

## <<电视剧艺术文化学>>

### 图书基本信息

书名：<<电视剧艺术文化学>>

13位ISBN编号：9787810858335

10位ISBN编号：7810858335

出版时间：2006-1

出版时间：中国传媒大学出版社（同A06）

作者：周月亮

页数：190

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>

## <<电视剧艺术文化学>>

### 内容概要

本书对电视剧艺术文化学概念的内涵与外延作了初步界定；对其研究对象、学理建构、研究方法作了初步设想；对电视剧艺术文化学的历史、现实基础及其与中国传统文化的关系作深刻阐释；从电视剧艺术与文化关系的视角探讨了文化如何以其自身的建构，促成电视剧的演进，成为电视剧艺术发展的驱动力；研究了特定时代的某些文化现象与电视剧艺术的关系。是一部用文化学的方法研究电视剧艺术的专著。

## <<电视剧艺术文化学>>

### 书籍目录

绪论 一、电视剧艺术的文化意义 二、电视剧艺术与文化的关系 三、电视剧艺术文化学的跨学科性 四、接受之维的动态审视第一章 文化语境与话语选择 一、市场经济与产业化之途 二、意识形态与电视剧的话语选择 三、电视剧艺术与小说母体第二章 文化生态与艺术形态 一、电视剧文化生态的格局 二、文化形态的划分与电视剧艺术形态 三、主流、艺术、商业的融合：以“红色经典”改编为例第三章 声像符码与文本意向 一、电视剧文本的声像符码特性 二、电视剧文本的召唤结构 三、电视剧的接受惯例第四章 文化心理与期待视野 一、观众的文化心理结构 二、观众文化心理的群体共性 三、观众的个体文化差异 四、观众的期待视野第五章 视听审美与文化阐释 一、视听直观与情感交流 二、角色效应与阐释模式 三、审美距离与视野融合 四、具体化与意义的阐释第六章 艺术效果与文化功能 一、电视剧的观赏效果 二、明星与品牌效应 三、电视剧的模塑效果 四、合目的性的分众化审美第七章 历史理性与地域特色 一、电视剧文本的历史性和历史的文本性 二、电视剧的艺术真实与历史真实 三、电视剧艺术的地域特色第八章 国际市场与文化贸易 一、电视剧国际市场环境及其特点 二、开拓电视剧国际市场的重要性 三、中国电视剧走出去战略 四、中国电视剧开拓国际市场的对策思考参考文献后记

<<电视剧艺术文化学>>

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>