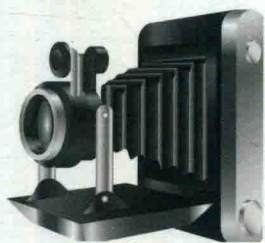


Arts of
Movie and
Television
Analysis



| 如何做——一般原理、规则、概念的掌握，从艺术学、文学、心理学、社会学、传播学角度剖析，从学科关联的角度侧重分析影视学科理论

| 附加值——课题训练与作品分析，为学生推荐经典案例，增加学生的实训意识，了解基础知识应用的广泛性

| 告诉你——锻炼设计思维与技法，为设计开辟新的出路，对影视作品进行更理性的分析与研究

影视作品分析

王同杰
编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



影视作品分析

王同杰 编著



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS



中青雄狮
CHINA YOUTH PRESS

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-50856028

E-mail: editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

影视作品分析 / 王同杰编著；—北京：中国青年出版社，2017.5

中国高等院校“十三五”精品课程规划教材

ISBN 978-7-5153-4739-4

I. ①影… II. ①王… III. ①电影评论—高等学校—教材 ②电视评论—高等学校—教材 IV. ①J905

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第096886号

中国高等院校“十三五”精品课程规划教材：影视作品分析

王同杰 编著

出版发行：中国青年出版社

地址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电话：(010) 50856188 / 50856199

传真：(010) 50856111

企划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：张 军

助理编辑：张君娜

封面设计：邱 宏 吴艳峰

印刷：北京彩和坊印刷有限公司

开本：787×1092 1/16

印张：11

版次：2017年7月北京第1版

印次：2017年7月第1次印刷

书号：ISBN 978-7-5153-4739-4

定价：54.80元

本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 50856188 / 50856199

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.cypmedia.com

preface

前言

影视艺术是深受大众喜爱的艺术形式，其覆盖面广，影响力大，渗透性强。在整个民族的精神文明建设和美育中起着举足轻重的作用。近年来，影视文化成为我们时代的重要文化现象之一，因此提高影视鉴赏水平也成为今天艺术教育、素质教育的重要内容。

影视分析的内容是多样的，有的注重作品本身的人物设置、题材选择以及主题内涵；有的专门针对某一时期同类影片进行横向比较或专题评论；有赏析著名导演艺术风格和惯用创作手法的专题论文，也有论述作品影像语言、叙事风格的鉴赏专栏。本书从影视理论入手，以电影电视鉴赏为主，着重从不同层面、不同角度去挖掘影视现象，揭示其内在规律，写作上力求深入浅出、通俗易懂，希望能够引导读者去感受影视艺术的无穷魅力。

科技的进步为我们提供了高质量的影视制作条件，丰富了影视作品的创作手段。如何理解题材多样的影视作品，如何用发展的眼光看待新兴的影视形式，如何提高对影视艺术作品的鉴别赏析能力，是我们每一位传媒工作者的追求目标，也是本书写作的主要目的。

首先，在内容体系上，本教材以影视作品的分析鉴赏为主线，以各种形态的影视作品及其蕴含的审美价值、社会意义、镜头语言等为切入点，在全面介绍影片基础知识、基本理论与制作方法的基础上，对电视剧、电视新闻、专题片、综艺节目、影视广告、微电影等众多影视基本形态的创作特点进行了系统阐述。在编写中，既强调理论性，也突出技巧性，使得学生可以掌握多维的视听思维方式，将影视分析方法与技巧贯穿其中，对影视作品做出艺术

性的分析。

其次，在编排结构上，本教材共分为12章，分别介绍了影视艺术审美、影视与文学、影视元素、影视心理学、影视社会学、影视技术、影视传播学、影视批评、电影作品、电视作品、广告作品和微电影作品，各部分既独立成章、自成体系，又有着密不可分的内在联系，相互贯通，共同构成了影视作品分析系统化的知识体系。

