

<<影视声音艺术概论>>

图书基本信息

书名：<<影视声音艺术概论>>

13位ISBN编号：9787504360076

10位ISBN编号：7504360074

出版时间：2010-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：李飞雪

页数：236

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>

## <<影视声音艺术概论>>

### 前言

拥抱创意时代在传媒业界，所谓“媒体创意”现象早已是司空见惯的客观现实，但若问什么是媒体创意，人们却大多说不清楚。

作为一种新生事物，人们对其语焉不详，甚至有些疑惑，都是正常现象。

由于我们创办了一个媒体创意专业，所以也就时常有人向我询问，作为该专业的负责人，当然是回避不了的。

从逻辑学的角度说，一个事物的概念可以分为内涵性的概念和外延性的概念，内涵性的概念是对所指示事物的特征和本质属性的概括，外延性的概念则是对所指示的事物的集合的概括。

关于媒体创意，我们不妨把两者结合起来做一个界定：即创新性、创造性思维在传媒领域的运用，其要旨在于因势而变、不断推陈出新，它是市场化时代媒介生存与发展的必要手段，是传媒发展的第一生产力；其基本内涵，指现代传媒面向市场需求和变化，在信息建构与传播和媒介经营与管理的各个领域、各个层面、各个环节所采取的具有创新性或创造性的策略和构思——其视野开阔，内涵丰富，涉及传媒运作的方方面面，对此，可简要地概括为创意传播、创意经营和创意管理三大领域和范畴。

为什么要进行媒体创意呢？

有人说是媒介竞争的产物，这当然没有错，但仅仅认识至此还是粗浅的。

## <<影视声音艺术概论>>

### 内容概要

本书是一本系统阐述国际税收学基本原理的著作。

全书共分为十章，分别就国际税收的概念和研究对象、国际税收的形成和发展、税收管辖权、国际重复征税、国际税收抵免、国际避税、避税港及其避税模式、防范国际避税的措施、国际税收协定以及国际税收的发展趋势等内容，作了较为详尽的考察分析。

全书结构严谨、体系完整，材料翔实、内容丰富、文字简练规范，是一部理论性、实用性、可读性都较强的国际税收教材。

此外，全书还配备了丰富的案例分析和章后习题，以便于学生加深理解，学以致用，《国际税收》适合作为高等财经院校财税专业以及涉外专业的教学与研究用书。

本书配有教学课件，可以免费提供给任课老师使用。

如需要，欢迎填写书后的“教师反馈及课件申请表”索取。

## <<影视声音艺术概论>>

### 作者简介

杨志清，中央财经大学教授，现任中央财经大学税务学院党总支书记、副院长，北京市跨世纪百人工程培养人选，兼任中国税收教育研究会副会长兼秘书长，中国国际税收研究会理事，中国财税法学研究会常务理事、中国税务咨询协会理事等。  
多次获得北京市优秀教师，北京市高校优秀青

## <<影视声音艺术概论>>

### 书籍目录

第一章 国际税收的概念和研究对象 第一节 国际税收的概念 第二节 国际税收的研究对象和范围  
第二章 国际税收的形成和发展 第一节 国际税收的形成 第二节 国际税收的发展  
第三章 税收管辖权 第一节 税收管辖权及其确立原则 第二节 收入来源地管辖权 第三节 居民管辖权 第四节 公民管辖权 第五节 税收管辖权的选择与实施  
第四章 国际重复征税 第一节 国际重复征税问题的产生 第二节 国际重复征税问题的处理 第三节 国际重复征税问题的处理方式 第四节 国际重复征税问题的处理方法  
第五章 国际税收抵免 第一节 直接抵免 第二节 抵免限额 第三节 间接抵免 第四节 税收饶让  
第六章 国际避税 第一节 避税究竟合法还是违法 第二节 国际避税及其产生的原因与特征 第三节 国际避税的基本手段 第四节 国际避税的一般方式  
第七章 避税港及其避税模式 第一节 避税港的基本概念和特征 第二节 避税港的避税模式  
第八章 防范国际避税的措施 第一节 完善税收立法 第二节 加强税务管理与国际合作 第三节 建立转让定价税收制度 第四节 建立受控外国公司课税制度 第五节 建立资本弱化税收制度 第六节 防范滥用税收协定的措施  
第九章 国际税收协定 第一节 国际税收协定概述 第二节 国际税收协定范本比较 第三节 国际税收协定的内容 第四节 国际税收协定的签订 第五节 我国的对外税收协定  
第十章 国际税收的发展趋势 第一节 国际税收协定网络发展趋势 第二节 电子商务避税与反避税工作日益激烈 第三节 国际税收情报交换日益重要参考文献重要术语索引

