

<<美国电影积极传播研究>>

图书基本信息

书名：<<美国电影积极传播研究>>

13位ISBN编号：9787811279344

10位ISBN编号：7811279347

出版时间：2010-9

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：钟蕾

页数：254

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>

<<美国电影积极传播研究>>

前言

认识钟蕾时间不长，但却一见如故，宛如多年老友。

这位上世纪80年代就读于北京广播学院电视导演专业的优秀女生，未及毕业即远赴大洋彼岸，在美国闯荡20多年，从事传媒事业及与产业相关的多种工作，均取得了不俗的成绩。

四年前，母校的快速发展和传媒业的快速发展，使这位海外游子为之兴奋，毅然决定回到母校，重修学业，师从当时的中国传媒大学校长刘继南教授，攻读传播学大众传播与国际关系方向的博士生。

人到中年，带着一双儿女，还有大洋此岸与彼岸的多种业务缠绕于身，在外人看来，这或许是一个不可思议的选择，是自讨苦吃还是沽名钓誉？

令人不解。

2008年的一天，当钟蕾带着她的博士论文草稿找到我沟通探讨的时候，心中的疑问得以释然。

从她依然如故的激情表述中，我似乎又回到了思想异常活跃又充满了理想与浪漫的80年代。

我理解了钟蕾之所以作出这样的选择，一方面得益于80年代时代与母校给予她思想的深刻烙印，另一方面也来自于20年间往返于大洋此岸与彼岸不断变化而日渐强烈的一种对比和基于对比之上的一种强烈的责任与使命。

钟蕾从美国电影与文化的成功中看到了一些对于正在崛起的祖国极具价值的经验与启示。

这种经验与启示既不是盲目的崇拜，也不是一味的排斥；既不是“美国的月亮比中国更亮”，也不是“老子先前阔多了”，这是一个真正充分体验了两种文化魅力之后的理性的感悟与思考。

即将问世的这部《美国电影积极传播研究》就是她这些感悟与思考的结晶。

这部书稿是钟蕾在其博士论文的基础上修订而成的，全书一个基本的思考起点和逻辑起点不是来自书本而是来自于现实的问题。

<<美国电影积极传播研究>>

内容概要

本书从积极传播的视角来研究以好莱坞为代表的美国电影全球化传播成功的经验，发现其成功的规律，并将其为我所用，为今天的中国电影乃至中国文化走向世界找到可以借鉴的行之有效的方法，进而探索适合中国电影乃至中国文化产业走向世界的发展之路、成功之“道”。

<<美国电影积极传播研究>>

作者简介

钟蕾，北京中视达国际传媒有限公司董事、CEO。
中国传媒大学文化创意产业研究中心特约研究员。

美国纽约市立大学布鲁伦学院电影制片学士。
美国纽约哥伦比亚大学艺术管理硕士。
中国传媒大学传播学博士。

拥有近二十年中美传媒制作、发行、管理、培训、投资经验与资源。
曾任美国通达国际传媒有限公司董事、总裁，美国非赢利健康咨询机构世界自愈力研究院理事、CEO，
纽约海外电视艺术总监，Summit投资顾问有限公司资深顾问、合伙人，中央电视台中国电视剧制作中心特聘海外制片人。

策划、主持、主办多届美国亚洲文化艺术节、国际文化与健康会议、华夏之夜、中国春节晚会等大型国际活动。

制作《与龙共舞》（Dances with Dragon）、《癌症征服者》（Cancer Conquerors）、《人类健康的使者》（The Ambassador of Human Health）、《奇迹的背后》（Behind Miracle）等多部英文纪录片。

<<美国电影积极传播研究>>

书籍目录

序言前言绪论第一章 美国电影传播发展史概述 第一节 美国电影发展与传播的观察描述 第二节 美国电影的属性与特征 第三节 美国电影与美国社会 第四节 美国电影的现状与挑战第二章 美国电影传播特征、功能与模式研究 第一节 大众文化与大众电影 第二节 大众电影与大众传播 第三节 大众电影与营销传播 第四节 大众电影与积极传播 第五节 好莱坞传播模式第三章 美国电影全球化传播策略 第一节 跨文化与融文化 第二节 好莱坞全球化与全球化好莱坞 第三节 好莱坞电影软实力与积极传播 第四节 由美国电影排行榜解读美国核心软实力的构成第四章 积极传播与全球化：迪斯尼案例研究 第一节 综述迪斯尼传媒帝国 第二节 传播者论与传播内容的迪斯尼实践 第三节 传播媒介论与迪斯尼实践 第四节 传播受众论与效果论的迪斯尼实践 第五节 迪斯尼全球化现象的启示第五章 美国电影的成功传播经验给中国电影的启示 第一节 积极传播视角下的中美电影案例比较研究 第二节 《功夫熊猫》：反思与启示 第三节 对市场化环境下中国电影主流意识形态表述的思考 第四节 展望中国电影的未来结论附录一 美国主流传媒集团家族图谱附录二 好莱坞新电影观众反馈调查问卷附录三 美国奥斯卡最佳影片及提名影片全记录参考文献致谢词