电影发明至今已逾百年，电视自1936年问世至今，也已有80余年。如今，影视艺术恰如韶华少年，正值青春，影视艺术成为人们生活不可分割的一部分，是人们生活中朝夕相伴的良师益友。2016年，中国电影产业总票房首次超越北美，中国银幕总量超过美国成为全球第一，同时筹备13年的《电影产业促进法》表决通过，弥补了中国电影制度缺失的遗憾，进一步规范了产业发展和电影市场秩序。当下对影视作品的关注已经不简单停留在影视作品本身的分析，受众与营销，票房和收视率，社会心理和社会思潮，野史和历史等等都是需要考虑的因素。

本教材制作的初衷就是要梳理影视分析的方法，形成系统的知识体系，在一定程度上满足广播电视学、广播电视编导、戏剧影视文学、影视编辑等相关学科对影视作品分析新教材的期盼，也希望这本教材能成为广大影视爱好者的引路人。由于个人知识范畴的限制，书中难免有纰漏之处，恳请各位专家和广大读者批评指正。

王同杰
于湖北黄冈

contents

Chapter

1

影视艺术审美

1.1 影视艺术审美的概念	010	1.4.1 审美距离	012
1.2 影视艺术审美的功能	010	1.4.2 审美体验	013
1.3 影视作品的审美特点	011	1.4.3 审美接受	013
1.3.1 综合性	011	1.4.4 审美心理	014
1.3.2 视觉性	011	1.4.5 审美品位	015
1.3.3 逼真性	012	1.5 影视艺术审美的评析	016
1.4 影视艺术审美受众角度分析	012	1.5.1 影视艺术审美的评析方法	016
		1.5.2 影评案例分析	017

Chapter

2

影视与文学

2.1 文学剧本	020	2.4.1 概念	024
2.1.1 概念	020	2.4.2 表现方式	024
2.1.2 基本构成	020	2.5 语言	026
2.2 主题	021	2.5.1 概念	026
2.3 结构	021	2.5.2 特点	026
2.3.1 概念	021	2.6 二度创作	026
2.3.2 叙事结构	021	2.7 叙事视点	027
2.3.3 特征	023	2.7.1 叙事视角	027
2.3.4 影片《撞车》结构分析	024	2.7.2 视点与悬念	028
2.4 人物角色	024	2.7.3 案例分析	029

3.1 构图	031	3.6.5 拟声效果	043
3.1.1 构图	031	3.6.6 案例赏析	043
3.1.2 摄影中的构图技巧	033	3.7 运动	044
3.2 景别	033	3.7.1 运动摄影的含义	044
3.3 角度	034	3.7.2 运动摄影的分类	044
3.3.1 角度的概念	034	3.8 剪辑技法	045
3.3.2 水平拍摄角度	034	3.8.1 分剪	045
3.3.3 垂直拍摄角度	034	3.8.2 镜头的拼剪	046
3.4 色彩	035	3.8.3 变格剪辑	047
3.4.1 色彩的含义	035	3.8.4 跳剪	047
3.4.2 颜色的分类	035	3.8.5 碎片剪辑	047
3.4.3 色彩的作用	035	3.9 节奏	048
3.4.4 色彩在影视作品中的分析方法	036	3.9.1 影响影视节奏的因素	048
3.4.5 案例分析	036	3.9.2 把握影视作品的节奏	048
3.5 光线	037	3.9.3 节奏的运用表现形式	048
3.5.1 光线的方向	037	3.9.4 节奏的分类	049
3.5.2 影视造型中的光线及功能	038	3.9.5 案例分析	050
3.6 声音	038	3.10 视听语言——造型	050
3.6.1 语言	039	3.10.1 舞美造型	050
3.6.2 音乐	041	3.10.2 空间造型	051
3.6.3 音响	042	3.10.3 人物造型	053
3.6.4 同期声	042	3.10.4 案例分析	055