## <<影视声音艺术概论>>

### 章节摘录

插图：深红色葡萄酒和低音提琴的深沉的声音可能具有相同的表现力，但是在红色和声音这两种纯粹的感觉现象之间却不可能建立起任何形式上的联系。

而在第二个水平上，来自不同感觉领域的元素却有可能艺术地结合起来。

”总之，鲁道夫·爱因汉姆认为：“有声片的出现摧毁了电影艺术家过去使用的许多形式，抛开了艺术，一味要求尽可能地合乎‘自然’（照这个名词的最肤浅的含义）。

完全是出于侥幸，有声片才不仅仅是破坏性的，而是也有它自己的艺术潜能。

但也正是由于这个始料未及的原因，才使大多数的艺术爱好者至今仍然未看清电影制片人所遵循的道路上的重要陷阱。

他们没有看到，电影正在让博物馆的蜡像逐步战胜创造性的艺术。

”著名导演雷纳·克莱尔也对有声电影的出现持怀疑态度，他在《电影随想录》中论述道：“我担心的是语言表现的精确性会把银幕上的诗意赶走，就像它赶走了梦幻的气氛一样。

无声的人物在我们想象中所说的语言，永远要比真实的语言优美得多。

影片的主人公在沉默的帮助下对我们的想象倾诉衷曲。

明天，这些人物却要在我们的耳边聒噪不已，而且欲罢不能。

”针对以上理论家的批评，另外一些理论家对电影声音的出现提出自己的看法。

林格伦曾认为：“众所周知，虽然有声电影系创自1926年，可是想使电影有声的愿望却早在电影本身产生时就有了。

”爱森斯坦、普多夫金、亚历山大洛夫在1928年7月20日签署了篇声明：《有声电影的未来》。

在声明中谈道：“朝夕思慕的有声电影的理想终于实现了。

美国人发明了有声电影的技术，并把它推到真正付诸实现和很快付诸实现的第一阶段。

德国人也在这个方向上紧张地工作着。

现在，整个世界都在谈论着说起话来的哑巴。

”“声音是一项有利又有弊的发明，而最大的可能是，人们会沿着阻力最小的路线，即沿着满足好奇心的路线来利用它。

首先——从商业上把它作为畅销货，即会说话的影片来加以利用。

在这样的影片中，声音是按着自然主义的方法录制下来的，因而录音与银幕上的动作完全相吻合，从而造成人正在说话和对象正在发声等等的某种‘错觉’。

”他们的声明其实是支持声音作为一种素材，和画面结合形成声画对位：“只有将声音同蒙太奇的视觉片段加以对位使用，才能为蒙太奇的发展和改进提供新的可能性。

在处理声音方面的最初一些实验工作，必须在声音同视觉形象截然不相吻合的方向上进行。

”“用对位方法来结构有声影片，不仅不会削弱电影的国际性，并且还会使它的作用变得空前强大，使它达到高度的文化水平。

”

## <<影视声音艺术概论>>

### 后记

本书是我在多年来教授中国传媒大学媒体创意专业学生的专业基础课《影视声音艺术》的讲义基础上补充、整理、修订而成。

正如中国传媒大学媒体创意专业委员会主任宫承波教授在总序中所说：“媒体创意教育，其终极目标应当是培养面向传媒市场需求和变化，能够为大众传媒的信息建构与传播和媒介经营与管理等不断地提供创新性、创造性策略和构思的专业的职业化的媒体‘创意人’。

”要想做媒体“创意人”，就需要掌握一定的专业基础知识。

面对迅猛发展的现代视听传媒，媒体创意不仅是画面语言的创意，声音语言的创意更为重要。

如果把画面语言比作躯体的话，那么声音语言应该是灵魂。

《影视声音艺术概论》这本书主要包括影视声音艺术的基础理论以及影视声音艺术的实践应用分析论述。

针对媒体创意专业特色，涉及的面比较广泛，除了归纳总结影视剧中的声音艺术，还对动画片声音艺术、纪录片声音艺术、广告声音艺术、电视谈话节目声音艺术等特点和作用进行了一定的分析论述。

成书之际，首先要感谢媒体创意专业委员会主任宫承波教授。

宫承波教授为了中国传媒大学媒体创意专业的专业建设，策划、主编了这套媒体创意专业核心课程系列教材。

还要感谢媒体创意专业的学生们，他们活跃的思维激发了我很多写作的灵感。

本书成书过程中参考了大量的相关资料，虽已尽量注出或在参考文献中列出，但难免挂一漏万，在此一并致以由衷的谢意。

由于是媒体创意专业教学急需，时间较短，成书比较仓促，缺点、错误在所难免，恳请业内专家和广大读者予以批评指正，以便再版时加以修订。

## <<影视声音艺术概论>>

### 编辑推荐

《影视声音艺术概论》：媒体创意专业核心课程系列教材



<<影视声音艺术概论>>

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>