

<<当代好莱坞>>

图书基本信息

书名：<<当代好莱坞>>

13位ISBN编号：9787106028923

10位ISBN编号：7106028924

出版时间：2009-1

出版时间：中国电影出版社

作者：张爱华

页数：211

字数：237000

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>

## <<当代好莱坞>>

### 内容概要

90年代以来，电影研究的视点发生了巨大的转移，长期盛行的结构主义、符号学等理论运动的科学性在新时期受到了学术界的质疑和挑战，尤其在西方，随着多元社会的建构，一个前所未有的“跨学科”、“跨领域”、“跨民族”的研究正在大规模地展开。

随之产生了一批以反权威为特征的理论观念，如“中观理论”和前面提到的“跨学科”理论等。近几年来，特别是随着经济全球化的深入，“跨地域”、“跨文化”的研究如日中天，发展迅速。这一方面显示着电影研究文化向全球化语境转向的新趋势，但同时也预示着这一领域内东西方向的相互了解和对话的重要性。

在中美电影互动与对话中，我们未来的对应策略是什么？

如何立足本土，创造一个强大的中国民族电影产业？

正是基于这一战略考虑，《当代好莱坞:电影风格与全球化市场策略》将当代好莱坞电影市场经营的新模式和创作趋势作为本项目研究的主要框架，针对好莱坞90年代以来神速全球化这一现象，探讨好莱坞近年来电影风格与全球化市场战略转变。

《当代好莱坞:电影风格与全球化市场策略》关注的是经济全球化，尤其是好莱坞对全球大众文化的形成产生着哪些关键效应？

采用了哪些行之有效的经营模式和策略？

如何又反过来会影响到我们电影的教育与创作。

最后将通过美国电影市场整体的分析与对比研究去探索中国电影“跨民族”对话的必要性。

<<当代好莱坞>>

作者简介

张爱华，毕业于北京外国语大学，1989年获得加拿大约克大学电影 / 文学硕士学位，1995年获得美国俄亥俄大学比较艺术学博士学位，她的导师包括著名的美国哲美教授布洛克先生和美国比较艺术学的创始人之一威特曼教授。

曾先后任教于北京电影学院，北京外国语大学，美国俄亥俄大

## <<当代好莱坞>>

### 书籍目录

序言第一章 演变中的好莱坞：当前的产业特征与困境第二章 感悟美国“X世代”电影——美国新锐电影风格研究第三章 与时共舞：美国电影档期研究第四章 好莱坞六大电影公司的发展及策略第五章 从中美电影的比较分析中看中美数字特技制作的差异第六章 好莱坞的看门功：从《泰坦尼克号》逼真效果看其电影的观赏性第七章 迪斯尼经营与创作模式的启示第八章 好莱坞未来潜意识的情景再造途径第九章 抢滩：好莱坞游戏电影风潮第十章 好莱坞近期的灾难片与危机意识：灾难片模式探索第十一章 美国如何创造了电影全球性扩张的神话：好莱坞成功的电影营销策略分析第十二章 从小成本走来的米拉麦克斯公司

## 章节摘录

第一章 演变中的好莱坞：当前的产业特征与困境 这几年，美国人突然发现代表美国主流文化的电影被外国军团的面孔淹没了，尤其在2007年第79届奥斯卡上获奖提名的演员全是非美国本土的演员，那届奥斯卡还出现这样一个令人无法忽视的重大趋势：在获得最佳影片提名的五部影片中，没有任何一部影片是在好莱坞完成拍摄的。

很多富有创新性的电影，往往来自美国以外的市场。

难怪有业内人士惊呼：好莱坞还仍然是美国的吗？

的确，好莱坞今非昔比，已发生了脱胎换骨的变化。

自20世纪80年代以来，随着社会政治文化和科学技术的急剧变化，全球娱乐产业的格局也发生着巨大的变化，如今的好莱坞处于核心地位的电影公司已经从八家演变成六家大公司，它们30年来遭遇了风风雨雨，解体与再组，虽然依然是今天世界电影领域无法撼动的娱乐帝国，但其发展模式正在发生着微妙的改变，我们要特别关注。

追其根，我们不得不首先谈及市场利润问题。

一、产业兼并与整合背后的动力 80年代，好莱坞跌入了有史以来的第二次低谷，大批电影院关门倒闭，这期间原因种种，但主要原因是录像带的出现与普及极大地重击了电影市场。

家庭录像带和有线电视的利润已经超过了票房利润。

从那时起，大部分的钱是从电影录像带以及有线电视市场上赚来的，而不是来自全国影院的售票处。

进入90年代后情况更不敢想象，《史瑞克》的国内总票房收入约为26800万美元，但是却从VHS \ DVD的销售和出租中赚到了47000万美元。

DVD市场实际上在创造着巨额利润。

《蜘蛛侠》在家庭录像发放的第一周就卖了14500万美元的DVD。

这导致深陷在经济危机泥潭中的各电影公司不得不考虑产业格局的重新整合问题。

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>