4.1 影视心理学的概述	056	4.4 影视心理的元素解构	059
4.1.1 影视心理学的概念	056	4.4.1 光线与心理	059
4.1.2 影视心理学的研究范畴	056	4.4.2 色彩与心理	060
4.2 影视心理学的功能	056	4.4.3 声音与心理	061
4.3 影视心理学的要素分析	057	4.4.4 影像与心理	062
4.3.1 心理补偿与心理认同	057	4.5 影视心理角度的写作方法	065
4.3.2 剪辑点	057	4.5.1 人物形象心理分析与观众心理分析	065
4.3.3 情景设置寓意	058	4.5.2 视听语言的心理分析	065
4.3.4 蒙太奇	058	4.5.3 人物角色心理学分析	066
4.3.5 记忆	058	4.5.4 戏剧冲突的心理分析	070

5.1 影视社会学概念	071	5.2.4 影视社会要素	072
5.2 影视社会学涵盖的范畴	071	5.3 影视社会学进行影视作品分析的方法	073
5.2.1 影视社会形态	071	5.3.1 影视社会学元素解构	073
5.2.2 影视社会存在	071	5.3.2 从影视社会学角度进行影视作品分析	074
5.2.3 影视社会意识	071		

6.1 影视技术分类	076	6.1.7 键控技术	082
6.1.1 动作捕捉技术	076	6.1.8 4K	082
6.1.2 三维特效和合成特效	077	6.1.9 剪辑技术	083
6.1.3 3D视觉	078	6.2 影视技术的应用	083
6.1.4 变格	079	6.2.1 影视技术分析方法	083
6.1.5 VR技术	080	6.2.2 短评案例分析	084
6.1.6 CG技术	081		

7.1 影视传播学的研究对象	085	7.3.4 组织传播	088
7.2 影视传播相关理论	085	7.3.5 大众传播	089
7.2.1 麦克卢汉的有关理论	085	7.4 传播学的受众分析	089
7.2.2 传播过程的循环和互动模式	086	7.4.1 受众的基本特点	089
7.2.3 议程设置理论	086	7.4.2 受众对媒介的影响	089
7.2.4 影视符号学理论	086	7.4.3 受众的分类	090
7.2.5 语境理论	087	7.4.4 传播者对受众的角色期待	090
7.2.6 人际传播和大众传播	087	7.4.5 案例分析	090
7.3 影视传播相关理论	088	7.5 影视传播的写作方法	091
7.3.1 人内传播	088	7.5.1 影视传播写作理论	091
7.3.2 人际传播	088	7.5.2 案例分析	092
7.3.3 群体传播	088		

8.1 影视批评的概念	095	8.4.2 叙事批评	098
8.2 影视批评的作用	095	8.4.3 主题批评	098
8.2.1 引导消费和提升品位	095	8.4.4 艺术批评	098
8.2.2 反哺创作和把握方向	096	8.4.5 制作批评	098
8.2.3 打造精品和拓展理论	096	8.5 批评实例	099
8.3 影视批评的写作方法	097	8.5.1 电影——“西游”IP是过度消费	099
8.4 影视批评模式	097	还是莫负好时光	100
8.4.1 社会批评	097	8.5.2 大电影	100

9.1 中国电影概述	102	9.6 电影大师作品风格分析	122
9.1.1 中国导演的代际划分	102	9.6.1 张艺谋	122
9.1.2 台湾电影综述	106	9.6.2 陈凯歌	122
9.1.3 香港电影分析	108	9.6.3 冯小刚	123
9.2 好莱坞电影分析	110	9.6.4 大卫·里恩	123
9.2.1 好莱坞电影	110	9.6.5 希区柯克	123
9.2.2 好莱坞类型电影的划分	110	9.6.6 奥逊·威尔斯	125
9.2.3 新好莱坞电影	111	9.6.7 吕克·贝松	125
9.2.4 好莱坞导演点评	113	9.6.8 罗伯托·贝尼尼	126
9.3 欧洲电影	115	9.6.9 小津安二郎	126
9.3.1 法国电影	115	9.6.10 黑泽明	127
9.3.2 意大利电影	117	9.6.11 金基德	127
9.3.3 英国电影	119	9.6.12 奉俊昊	128
9.4 日本电影分析	120	9.6.13 李行	129
9.4.1 日本电影简史	120	9.6.14 侯孝贤	130
9.4.2 暴力美学在日本武士电影中呈现	121	9.6.15 杨德昌	131
9.5 韩国电影分析	122	9.6.16 徐克	131
		9.6.17 吴宇森	132
		9.6.18 周星驰	132
		9.6.19 胡金铨	133
		9.6.20 张彻	133