<<美国电影积极传播研究>>

章节摘录

插图：历史有着惊人的相似。

100年前，美国在第一次世界经济危机中成为欧洲的债权人，美国在把资金输送到欧洲的同时，借电影把美国的社会理念、价值观和美国梦一同输送到欧洲，输送到全世界，使美国概念无处不在地渗透到人们的日常生活中。

今天，世界面临着有史以来最大的一次全球性经济危机。

在这次危机中，中国成为美国的最大债权人，在应对全球危机中扮演着举足轻重的角色。

借鉴美国的成功经验并发挥中华文化博大精深的民族底蕴优势，把世界人民共同认知和追求的积极价值观，把生活的希望装进中国电影，装进中国文化产业中去创造一个中国梦想，打上Made in China的中国印记，批量生产，全球化输送，满足大众的需要和渴望，中国概念就能如美国概念一样传遍全球，深入人心！

历史给了中国一个机会！

积极传播是抓住这个机会的关键！

因而，我更希望我的研究能够起到抛砖引玉的作用：引发学术界对积极传播的研究。

我相信，积极传播研究不仅仅对文化产业发展有着必要性和紧迫性，它对各行各业，对人们的日常生活品质的提高，对社会的和谐与世界和平都将起到不可估量的积极作用。

我认为，提高传播者对积极价值取向的判断，明确定位传播内容的积极价值取向，探索积极传播的途径，论证积极传播的效果，让积极传播中国文化美好核心价值观成为中国电影乃至中国文化产业的主题形象，让积极传播的主体带领中国文化产业走上健康的市场化、产业化、国际化之路是我们传媒人和研究工作者责无旁贷和刻不容缓的职责！

研究美国电影成功因素的成果是多方面的。

研究美国电影是研究一个文化传媒工业体系和经济体系，它几乎涉及社会的方方面面，涉及社会学科研究领域的方方面面，是一项庞大的研究工程。

无数的学者在各个研究领域对这项庞大的研究工程不断添砖加瓦，贡献着新的探索 and 发现。

本书希望能从积极传播的视角为这个研究工程添加一块新砖。

<<美国电影积极传播研究>>

媒体关注与评论

本研究立意新颖，从积极传播这个独特角度，深刻阐述了美国电影进入全球市场的核心动力，对美国电影的工业化、市场化和全球化模式有新的描述、探索 and 发现。

对中国电影的产业化实践有一定的启迪作用，尤其是为产业化过程中，如何认识积极传播的意义，探索积极传播的方法指明了方向。

——童刚（国家广播电影电视总局电影管理局局长、电影审查委员会主任，国家电影事业发展专项资金管委会主任）作者在深入把握美国电影历史与传播背景的基础上，探究了“积极传播”这一命题的意义，超越了简单的国别电影与传播视阈研究，深入到传播电影内容价值与方法手段之间的效应上，对美国电影的性状与传播本质做了相当有启示性的认知。

——周星（北京师范大学艺术与传播学院副院长、教授、博士生导师）本研究对好莱坞和迪斯尼两大经典个案做了深入的积极传播案例分析，也对中国电影从积极传播层面存在的问题予以了极有见地的反思，为中国电影走向世界提出了既具战略意义又具策略意义的极具建设性的理念和思路。

作者是带着提升祖国电影的正面传播力与影响力，提升祖国文化软实力的使命感和责任感来写作这部书稿的。

——胡智锋（中国传媒大学文科科研处处长、《现代传播》主编、教授、博士生导师，教育部长江学者特聘教授，中国高校影视学会会长）本研究指出“积极传播”的美国电影“其共同点是传播美好和希望”，“其特点是传播以人类美德为基础的涵盖人类真善美品行的积极价值观”。

本书写作的目的是为中国电影的市场化、产业化、国际化之路找到可吸取和借鉴的经验，给中国电影的积极传播以启示。

——王伟国（原中国电视剧制作中心副主任，中国传媒大学教授、博士生导师）

<<美国电影积极传播研究>>

编辑推荐

《美国电影积极传播研究》借鉴了美国积极心理学的成果，从“积极传播”的独特角度出发，梳理和探究了美国电影的历史沿革与传播模式，阐明了美国好莱坞电影进入全球市场的核心动力。

《美国电影积极传播研究》选取中美电影中的典型个案进行比较分析，超越了电影研究的传统思路，拓展了相关研究的范畴，探索了可资中国电影发展借鉴的有益经验。

<<美国电影积极传播研究>>

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>