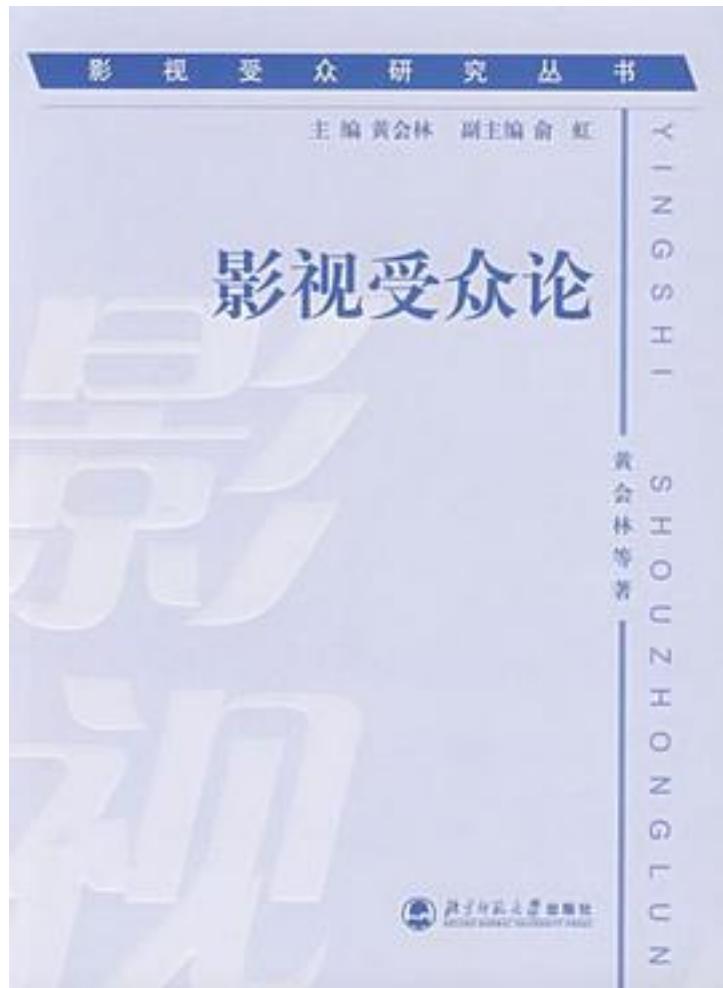


影视受众论



[影视受众论_下载链接1](#)

著者:黄会林

出版者:北京师范大学

出版时间:2007-3

装帧:

isbn:9787303083572

《影视受众论》的主要内容围绕“中国影视受众”，就整体与分体从三个层面展开论述。第一部分是关于“中国影视受众”研究的综论。其一就“受众研究的起源与历史”，

从“纵向”维度对受众问题进行历史回顾，指出历史上对于受众所持的教化和娱乐两种态度；并归纳出关于受众议题发生的“三个转向”：美学视域的转向——从作者到读者，传播学视域的转向——从传者到受者，文化产业视域的转向——从生产者到消费者。其二就“影视受众研究及其两种范式”，从“横向”维度对影视产业与受众进行论述，辨析了影视受众和影视产业的特征，以及经验研究与文化批评两种研究方法的异同。其三就“中国影视受众的审美心理特征”，从审美心理的角度，提出中国影视受众对于道德性内容和诗化形式的偏爱，从文化传统的角度突出影视受众审美心理的民族特质。其四就“当代中国影视受众观念的嬗变”，特别分析了“群众论”受众观与“个体论”受众观的差异，以关注特定时代社会主流政治观、文化观、价值观衍生出来的相应的受众观。

作者介绍：

目录：

[影视受众论](#) [下载链接1](#)

标签

影视受众论

电影研究

论文

电视

电影

文化研究

大四

专业相关

评论

受众研究确实是传播学从产生以来的主要研究方向，其范式随着美国经验研究的实证学派，与法兰克福学派-英国文化研究的分野，而划分为经验研究与文化批判，一直影响到了我们如今大学里传播学的学派划分。

就书论书，本书如果硬要从各个时期的中国电影流派与主题风格倒退一套“中国特色社会主义的”“民族文化”的影视受众研究，以批判推进西方几十年来延变的传播学受众研究，是否有这个必要？

[影视受众论 下载链接1](#)

书评

[影视受众论 下载链接1](#)