展览则具有近代意义。

而真正以国家名义举办的美展则具有现代意义，体现的是国家对不限定人群义不容辞的文化建设和文化服务责任。

1929年，国民政府在上海举办了盛况空前的“第一届全国美展”，这是中国现代美术史上的重大事件。

在古代中国，美术作品作为稀缺、珍贵的文化财产被皇家和收藏家所垄断，创作、赏鉴及批评的权利掌握在文人和官宦等社会精英阶层手中，书画作品往往秘不示人。

在没有印刷品和公共性美展的时代，研习和赏鉴书画是件很奢侈的事情，这也导致了中国绘画的图式与精神变幻很缓慢。

而蔡元培等文化精英，在“公民”、“启蒙”、“美育”等概念的启发下，倡议设立美术馆、博物院和展览会，大大推动了中国美术的现代化进程。

第二节 信息时代与新的传播媒介 与传统信息传播相匹配的是传统媒介，而广播、电视、网络等现代媒介是现代科技和传播的产物，具有信息量大、存储方便、传播迅捷、数字化等特点。

汗牛充栋、学富五车等词语是用来形容古代巨大的信息量的，其实在今天看来这些信息量非常小，甚至不如已被淘汰的一个1.44兆软盘的容量。

今天的研究人员可以借助数字信息媒介方便快捷地查找资料，学术视野变得更为宽阔，这得感谢科技的发展和麦克卢汉等先知对未来的正确预言。

当下已经是信息时代，知识爆炸、比特、地球村、仿像等新名词，今人已不再陌生。

自19世纪以来媒体的革新一直令人瞩目，这种革新从整体看是电子媒体逐渐取代印刷媒体的过程，同时也是电子媒体内部不断推陈出新的过程，从电报、传真、广播、电视、电话一直到计算机网络，从电子邮件、BBS、QQ、手机短信、博客、播客一直到现在流行的微博，各种新通信媒介令人应接不暇。

它们不仅改变了人们的物质生活，也改变了艺术传播的传统模式，给现代人以多重的想象空间。

.....

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>