10.1 电视作品的概念	134	10.5 电视综艺节目	141
10.1.1 概念	134	10.5.1 电视综艺节目概述	141
10.1.2 范畴	134	10.5.2 美国综艺节目发展	142
10.2 电视作品的分类分析	134	10.5.3 美国综艺节目类型	142
10.2.1 电视文学	134	10.6 电视栏目	143
10.2.2 电视艺术片	134	10.6.1 电视栏目	143
10.2.3 电视剧	135	10.6.2 电视栏目的特征	144
10.2.4 电视综艺节目	135	10.6.3 栏目类型定位	144
10.2.5 电视纪实节目	135	10.6.4 栏目分析策略	144
10.3 中国电视剧分析	136	10.7 电视纪实作品	145
10.3.1 中国电视剧的发展历程	136	10.7.1 电视纪实作品现状	145
10.3.2 中国电视剧的分类	137	10.7.2 纪实性电视节目兴起的原因	146
10.3.3 中国电视剧的问题	138	10.8 电视作品案例分析	146
10.4 美国电视剧分析	139	10.8.1 电视文学类作品案例分析	146
10.4.1 情景喜剧	139	10.8.2 电视纪录片案例分析	147
10.4.2 政治题材电视剧	139	10.8.3 电视剧案例分析	147
10.4.3 犯罪题材电视剧	140	10.8.4 电视综艺节目案例分析	150
10.4.4 奇幻题材电视剧	140		

11.1 广告作品的定义	155	11.4 广告作品的评析方法	161
11.2 广告的分类	155	11.4.1 广告创意	161
11.2.1 商品情报类	155	11.4.2 广告词	161
11.2.2 情节演绎类	156	11.4.3 视听元素	162
11.2.3 明星推荐类	157	11.4.4 广告人物角色定位	162
11.2.4 广告歌曲式	157	11.4.5 传播效果分析	163
11.3 广告创意	157	11.5 广告作品案例分析	163
11.3.1 广告创意的概念	157	11.5.1 益达系列广告	163
11.3.2 广告创意的特点与原则	157	11.5.2 情节反转广告	164
11.3.3 广告创意的六种基本理论	157	11.5.3 人文情怀广告	164
11.3.4 广告创意的过程	159	11.5.4 娱乐搞笑广告	165
11.3.5 广告创意的思维方法	160		

12.1 微电影的概念	167	12.4 微电影的分析方法	169
12.2 微电影的关系界定	167	12.4.1 叙事分析	169
12.2.1 微电影与短片的关系	167	12.4.2 角色分析	172
12.2.2 微电影与广告的关系	167	12.4.3 摄影技法分析	173
12.3 微电影的应用范畴	167	12.4.4 画面构图	173
12.3.1 微电影的分类	167	12.4.5 光影色调	173
12.3.2 微电影的类型	169	12.4.6 剪辑点	174
		12.4.7 蒙太奇	175

影视作品分析

王同杰 编著

 中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

 中青在线

律师声明

北京市中友律师事务所李苗苗律师代表中国青年出版社郑重声明：本书由著作权人授权中国青年出版社独家出版发行。未经版权所有人和中国青年出版社书面许可，任何组织机构、个人不得以任何形式擅自复制、改编或传播本书全部或部分内容。凡有侵权行为，必须承担法律责任。中国青年出版社将配合版权执法机关大力打击盗印、盗版等任何形式的侵权行为。敬请广大读者协助举报，对经查实的侵权案件给予举报人重奖。

