

<<中国纪录片发展研究报告>>

图书基本信息

书名：<<中国纪录片发展研究报告>>

13位ISBN编号：9787030350268

10位ISBN编号：703035026X

出版时间：2012-7

出版时间：科学出版社

作者：张同道，胡智锋 主编

页数：280

字数：320000

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>

<<中国纪录片发展研究报告>>

内容概要

《中国纪录片发展研究报告(2012)》由张同道、胡智锋编著。

《中国纪录片发展研究报告(2012)》简介：2011年，21世纪的第二个十年开始了。

纪录电影延续了新世纪以来的强劲势头，在全球市场内积极传播，继续着美学和市场的历险，并创造了新的神话。

法国纪录电影《海洋》以2700万元票房在中国电影市场掀起一阵蓝色的纪录片旋涡，而中国是《海洋》自

2009年以来放映的第33个国家，从欧洲、美洲到亚洲，该片全球票房已达8200多万美元。

2011年，来自世界各地超过300部纪录电影在美国纽约的影院上映，其中美国制作的影片多达133部。票房前三名是《非洲大猫》(AfricanCats)和《生来狂野》(Born to Be Wild)以超过1.500万美元的票房名列冠亚军，《哈勃望远镜3D》(Hubble 3D)以1000万美元名列第三。

法国2011年纪录电影票房冠军是法德合拍片，德国新浪潮导演维姆·文德斯导演的3D纪录片《皮娜》(Pina)。

2009年《牛铃之声》成功之后，韩国纪录电影成为商业电影类型，200万观众观看了《走出院子的母鸡》。

而在我国台湾，杨力州导演的《青春拉拉队》票房大赢。

以英国、日本为代表的公共模式，以法国、韩国为代表的政府扶持模式和以美国为典型代表的商业化运营模式多元共生，维系着电视纪录片的发展。

2011年，美国探索传播集团全球订户超过15亿，总收入为42.35亿美元，比2010年增长12%。国家地理频道在美国的订户数，从开播时的1000万增长到7000多万。

<<中国纪录片发展研究报告>>

作者简介

胡智锋，1965年生，中国传媒大学教授、博士生导师，《现代传播》主编，中国高等院校影视学会副会长兼秘书长，兼任国内多所大学的客座教授，入选教育部“新世纪优秀拔尖人才支持计划”（2004年）。

曾获得首届北京市高校优秀青年骨干教师（1992）、首届全国“百优广播电视理论工作者”（2001）、北京市“优秀教师”（2004）等称号。

已出版学术专著《电视美的探寻》、《中国电视观念论》、《影视文化论稿》、《电视美学大纲》、《电视审美文化论》、《中国电视策划与设计》、《电视传播艺术学》、《电视的观念——胡智锋自选集》、《会诊中国电视》、《真相与造像——电视真实再现探密》、《内容为王——中国电视类型节目解读》等。

主编“电视实务丛书”及著作多种，主持和参与国家级、省部级立项课题多项，已发表学术论文200余篇，获得各类奖项20多种。

除理论研究外，参与了百余个电视频道、栏目、大型节目的策划和主创工作，是国内著名电视策划人之一。

曾担任中宣部“五个一工程”大奖等多项全国性评奖的评委。

北京师范大学纪录片中心主任，艺术与传媒学院教授、博士生导师。

主要从事纪录片研究、教学与制作等课题，主要著作有《火师影像》《真实的风景：世界纪录电影导演研究》《多无共生的纪录时空》等，主要纪录片作品有《居委会》《经典纪录》《小人国》等。

