第一图书网, tushu007.com

<<注意力>>

图书基本信息

书名：<<注意力>>

13位ISBN编号：9787507422733

10位ISBN编号：7507422739

出版时间：2010-6

出版时间：中国城市出版社

作者：李永进，张革　主编

页数：228

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

前言

让我们从《阿凡达》淡起，正是这部影片，在全球掀起了一阵观影狂潮。
在中国，这部电影同样创造了13亿元人民币的票房奇迹，为了看到视觉效果最佳的版本，影迷们甚至凌晨赶去电影院排队买票，一票难求之程度，有媒体与“春运”火车票相比。
《阿凡达》时长大约156分钟，导演卡梅隆运用逼真的3D特效把观众带人了另一个世界，这个世界里有飞流直下的瀑布、漂浮云中的山峦、似含羞草的粉红植物、旋转飞行的“蜥蜴”、夜间发光的森林，似水母般在空气中游动的树种等，这一切经过3D特效的渲染，让人仿佛身临其境，将近三个小时看下来意犹未尽，丝毫不会觉得乏味。
“这是一场大师级的视觉盛宴，是绝不可错过的一次梦境旅行”，导演陆川在博客上如是说。
由此，引出一个不新的名词，那就是“眼球经济”或者“注意力经济”，《阿凡达》的成功，很大程度上在于它吸引了大众的注意力，因此，谁掌握了消费者的注意力，谁抓住了消费者的眼球，谁就会获得成功。
当今是一个“注意力经济”的时代，注意力资源已经成为十分稀缺的经济资源，不但成为财富分配的重要砝码，而且经营注意力资源的产业获得迅猛发展，成为高利润的新兴产业群，注意力经济正在形成。
本书以“注意力”为切人点，精选了电影、电视、戏剧等领域的19个最新典型案例，这些案例紧紧围绕“注意力”这个关键词展开，深入挖掘这些作品是如何吸引大众的“注意力”并最终取得成功的。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书是一部关于文化创意产业的专业书籍，分别从票房传奇、荧幕热剧、品牌栏目、戏剧新声、经典一瞥五个方面，在经典和时尚并重、兼顾质量和多元文化、突出精品的原则下，精心挑选了当代文化创意中不容忽视的、创作水准出众的优秀文化作品。

本书不仅可作为广大读者了解我国优秀文化作品的窗口，同时也是文化创意产业人员拓宽视野、启迪智慧和努力创新的灵感来源，对于专业读者来说具有重要的参考价值。

<<注意力>>

书籍目录

一、票房传奇　当之无愧的世界之王——《阿凡达》再创票房神话　　《阿凡达》的横空出世，给中国电影提出了一些需要面对的新课题、新挑战，在诸多方面也带来了思考和启示。
《阿凡达》缘何成就票房奇迹，《阿凡达》对我国化创意产业有何启示，中国离《阿凡达》还有多远，本文将一一解读。
　不可复制的“主旋律市场大片”——《建国大业》为何能开创“票房大业”　　用一种反商业模式达到了最大的商业化；用一种娱乐形式传达了主旋律意图；用体制优势进行拍摄，用商业模式进行推广，《建国大业》的模式不仅在中国前无古人，在世界范围内也绝对是一次大胆的尝试，因此，《建国大业》开创了票房大业。
　风情占尽百花园——《集结号》为什么能够一枝独秀　　中国战争大片能够对人性、对平民、对普通英雄有如此深厚的人文关怀，这应该说在中国电影史上是非常难得的一个范例。
也正因为如此，《集结号》当之无愧成为中国战争电影中的一部典范作品。
　金鸡唱响《云水谣》——《云水谣》为什么能够一鸣惊人　　把主旋律、浪漫爱情、商业化这三个元素结合在一起，是导演非常大胆的尝试和创新。
从这一点上看，与其说本届金鸡奖最佳故事片奖颁给了《云水谣》，不如说金鸡把奖项颁给了一种敢于开拓、勇于创新的精神。
　多元化打造电影产业链新纪元——《长江七号》，收获的不仅是票房　　《长江七号》的启示不仅仅是因为它给我们带来了童话世界的梦想和温暖，更是因为它给我们带来了可爱的外星狗“七仔”，开创了多元化打造电影产业链的新纪元，也给我国的电影衍生品市场和创意文化产业的产业链的完善带来了启发和思考。
二、荧屏热剧　《潜伏》为什么这么火——电视剧《潜伏》魅力解读　　《潜伏》的播出，引发了国产电视剧的又一次观看热潮，其细腻的情节，扣人心弦的叙事，让每一个观众都会有所感悟。
电视剧《潜伏》俘获观众的四张王牌为：一是信仰在这里没有沦为说教，二是谍战和情感两条线索的完美融合，三是人物的立体化塑造，四是其独特的电视剧营销模式。
　不抛弃，不放弃——《士兵突击》何以一夜走红　　作为一部男人戏，《士兵突击》达到了“男女通吃”的效果。
该剧从头到尾没有出现过一个女性角色，在这个方面它开创了中国电视剧的先河。
它的成功之处是真实生动，引人入胜，是一部呼唤美好心灵回归的神圣作品。
　一部现实主义的平民英雄史诗——《闯关东》之解读　　闯关东是一部隐藏在民间的鸿篇巨制，其中所蕴涵的悲欢离合的情感命运、五彩纷呈的文化交流以及自强不息的民族精神，天然具有一种震古烁今的文化力量，从这个角度出发，就不难理解为什么这样一部电视剧能够给我们带来震撼了。
　央视刮起乡土风——从《乡村爱情》说起　　近期，在央视刮起一股乡土风，农村题材电视剧“土”并时尚着，其根本原因在于符合了时代的主旋律和满足了人们的精神诉求。
三、品牌栏目　学术风骨，大众情怀——《百家讲坛》成功密码解析　　《百家讲坛》成功的原因尽管有很多，但是它的平民化路线却是它走向成功的核心理念和制胜利器，从精英文化到大众文化的转变，让《百家讲坛》找到了自己的文化定位。
　开启综艺节目的“民生时代”——从《星光大道》的火暴谈起　　在CCTV有这样一位主持人，他不但幽默睿智，而且任何人都可以拿他开涮，甚至任何人都可以对他的长相进行“诋毁”，他就是毕福剑。
这样的主持人主持的节目不火才怪呢!打造电视频道的品牌魔方——凤凰卫视的创意之路“错误和挫折使我们变得比较聪明起来，懂得了塑造品牌、经营品牌、管理品牌的重要意义。
懂得了品牌自身生长、消亡、更新和转移是有规律的，这是我们必须学习和认识的。
”——凤凰卫视行政总裁　刘长乐四、戏剧新声　用创新思维奏响京剧艺术的时代乐章——从京歌佳^储兰兰谈京剧的创新拜师于著名京剧表演艺术家张君秋大弟子蔡英莲的青年演员储兰兰，将传统京剧和现代歌曲巧妙地结合起来发明了新京剧，她也被称为京歌佳人。
这样的理念和做法对于弘扬京剧艺术，让京剧更时尚、更有生命力是一次有益的尝试。