侵权举报电话

全国“扫黄打非”工作小组办公室

010-65233456 65212870

<http://www.shdf.gov.cn>

中国青年出版社

010-50856028

E-mail: editor@cypmedia.com

图书在版编目(CIP)数据

影视作品分析 / 王同杰编著；—北京：中国青年出版社，2017.5

中国高等院校“十三五”精品课程规划教材

ISBN 978-7-5153-4739-4

I. ①影… II. ①王… III. ①电影评论—高等学校—教材 ②电视评论—高等学校—教材 IV. ①J905

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第096886号

中国高等院校“十三五”精品课程规划教材：影视作品分析

王同杰 编著

出版发行：中国青年出版社

地 址：北京市东四十二条21号

邮政编码：100708

电 话：(010) 50856188 / 50856199

传 真：(010) 50856111

企 划：北京中青雄狮数码传媒科技有限公司

责任编辑：张 军

助理编辑：张君娜

封面设计：邱 宏 吴艳峰

印 刷：北京彩和坊印刷有限公司

开 本：787×1092 1/16

印 张：11

版 次：2017年7月北京第1版

印 次：2017年7月第1次印刷

书 号：ISBN 978-7-5153-4739-4

定 价：54.80元

本书如有印装质量问题，请与本社联系

电话：(010) 50856188 / 50856199

读者来信：reader@cypmedia.com

如有其他问题请访问我们的网站：www.cypmedia.com

preface

前言

影视艺术是深受大众喜爱的艺术形式，其覆盖面广，影响力大，渗透性强。在整个民族的精神文明建设和美育中起着举足轻重的作用。近年来，影视文化成为我们时代的重要文化现象之一，因此提高影视鉴赏水平也成为今天艺术教育、素质教育的重要内容。

影视分析的内容是多样的，有的注重作品本身的人物设置、题材选择以及主题内涵；有的专门针对某一时期同类影片进行横向比较或专题评论；有赏析著名导演艺术风格和惯用创作手法的专题论文，也有论述作品影像语言、叙事风格的鉴赏专栏。本书从影视理论入手，以电影电视鉴赏为主，着重从不同层面、不同角度去挖掘影视现象，揭示其内在规律，写作上力求深入浅出、通俗易懂，希望能够引导读者去感受影视艺术的无穷魅力。

科技的进步为我们提供了高质量的影视制作条件，丰富了影视作品的创作手段。如何理解题材多样的影视作品，如何用发展的眼光看待新兴的影视形式，如何提高对影视艺术作品的鉴别赏析能力，是我们每一位传媒工作者的追求目标，也是本书写作的主要目的。

首先，在内容体系上，本教材以影视作品的分析鉴赏为主线，以各种形态的影视作品及其蕴含的审美价值、社会意义、镜头语言等为切入点，在全面介绍影片基础知识、基本理论与制作方法的基础上，对电视剧、电视新闻、专题片、综艺节目、影视广告、微电影等众多影视基本形态的创作特点进行了系统阐述。在编写中，既强调理论性，也突出技巧性，使得学生可以掌握多维的视听思维方式，将影视分析方法与技巧贯穿其中，对影视作品做出艺术

性的分析。

其次，在编排结构上，本教材共分为12章，分别介绍了影视艺术审美、影视与文学、影视元素、影视心理学、影视社会学、影视技术、影视传播学、影视批评、电影作品、电视作品、广告作品和微电影作品，各部分既独立成章、自成体系，又有着密不可分的内在联系，相互贯通，共同构成了影视作品分析系统化的知识体系。

电影发明至今已逾百年，电视自1936年问世至今，也已有80余年。如今，影视艺术恰如韶华少年，正值青春，影视艺术成为人们生活不可分割的一部分，是人们生活中朝夕相伴的良师益友。2016年，中国电影产业总票房首次超越北美，中国银幕总量超过美国成为全球第一，同时筹备13年的《电影产业促进法》表决通过，弥补了中国电影制度缺失的遗憾，进一步规范了产业发展和电影市场秩序。当下对影视作品的关注已经不简单停留在影视作品本身的分析，受众与营销，票房和收视率，社会心理和社会思潮，野史和历史等等都是需要考虑的因素。

