

<<解密中国电视>>

图书基本信息

书名：<<解密中国电视>>

13位ISBN编号：9787507411102

10位ISBN编号：7507411109

出版时间：1999-04

出版时间：中国城市出版社

作者：张锦力

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>

## <<解密中国电视>>

### 作者简介

张锦力

资深记者，电视自由策划人。

1986

年大学毕业后分配到人民日报经济部工作。

采写的报道多次获奖。

曾率先报道

华旗事件、明星碑事件、脑黄金事件。

1994年开始进入电视圈、策划创办了北京台《北京特快》、《创意空间》及北京有线台《选择》、《有线观察》等栏目，还曾参与过中央台《生活》、《实话实说》、《社会经纬》、《半边天》等栏目的改版或节目策划。

此外，还为

许多专题片及晚会撰稿，并在电视界首先提出了颇有影响的“三解论”和“洗菜论”。

## <<解密中国电视>>

### 书籍目录

目录

序

自序

第一章 《东方时空》、《焦点访谈》的电视导向对吗？

有人说：中国电视改革90年代最具有划时代意义的成果，就是诞生了《东方时空》和《焦点访谈》。

有

《东方时空》撑腰，平民百姓扬眉吐气；有《焦点访谈》威慑，腐败分子闻风丧胆。

《焦点访谈》成了老百姓

心目中的清官，《东方时空》成了电视人学习的楷模。

然而，作者却说《东方时空》与《焦点访谈》的电视导向偏了为什么？

一、《东方时空》、《焦点访谈》的导向偏了

二、这几年，中国电视改革都做了些什么

三、电视的本质是什么

四 电视的最大优势是什么

五、曝光和纪实是新闻传播吗

六、纪实热、曝光热干扰电视新闻的改革

七、中国电视改革的主流取向是什么

八 电视人新闻意识在觉醒

第二章 跟进《快乐大本营》，是死是活？

在国内娱乐节目日渐滑坡、萎靡不振之时，湖南卫视的《快乐大本营》再次刮起娱乐旋风，各地电视台迅速跟进模仿。

一时间，娱乐节目充斥荧屏。

对于这股方兴未艾的娱乐热，作者却断言：《快乐大本营》的绝大多数跟进模仿者将半途夭折！

一、一道最亮丽的风景线

二、《快乐大本营》为何火爆

三、对《快乐大本营》的质疑

四、为什么要提倡大众化、通俗化

五、提倡大众化并不是降低节目质量标准

六、通俗化不是庸俗化

七 骨子不改，一切枉然

第三章 电视宣传是难有作为，还是大有作为？

在任何国家，宣传都无时不在，无处不在。

当今

## <<解密中国电视>>

中国的电视宣传尤为重要 但许多电视记者对电视宣传大感头痛，为什么？

如何完善经济宣传？  
如何完善会议宣传？  
如何完善英雄模范宣传？  
如何搞好政策法规宣传？  
如何搞好领导人宣传？  
如何利用评论搞宣传？

一、“消解宣传”成为新闻界的一种新思潮  
二、宣传存在的必然性与合理性  
三、正确理解和认识宣传的概念和功能  
四、“消解宣传”带来的人格分裂及其危害  
五 如何改进宣传工作  
第四章 电视观众的十五大需求与七大空白点  
今天，观众为什么变得越来越难伺候？

今天，编导们为什么煞费苦心 往往还是剃头挑子一头热？

今天，观众对电视媒体的最大需求在哪里？  
最大空白点又在哪里？

今天 电视编导怎样才能摸准观众的脉搏？

一、今天的观众怎么了  
二、观众变了，重视观众的方式却没有变  
三、该如何了解观众的需求  
四、观众对电视的需求特点与规律  
五 当今电视观众的主流需求和空白点  
第五章 电视节目都是怎样策划出台的？

在电视界，策划已是炙手可热，策划流行、策划走俏成为90年代中后期中国电视的一道新景观。

那么，目前的电视策划能算是真正意义上的策划吗？

它有哪些误区？  
目前的电视节目又是怎样出台的？

怎么才能策划出成功的电视节目？

一、电视策划为何走红

## <<解密中国电视>>

- 二、目前电视策划的误区
- 三、如何在变化中把握观众需求的脉搏
- 四、如何超越竞争对手
- 五 科学策划时代已来临
- 第六章 中国合格的电视节目主持人有几个？

荧屏充斥主持人，靓女争当主持人，主持人大潮喧嚣泛起。

少男少女用他们热辣辣的目光，企业家用他们大量的广告投入，老百姓用他们茶余饭后的品头论足，表达了他们对电视节目主持人的羡慕与崇拜。

然而，日趋庞大的主持人队伍，其中到底有多少可以称得上是真正的主持人？

又有多少主持人可以说是合格的？

- 一、主持人大潮涌动
- 二、谁是电视节目主持人
- 三、谁是合格的电视节目主持人
- 四、观众为什么讨厌主持人
- 五 主持人为什么会常常找不着北
- 六、靓女为什么争当主持人
- 七、如何培养优秀主持人
- 八、主持人必须掌握的基本功

附 对目前优秀节目主持人的调查和评价

第七章 中国电视人的十三大弊病

杂志攻讦电视人找不着北，报纸讥讽电视人修养欠火候，老百姓报怨电视人太没水准，就连电视人自己也自惭形秽，自觉底气不足。

中国电视人究竟有哪些弊病？

又是什么因素阻碍了电视人素质的提高？

- 一、不研究竞争对手
- 二、缺乏创新意识
- 三、采访拍摄前准备不足
- 四、提问水平低下
- 五、缺乏现场捕捉新闻的能力
- 六、写作水平不高
- 七、编辑水平不高
- 八、不爱思考
- 九、不学习，不积累，缺乏底蕴
- 十、耐性不足
- 十一、缺乏激情
- 十二、骄傲自大
- 十三、没有危机感

## <<解密中国电视>>

### 第八章 电视使命感异化的危害有哪些？

没有责任感，电视人怎能为民做主，匡扶正义？

没有使命感，电视人又怎能不畏艰险，严惩腐败？

《东方时空》、《焦点访谈》之所以成功，就在于这两个栏目组里聚集了一批内心充满责任感和使命感的电视人。

但是，责任感、使命感走过了头，用过了劲，发生了异化 就会有很大危害 甚至对社会也有极大的破坏作用。

- 一、中国新闻电视的“双子座”
- 二、责任感和使命感是电视生命力之所在
- 三、警惕使命感的异化
- 四 如何防止使命感的异化

### 第九章 中国电视机制的六大泥潭

电视人的诸多弱点源于机制，电视界的各种问题源于机制。

机制决定着整个电视界的发展与进步 而中国电视机制却陷入了数个泥潭。

问一声电视人 谁来引导中国电视界走出泥潭？

- 一、根本问题在机制
- 二、垄断仍是目前电视的最基本形态
- 三、电视用人机制改革的利与弊
- 四、电视选拔机制的误区
- 五 电视分工机制的误区
- 六、电视策划机制的误区
- 七、再造培养机制

### 第十章 中国电视明天干什么？

今天，中国电视界面临的最大矛盾是什么？

明天，中国电视界面对的发展趋势是什么？

中国能否出现商业电视台？

为什么说电视业是本世纪中国最后一块超额利润的面包？

- 一、最后的晚餐
- 二、报纸近年来的改革回顾
- 三、电视发展趋势预测

<<解密中国电视>>

四、电视是又一块超额利润的蛋糕  
五、投资电视节目公司的利润分析  
六 电视界的全面人才竞争  
后记

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>