

<<传播文化>>

图书基本信息

书名：<<传播文化>>

13位ISBN编号：9787811278026

10位ISBN编号：7811278022

出版时间：2010-2

出版时间：中国传媒大学

作者：张国涛 编

页数：264

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>

前言

在新中国成立60周年、中国传媒大学校庆55周年之际,《现代传播——中国传媒大学学报》也迎来了30周年刊庆。

《现代传播——中国传媒大学学报》创刊于1979年,迄今走过了整整30年的历程。作为国内创刊最早的广播电视学术期刊之一,30年来我们向广大读者奉献了160多期刊物,5000余篇论文,发行总量50万余册,为中国广播电视学术与事业的发展做出了自己的贡献。

一、《现代传播》30年的发展历程 《现代传播》在30年的发展历程中经历了三个时期,呈现出不同的发展特点,这就是以反映教学成果为主导的时期(1979-1990年)、以面向社会文化为主导的时期(1991-1997年)、以引领传媒学术为主导的时期(1998年至今)。

1.以反映教学成果为主导的时期(1979-1990年) 1979年10月,改革开放的时代潮流激荡着北广校园。

刚刚从文革中走出来的教师们满怀创业的激情,提出了创办一份学报的倡议,很快得到了上级主管部门的批复。

由袁方、李冲、李焕生同志组成了编辑部,康荫、田本相、时煜华、刘寿昕四位专家作为特邀编辑参与了学报的创建。

四年后的1983年,学报由内部发行改为公开发行。

这一时期,学报的办刊宗旨主要是体现学校的教学成果,同时也涉及到广播电视界的部分研究内容。

围绕学校的主干专业,在新闻学理论、广播电视报道、播音主持、广播电视文艺以及摄影、外语等方面刊发了大量文章,在广播电视学界和业界产生了一定的影响。

开设的主要栏目有:“广播新闻编采”、“电视新闻编采”、“广播文艺”、“电视文艺”、“讲播艺术”、“教学研究”、“国外广播电视”、“书评”及“外事往来”等。

内容概要

在新中国成立60周年、中国传媒大学校庆55周年之际,《现代传播——中国传媒大学学报》也迎来了30周年刊庆。

《现代传播——中国传媒大学学报》创刊于1979年,迄今走过了整整30年的历程。

作为国内创刊最早的广播电视学术期刊之一,30年来我们向广大读者奉献了160多期刊物,5000余篇论文,发行总量50万余册,为中国广播电视学术与事业的发展做出了自己的贡献。

<<传播文化>>

作者简介

张国涛，中国传媒大学博士、硕士生导师、《现代传播》责任编辑，中国高校影视学会副秘书长，中央电视台音像资料馆总审专家。

主要研究领域有电视剧美学、电视艺术理论、电视节目策划。

主讲课程：《艺术学概论》、《电视节目策划学》、《媒介文化研究》等。

参与编著《电视节目策划学》、《内容为王——中国电视类型节目研究》等，博士论文《论电视剧的连续性》获北京市“首届优秀博士学位论文”（2008）。

在《现代传播》、《当代电影》、《电影艺术》等刊物上发表学术文章50余篇。

丛书主编简介：

胡智锋，中国传媒大学文科科研处处长兼《现代传播》主编，教授、博士生导师，中国高校影视学会会长，教育部“长江学者”特聘教授，全国宣传思想文化系统“四个一批”人才入选者，入选“新中国60年影响广播电视进程的60位人物”，享受国务院政府特殊津贴。

著有《电视美学大纲》、《影视文化论稿》、《电视传播艺术学》等学术著作近20部；发表学术论文200余篇，主持完成国家级、省部级项目多项。

担任百余个电视频道、栏目及大型节目的策划和主创工作，其中大型电视纪录片《香港沧桑》和《再说长江》先后荣获“五个一工程奖”等多个奖项。

书籍目录

“文化帝国主义”的传播扩张与中国影视文化的反弹——加入WTO，中国影视艺术的文化传播学思考
全球化语境下的中华民族影视艺术意义、生产与消费——当代中国电视剧的政治经济学分析
中国电视文化理念嬗变和趋向电视传播的人文精神
当代社会阶层变迁与电视传播价值取向
艺术事业、文化产业与大众文化的混沌和迷失——略论中国电视剧的社会角色和文化策略
并与尹鸿先生商榷试论“电视知识分子文化命名权的搬演——央视大赛策略解读大众传媒与公众身份的建构
葡萄牙、欧洲与中国——在中国传媒大学的演讲
先进文化观照下的传统文化与电视文化
数码媒体与赛伯时间
艺术舆论监督——政治文明的重要维度
收视率再批判
艺术美学与构建和谐社会
断想
影视文化三论
论全球化时代的文化传播
非物质文化遗产的影像化生存
首都未成年人电视收视行为分析报告
后现代语境下中国电视的传播特征及其文化悖论
论中国电视批评理论体系的建立
好莱坞影响力探究
后记

章节摘录

当然，由于中国特殊的历史、文化背景，特别近百年来，对西方文化的“入侵”，我们的态度似乎除了全盘接受就只有完全拒斥。

实际上，这是一种极为“不真实”的选择。

这种“人格分裂”事实上导致了对西方文化的依赖，尤其在思想和认识方面。

在全球化的背景下，对“文化帝国主义”，我们应该有全新的立场、全新的思维模式，既抵抗帝国主义或是西方文化的扩张，也反对极端的民族主义。

目前，全球化带给人类文明的巨大变化之一，是各民族国家的文化的交流与互动，其交流的方式多种多样，交流的内容更是千差万别。

我们应该更加关注的是影视文化间的相互冲突、兼容、理解、共处等问题。

面对全球化，诸多的影视界人士对自身的影视文化处境产生了深刻的焦虑。

全球化下的“殖民化”，目前表现为帝国主义对诸多国家，特别是第三世界国家在经济上进行资本垄断、在社会和文化上进行“西化”的渗透，移植西方的生活模式和文化习俗，从而弱化和瓦解当地居民的民族意识。

因此，许多人担心，本国、本地区的影视工作者会不会认同于殖民者的影视文化？

当他们看待自己本土的各种影视文化现象时，会不会不自觉地套用殖民者审视和评定事物的标准与理论？

这种疑虑并非多余。

但是，无论我们在创作还是在研究中，只要不再忽略帝国主义以及帝国主义的环境，我们便站在了一个新的起点。

我们既要反对文化帝国主义在影视业的极度扩张，也要坚决反对极端的民族主义，这应该成为我们影视界对待外来影视文化的一种不变的态度。

<<传播文化>>

编辑推荐

全球化语境中的震荡变革，本土化路径下的激情实践，意识形态、商业伦理和技术发展的多重博弈。

本土化：走符合中国传媒学术与传媒实践要求的本土化道路，古为今用，洋为中用。

国际化：在广阔的国际视野中，确立自己的历史与时代方位，关注国际潮流，关注世界大事。

人文化：将文、史、哲、经、法、教等多学科的理论成果进行充分的吸纳，以此丰富和深化传媒学术的内蕴。

专业化：在研究内容、研究方法、表达方式上，不断在专业领域达到新的高度和水平。

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>