本教材制作的初衷就是要梳理影视分析的方法，形成系统的知识体系，在一定程度上满足广播电视学、广播电视编导、戏剧影视文学、影视编辑等相关学科对影视作品分析新教材的期盼，也希望这本教材能成为广大影视爱好者的引路人。由于个人知识范畴的限制，书中难免有纰漏之处，恳请各位专家和广大读者批评指正。

王同杰
于湖北黄冈

contents

Chapter

1

影视艺术审美

1.1 影视艺术审美的概念	010	1.4.1 审美距离	012
1.2 影视艺术审美的功能	010	1.4.2 审美体验	013
1.3 影视作品的审美特点	011	1.4.3 审美接受	013
1.3.1 综合性	011	1.4.4 审美心理	014
1.3.2 视觉性	011	1.4.5 审美品位	015
1.3.3 逼真性	012	1.5 影视艺术审美的评析	016
1.4 影视艺术审美受众角度分析	012	1.5.1 影视艺术审美的评析方法	016
		1.5.2 影评案例分析	017

Chapter

2

影视与文学

2.1 文学剧本	020	2.4.1 概念	024
2.1.1 概念	020	2.4.2 表现方式	024
2.1.2 基本构成	020	2.5 语言	026
2.2 主题	021	2.5.1 概念	026
2.3 结构	021	2.5.2 特点	026
2.3.1 概念	021	2.6 二度创作	026
2.3.2 叙事结构	021	2.7 叙事视点	027
2.3.3 特征	023	2.7.1 叙事视角	027
2.3.4 影片《撞车》结构分析	024	2.7.2 视点与悬念	028
2.4 人物角色	024	2.7.3 案例分析	029

3.1 构图	031
3.1.1 构图	031
3.1.2 摄影中的构图技巧	033
3.2 景别	033
3.3 角度	034
3.3.1 角度的概念	034
3.3.2 水平拍摄角度	034
3.3.3 垂直拍摄角度	034
3.4 色彩	035
3.4.1 色彩的含义	035
3.4.2 颜色的分类	035
3.4.3 色彩的作用	035
3.4.4 色彩在影视作品中的分析方法	036
3.4.5 案例分析	036
3.5 光线	037
3.5.1 光线的方向	037
3.5.2 影视造型中的光线及功能	038
3.6 声音	038
3.6.1 语言	039
3.6.2 音乐	041
3.6.3 音响	042
3.6.4 同期声	042

3.6.5 拟声效果	043
3.6.6 案例赏析	043
3.7 运动	044
3.7.1 运动摄影的含义	044
3.7.2 运动摄影的分类	044
3.8 剪辑技法	045
3.8.1 分剪	045
3.8.2 镜头的拼剪	046
3.8.3 变格剪辑	047
3.8.4 跳剪	047
3.8.5 碎片剪辑	047
3.9 节奏	048
3.9.1 影响影视节奏的因素	048
3.9.2 把握影视作品的节奏	048
3.9.3 节奏的运用表现形式	048
3.9.4 节奏的分类	049
3.9.5 案例分析	050
3.10 视听语言——造型	050
3.10.1 舞美造型	050
3.10.2 空间造型	051
3.10.3 人物造型	053
3.10.4 案例分析	055

4.1 影视心理学的概述	056
4.1.1 影视心理学的概念	056
4.1.2 影视心理学的研究范畴	056
4.2 影视心理学的功能	056
4.3 影视心理学的要素分析	057
4.3.1 心理补偿与心理认同	057
4.3.2 剪辑点	057
4.3.3 情景设置寓意	058
4.3.4 蒙太奇	058
4.3.5 记忆	058

4.4 影视心理的元素解构	059
4.4.1 光线与心理	059
4.4.2 色彩与心理	060
4.4.3 声音与心理	061
4.4.4 影像与心理	062
4.5 影视心理角度的写作方法	065
4.5.1 人物形象心理分析与观众心理分析	065
4.5.2 视听语言的心理分析	065
4.5.3 人物角色心理学分析	066
4.5.4 戏剧冲突的心理分析	070

