

<<影视受众心理研究>>

图书基本信息

书名：<<影视受众心理研究>>

13位ISBN编号：9787303102587

10位ISBN编号：7303102582

出版时间：2010-5

出版时间：北京师范大学出版社

作者：陈旭光 等著

页数：274

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>

<<影视受众心理研究>>

内容概要

本书写作的过程，也是作者与同学们研析学理、探寻方法、体会规范，实践学术研究之道的最好方式（作者亦深觉得，师生合作共同写作是指导研究生的一种很有效的方式）。作者们先是分配章节，给定写作范围，然后是查找资料、读书、讨论、修订提纲细则、写作、修改、定稿，经过这样的学术训练，通过作者与同学们之间反复来回的切磋、交流、修改、磨合，作者觉得，对于他们良好学术素养、科学研究方法的养成，对于以后圆满完成毕业论文和从事学术研究工作，绝对是大有裨益的。

<<影视受众心理研究>>

书籍目录

导论 影视受众心理学的复杂性及初步定位第一章 影视研究的受众心理维度：历程与趋势 第一节 受众主体和观众本位：走向一种接受美学和受众心理学 第二节 电影受众心理研究的历程与趋势 第三节 电视受众心理研究的历程与趋势第二章 影视接受心理描述与探析 第一节 电视接受的心理过程 第二节 电影接受心理：关于银幕的比喻 第三节 电影、电视接受心理比较第三章 社会文化心理与影视受众接受 第一节 社会文化心理探析 第二节 社会心理与影视接受 第三节 文化心理与影视接受第四章 影视语言与影视受众心理 第一节 电影中的色彩和构图与受众心理 第二节 电影中的声音与受众心理 第三节 蒙太奇和长镜头与受众心理 第四节 挑战极限：数字影像变革与受众心理第五章 电影类型与受众接受 第一节 电影类型与类型电影的概念与缘起 第二节 类型电影的受众心理学依据 第三节 电影类型与接受心理第六章 电视剧与受众心理 第一节 电视剧受众心理研究的渐显 第二节 大众文化语境下的电视剧 第三节 电视剧受众接受的心理动因 第四节 类型电视剧的受众心理分析 第五节 外来引进剧与受众心理第七章 电视节目形态与受众接受(上) 第一节 电视节目形态划分的初步探讨 第二节 几类主要电视节目形态发展概述 第三节 电视节目的编排与受众接受心理 第八章 电视节目形态与受众接受(下) 第一节 新闻资讯类节目与受众接受心理 第二节 专题教育类节目与受众接受心理 第三节 文艺娱乐类节目与受众接受心理 第四节 服务类节目与受众接受心理参考书目后记

<<影视受众心理研究>>

章节摘录

在这个时候，第六代导演迷失了方向，朝着另类的小众路线行走，而以冯小刚为代表的贺岁电影满足了观众的特定时期的审美愉悦，迅速获得观众的认可，形成了与第六代导演的两极分化。

进入21世纪，随着视觉化转型和观众审美的更高娱乐化要求，以《英雄》为代表的大片时代开启，娱乐化电影进一步获得观众的青睐。

在电视剧领域，社会的变迁同样影响着观众的接受心理的变化，第一部电视剧《一口菜饼子》诞生，观众表现出新奇心理，《渴望》满足了电视剧观众对情感的渴望，掀起了电视剧的情感伦理时代。

进入21世纪，电视剧作为大众消费文化的特性日益显露，观众通过电视剧满足了对平民英雄的关注（如《士兵突击》），对后现代主义的推崇（如《武林外传》），对民族的集体记忆（如《闯关东》）等，迎来了电视剧的黄金时代。

其次，从社会阶层变迁带来的影视发展流变及趋势来看，社会阶层的变迁带来了不同阶层影视审美需求的多样化，从而形成了影视创作随社会阶层的变迁而产生了相应的创作趋向。

在电影领域，随着当下社会阶层的进一步多样化，形成了不同的电影类型的审美需求，从而推动了电影类型化的发展。

类型化电影的发展趋势在一定程度上正是满足了不同阶层的需求，从而成为电影发展不可阻挡的潮流。

如当下青年白领对电影泛娱乐化的需求，推动了都市轻喜剧类型电影广受青睐，近几年的一系列明星打包方式的都市喜剧电影如《爱情呼叫转移》系列、《非诚勿扰》《桃花运》等均取得了不错的业绩，正好验证了这一点。

在电视领域，随着社会阶层的变迁对于电视节目多样化需求的增长，从而一定程度上推动了电视频道专业化的步伐，不同的专业频道正好满足了不同社会阶层的专业化需求从而获得发展，如高尔夫频道满足了精英阶层的需求，人文记录频道满足了高级知识分子的需求，等等。

同时，电影的类型化和电视频道的专业化在一定程度上也培养了一些潜在的类型化观众，从而又促进了社会阶层的不断分化。

<<影视受众心理研究>>

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>