

<<真人秀节目>>

图书基本信息

书名：<<真人秀节目>>

13位ISBN编号：9787309057164

10位ISBN编号：7309057163

出版时间：2007-9

出版时间：复旦大学

作者：谢耘耕

页数：238

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>

<<真人秀节目>>

内容概要

真人秀节目的秘诀在于它不断地发展自身以投观众所好。

对普通人来说，它是成就梦想的捷径；对电视业来说，则是名利双收的利器。

在媒体丰裕时代，真人秀所创造出的商业模式让电视业焕发了活力。

作为真正的业内专家，作者以严密的逻辑、学术的态度和负责的精神写就《真人秀节目：理论、形态和创新》一书。

提供了迄今为止关于真人秀节目的最佳读本。

本书具有三大创新：· 遵循真人秀节目历史—节目类型—叙事策略—形态创新—节目营销的逻辑顺序，构建了一个相对完整的学术框架。

· 侧重于真人秀节目总体特征与具体样本的阐述，体现了理论规律与操作细则的深度结合。

· 着眼于未来的分析视角和问题解决型思维。

书中对真人秀节目的存在问题、创新方法和发展思路给出了许多真知灼见。

对于广播电视界的专业人士，《真人秀节目：理论、形态和创新》是一本难得的创新教材。

对于喜爱真人秀节目的业余读者，它是一本真人秀解密手册。

<<真人秀节目>>

作者简介

谢耘耕，现为东方卫视高级编辑，复旦大学管理学院博士后，北京大学媒体与传播研究所研究员，中央电视台客座研究员，北京外国语大学新闻与传播系客座教授，第七届世界传媒经济学术会议学术委员，上海市作家协会会员。

谢耘耕大学毕业后进入新闻媒体，先后有二十多篇新闻作品获中国新闻奖、中国广播电视新闻奖、上海、湖北新闻奖；并在核心期刊发表论文五十多篇；出版《传媒资本运营》等3本专著。1996年10月被中共湖北省委宣传部、湖北省记协、共青团湖北省委授予“湖北省十佳青年记者”称号；1999年，经过竞争上岗，出任湖北人民广播电台经济频道总监；2001年11月，作为高级人才引进到上海文广影视集团；2004年11月，被中国广播电视学会评为“全国百优理论工作者”。

<<真人秀节目>>

书籍目录

序言前言第一章 真人秀节目概述 第一节“真人秀”的形态特征 一、真人秀节目的基本特征 二、真人秀节目与纪录片、肥皂剧、游戏类节目的区别 第二节 国外真人秀节目的兴起和发展 一、国外真人秀节目的兴起 二、国外真人秀节目的发展 第三节 中国真人秀节目的发展历程 一、中国真人秀节目的兴起 二、中国真人秀节目的徘徊 三、中国真人秀节目的发展 第四节 真人秀节目兴起的原因 一、真人秀节目是大众文化消费需求与电视媒体的结合 二、真人秀节目是国内外娱乐类节目升级换代的产物 三、真人秀节目拥有巨大的市场空间第二章 真人秀节目类型(一) 第一节 表演选秀型真人秀节目 一、表演选秀型真人秀节目概述 二、表演选秀型真人秀节目关键元素 三、表演选秀型真人秀节目游戏规则 四、表演选秀型真人秀节目发展趋势 第二节 野外生存型真人秀节目 一、野外生存型真人秀节目概述 二、野外生存型真人秀节目关键元素 三、野外生存型真人秀节目发展趋势 第三节 职场创业型真人秀节目 一、职场创业型真人秀节目概述 二、职场创业型真人秀节目关键元素 三、职场创业型真人秀节目发展趋势 第四节 生活服务型真人秀节目 一、生活服务型真人秀节目概述 二、生活服务型真人秀节目关键元素 三、生活服务型真人秀节目发展趋势第三章 真人秀节目类型(二) 第一节 益智游戏型真人秀节目 一、益智游戏型真人秀节目概述 二、益智游戏型真人秀节目关键元素 三、益智游戏型真人秀节目发展趋势 第二节 室内体验型真人秀节目 一、室内体验型真人秀节目概述 二、室内体验型真人秀节目关键元素 三、室内体验型真人秀节目发展趋势 第三节 婚恋约会型真人秀节目 一、婚恋约会型真人秀节目概述 二、婚恋约会型真人秀节目关键元素 三、婚恋约会型真人秀节目发展趋势 第四节 角色置换型真人秀节目 一、角色置换型真人秀节目概述 二、角色置换型真人秀节目关键元素 三、角色置换型真人秀节目发展趋势第四章 真人秀节目的叙事策略 第一节 故事 一、人物命运的故事 二、人际关系的故事 第二节 情节 一、真实感 二、丰富性 三、仪式感 四、节奏感 五、感染力 第三节 人物 一、选手 二、评委 三、主持人 第四节 冲突 一、人与环境的冲突 二、人与人的冲突 三、人的内心冲突 第五节 悬念 一、运用时间限定,制造延宕效果 二、重复同一问题,延缓提供答案 三、突出反常情境,延缓道破原因 四、暴露矛盾冲突,激化矛盾冲突 五、凸现或隐没冲突双方之一的信息 六、变换叙事节奏,放慢叙事进程 七、采用“草蛇灰线”,增加叙事意象第五章 真人秀节目的创新 第一节 真人秀节目的创新概念 一、理念创新 二、内容创新和形态创新 第二节 真人秀节目创新战略的选择 一、真人秀节目创新的类型 二、率先创新的优势和风险 三、模仿创新成功之道 四、真人秀节目创新战略的选择 五、电视节目形态的版权保护 第三节 真人秀节目创新的价值塑造 一、真人秀节目创新的价值特征 第四节 真人秀节目创新全流程设计 一、真人秀节目创新全流程设计 二、独立的节目研发机构 第五节 真人秀节目的创新技法 一、形态创新——组合创新法 二、内容创新——特性列举法 三、移植创新法第六章 真人秀节目的营销和产业链 第一节 真人秀节目营销 一、节目营销 二、整合营销 第二节 真人秀节目的广告经营 一、真人秀节目的广告营销 二、真人秀节目的广告种类 三、真人秀节目的定价策略 第三节 真人秀的延伸产业链 一、版权 二、音像制品、图书、电影、电视剧 三、商业演出及艺人经纪 四、新媒体业务 五、其他类延伸产业参考文献后记

<<真人秀节目>>

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>