5.1 影视社会学概念 071

5.2 影视社会学涵盖的范畴 071

5.2.1 影视社会形态 071

5.2.2 影视社会存在 071

5.2.3 影视社会意识 071

5.2.4 影视社会要素 072

5.3 影视社会学进行影视作品分析的方法 073

5.3.1 影视社会学元素解构 073

5.3.2 从影视社会学角度进行影视作品分析 074

6.1 影视技术分类 076

6.1.1 动作捕捉技术 076

6.1.2 三维特效和合成特效 077

6.1.3 3D视觉 078

6.1.4 变格 079

6.1.5 VR技术 080

6.1.6 CG技术 081

6.1.7 键控技术 082

6.1.8 4K 082

6.1.9 剪辑技术 083

6.2 影视技术的应用 083

6.2.1 影视技术分析方法 083

6.2.2 短评案例分析 084

7.1 影视传播学的研究对象 085

7.2 影视传播相关理论 085

7.2.1 麦克卢汉的有关理论 085

7.2.2 传播过程的循环和互动模式 086

7.2.3 议程设置理论 086

7.2.4 影视符号学理论 086

7.2.5 语境理论 087

7.2.6 人际传播和大众传播 087

7.3 影视传播相关理论 088

7.3.1 人内传播 088

7.3.2 人际传播 088

7.3.3 群体传播 088

7.3.4 组织传播 088

7.3.5 大众传播 089

7.4 传播学的受众分析 089

7.4.1 受众的基本特点 089

7.4.2 受众对媒介的影响 089

7.4.3 受众的分类 090

7.4.4 传播者对受众的角色期待 090

7.4.5 案例分析 090

7.5 影视传播的写作方法 091

7.5.1 影视传播写作理论 091

7.5.2 案例分析 092

8.1 影视批评的概念	095	8.4.2 叙事批评	098
8.2 影视批评的作用	095	8.4.3 主题批评	098
8.2.1 引导消费和提升品位	095	8.4.4 艺术批评	098
8.2.2 反哺创作和把握方向	096	8.4.5 制作批评	098
8.2.3 打造精品和拓展理论	096	8.5 批评实例	099
8.3 影视批评的写作方法	097	8.5.1 电影——“西游”IP是过度消费	099
8.4 影视批评模式	097	还是莫负好时光	099
8.4.1 社会批评	097	8.5.2 大电影	100

9.1 中国电影概述	102	9.6 电影大师作品风格分析	122
9.1.1 中国导演的代际划分	102	9.6.1 张艺谋	122
9.1.2 台湾电影综述	106	9.6.2 陈凯歌	122
9.1.3 香港电影分析	108	9.6.3 冯小刚	123
9.2 好莱坞电影分析	110	9.6.4 大卫·里恩	123
9.2.1 好莱坞电影	110	9.6.5 希区柯克	123
9.2.2 好莱坞类型电影的划分	110	9.6.6 奥逊·威尔斯	125
9.2.3 新好莱坞电影	111	9.6.7 吕克·贝松	125
9.2.4 好莱坞导演点评	113	9.6.8 罗伯托·贝尼尼	126
9.3 欧洲电影	115	9.6.9 小津安二郎	126
9.3.1 法国电影	115	9.6.10 黑泽明	127
9.3.2 意大利电影	117	9.6.11 金基德	127
9.3.3 英国电影	119	9.6.12 奉俊昊	128
9.4 日本电影分析	120	9.6.13 李行	129
9.4.1 日本电影简史	120	9.6.14 侯孝贤	130
9.4.2 暴力美学在日本武士电影中呈现	121	9.6.15 杨德昌	131
9.5 韩国电影分析	122	9.6.16 徐克	131
		9.6.17 吴宇森	132
		9.6.18 周星驰	132
		9.6.19 胡金铨	133
		9.6.20 张彻	133