<<中国纪录片发展研究报告>>

书籍目录

内容摘要

Abstract

第一章 绪论

第二章 纪录片频道

2.1 中国纪录片频道整体格局

2.2 中央电视台纪录频道

2.3 中央电视台科教频道

2.4 地面纪录片频道

2.5 纪录片频道节目构成的基本特色及制播模式

2.6 纪录片频道传播效果

2.7 纪录片频道的管理运营模式

第三章 纪录片栏目

3.1 纪录片栏目整体格局

3.2 纪录片栏目主要特征

3.3 纪录片栏目运营管理

第四章 纪录片作品

4.1 2011年纪录片作品类型特征

4.2 2011年中国纪录片作品制作

4.3 2011年中国纪录片作品传播

4.4 港台纪录片概况

第五章 纪录片文化美学特征及理论研究

5.1 2011年中国纪录片文化特征

5.2 2011年中国纪录片美学特征

5.3 总体趋势

5.4 纪录片理论研究

第六章 纪录片市场

6.1 中国纪录片市场制播主体

6.2 纪录片市场经营状况

6.3 纪录片市场运行机制

6.4 中国纪录片市场现状和问题

第七章 纪录片网络新媒体传播

7.1 视频网络生态环境发展变化

7.2 纪录片网络新媒体发展现状

7.3 2011年纪录片网络新媒体发展特征

7.4 纪录片网络新媒体发展问题

第八章 世界纪录片发展动态

8.1 主要国家纪录片创作与产业现状

8.2 自然历史纪录片大片逻辑

8.3 世界主要纪录片电影节

第九章 中国纪录片发展主要问题与对策

9.1 公共纪录片：民族文化传播与国际文明对话

9.2 纪录片产业：市场机制与大众消费

附录1 2011年中国纪录片大事记

附录2 2011年度主要作品

附录3 2011年中国纪录片人物言论

<<中国纪录片发展研究报告>>

附录4 台湾纪录片发展概况

附录5 香港纪录片发展概况

附录6 2011年美国院线纪录电影概况

附录7 2011年美国电视纪录片发展概况

附录8 2011年英国纪录片发展概况

附录9 2011年法国纪录片发展概况

附录10 《海洋》中国行

后记

<<中国纪录片发展研究报告>>

章节摘录

版权页：插图：2011年正值中国共产党成立90周年、辛亥革命100周年，主流意识形态话语尤其强劲。

十集文献纪录片《旗帜》是央视的重大献礼作品，制作精良，大气磅礴。

《中国三峡》、《理想照耀中国》、《奠基新中国》、《千秋红岩》、《青春放歌》等作品也从不同角度向红色历史致敬。

在纪念辛亥革命100周年的作品里，《辛亥》、《天下为公——孙中山1911》、《大辛亥》与《民的1911》各有千秋。

这一年，纪录作品视野更加开阔，制作更为精美。

《走向海洋》呈现了中国的海洋意识；《南海号》记录了水下打捞的传奇历程；《当卢浮宫遇见紫禁城》展示了东西方文明的对话；《教育能改变吗》则直面现实，探讨每一个家庭都无法回避的问题；《在一起》关注艾滋病人的生活处境。

总体来看，2011年各种文化形态的纪录片此消彼长：主流文化发挥了强劲的意识形态引领作用，宏大主题纪录片更加注重历史和国际的视野，而精英文化和消费文化向主流文化的渗透更加明显。

影像品质和视听效果趋于极致，情景再现更加广泛，戏剧表现力更强，而纪实美学也更加微弱。

当三维动画、情境再现时髦甚至泛滥时，不过是采用炫目的技术遮掩内容的空洞和思想的贫乏。

2011年，大众文化成为市场的主角。

作为一种消费文化，纪录片借用故事性、趣味性、观赏性吸引大众，在轻松愉快的环境中，大众享受着视觉盛宴，感应着故事的波澜起伏。

人们消费着大众文化纪录片，消费着纪录片里的自然与历史。

纪录片具有跨时空、跨文化的传播属性，在所有媒介形态中最易于交流和沟通，在中华文明传承与国际文明对话中具有不可替代的位置。

因此，纪录片具有突出的公共文化特性：对内，它是民族文化遗产、社会心理凝聚的重要载体；对外，它是传播国家形象、实现文明对话的有力媒介。

同时，纪录片又是文化创意产业的一部分。

为此，我们建议：一要编制中国纪录片发展规划纲要。

二要设立国家级纪录片产业园。

三要出台关于纪录片产业的具体政策法规。

中国纪录片正处于一个新的行业起点，期待我们的纪录片以市场为驱动，以文化为使命，精英与大众、主流与民间相互辉映，共同发展，因为只有多元共生才是真正的繁荣。

<<中国纪录片发展研究报告>>

编辑推荐

《中国纪录片发展研究报告(2012)》以北京师范大学纪录片中学与中国传媒大学《现代传播》为核心，邀请中央电视台、广电总局人才培训中心等机构的学者共同完成。

《中国纪录片发展研究报告(2012)》共九章节，内容包括绪论、纪录片频道、纪录片栏目、纪录片作品、纪录片文化美学特征及理论研究、纪录片市场等。

《中国纪录片发展研究报告(2012)》可供有关学者参考阅读。

<<中国纪录片发展研究报告>>

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>