四百年一梦到今宵——从青春版《牡丹亭》的轰动谈起白先勇制作的青春版《牡丹亭》，通过现代舞台的表现手法，叙写古老浪漫的爱情故事，重视舞台包装；通过编导舞关、音乐等舞台整体关的有机配合，使古雅的昆剧艺术与现代气息相融合，较准确地找到“传统”与“新意”的契合点，为传统戏曲的传承和发展找到了一条新路。
……五、经典一瞥参考文献

章节摘录

（二）超级龙套表演也出彩　　在妇女代表这场戏中，有两位男演员被阴差阳错地生塞了进来，一是负责照相的郭德纲，二是误人镜头的男代表梁家辉。
为了能说上一两句台词，梁家辉不得不在“男代表不能照合影”这种问题上扯皮，不过倒是令这段原本说教乏味的戏增色不少。
成龙在片中扮演采访李济深的香港记者，梳着分头，戴着眼镜，老态龙钟，操着粤语煞有介事地采访，刚亮相时几乎没人认出此人竟是“大哥”。
这种惊诧效果正是黄建新导演的妙招，反而能加强观众的印象，所以成龙毫不介意扮老扮丑。
葛优饰演的解放军团长卢广声与王宝强饰演的解放军战士在片中可算是一对活宝。
为了加强片中中共方面的“明星级别”，剧组为葛优量身定做了这位把北京城墙当成了大户人家院墙的草根团长，是挺好笑的，但略有生硬之感。
黄晓明饰演毛泽东的贴身侍卫李银桥，满脸赤诚，忠心耿耿。
他向毛泽东引见一心想见毛主席的大厨，主席给了大厨一根烟，大厨舍不得抽。
后来蒋介石轰炸解放区，主席躲过一劫，大厨却为了抢夺出给主席炖好的红烧肉而葬身火海，李银桥为此热泪盈眶。
大厨很有“范德彪”的喜感，李银桥很有淳朴战士的气质，两人一唱一和，亦庄亦谐。
陈道明饰演国民党警备大队长阎锦文。
陈道明对自己这一角色在造型上提出了“左轮手枪、短款夹克”的建议，不是为了看上去更帅更飒，而是他在做了大量的研究功课后考证出的真实戎装，甚至对站姿、敬礼都做了深入研究。
其实导演最初是想找他演蒋介石的，但因为档期原因，他只能抽身过来跑跑龙套，不过角色虽小，却够帅、够酷、够戏剧性，甚至还有几分喜感。
李连杰饰演国民党海军、陆军一级上将陈绍宽。
尽管只露了一小脸儿，但一身戎装的李连杰英气逼人，念出“自己人打自己人，这种事我做不出来”的铿锵台词时绝对具有说服力，绝对堪称惊鸿一瞥。
刘德华饰蒋介石贴身侍卫俞济时。
俞在片中奉命在开国大典之际轰炸天安门，这是一次被史料记载的失败行动，因为美军拒绝国民党飞机在韩国停靠加油，导致暗杀计划夭折。
蒋介石在得知美国拒绝飞机停靠的消息后黯然神伤，命令俞济时撤销暗杀计划，俞济时点头退下，忽又驻足回望蒋介石的落寞背影。
这一回头，刘德华演出了俞当时的伤怀与怅惘，令人记忆犹新。

编辑推荐

在这“注意力经济”时代，《注意力：创意产业案例之影视戏曲篇》将为您揭晓——《阿凡达》的票房神话是怎样缔造的？
《建国大业》不可复制的“主旋律市场大片”是怎样诞生的？
《集结号》如何成为“中国战争电影的里程碑”？
《士兵突击》何以开创了中国电视剧的先河？
《百家讲坛》怎样从默默无闻到一鸣惊人？
凤凰卫视的品牌之路是怎样走出来的？
白先勇的青春版《牡丹亭》何以火暴校园？

第一图书网, tushu007.com

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