

<<中国体育的电视化生存>>

图书基本信息

书名：<<中国体育的电视化生存>>

13位ISBN编号：9787807302834

10位ISBN编号：7807302836

出版时间：2007-3

出版时间：学林出版社

作者：李辉

页数：372

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>

<<中国体育的电视化生存>>

内容概要

正像作者在书里面叙述的那样，体育电视是电视的一个门类而已，具有电视的普遍规律，但是体育电视有自己的一些独特规律，需要总结、探讨。

这本书主要是记录了编者共同的一些经验和操作的实务。

书中的很多照片以及图文，参考书目及文章，给本书的很多章节提供了大量的资料。

在全书十一个章节中，用力最勤的是有关于内容的篇章：新闻篇、赛事篇、专栏篇以及奥运篇和世界杯篇，因为多年从事的大部分工作是电视内容方面的制作，因此心得也就多一点。

电视是一个发展很快的行当，特别是技术的发展常常带动体育电视的高速发展，但是和所有的行业一样，有很多规律是不变。

编者试图从一些亲身经历过的工作中总结出这些规律来，供自己的同事以及同行们借鉴以及讨论。

<<中国体育的电视化生存>>

作者简介

李辉，男，1972年4月出生，上海市人。

1993年毕业于上海复旦大学新闻学院，进入上海电视台体育部工作；1998年担任体育部副主任。

2001年调入新闻中心工作担任上海电视台APEC特别报道总导演、中国入世（WTO）特别报道总策划和总导演。

2002年起担任中国最大的民营电视机构光线传媒集团全国节目总监并筹建上海光线。

2004年4月起担任上海文广新闻传媒集团体育频道常务副主编。

2005年2月至今担任上海文广新闻传媒集团体育频道副总监，东方篮球俱乐部董事、有线排球俱乐部董事。

曾经参与和组织报道过1996年、2000年、2004年奥运会，1994年、1998年、2006年世界杯足球赛，以及其他的一系列包括亚运会、欧锦赛、ATP大师赛、黄金男径大奖赛和F1在内的大型体育赛事报道。

<<中国体育的电视化生存>>

书籍目录

走过了山坳，路还长（代自序）第一章 我们在路上——中国体育电视大势篇 第一节 中国体育电视发展简史：从第一次亲密接触到21世纪最有前途的“朝阳产业” 第二节 CCTU5：我是老大我怕谁 第三节 SMG体育频道：总有一条路是适合我们的 第四节 其他体育电视势力：活着是最重要的第二章 没有钱是万万不能的——中国体育电视营运篇 第一节 中国体育电视营运之电视广告：一条脆弱的生命线 第二节 中国体育电视运营之体育版权交易：强者愈强的舞台 第三节 中国体育电视运营之赛事及活动的组织：创新铸就新路 第四节 中国体育电视运营之其他方式：多多益善的选择第三章 没有品牌，你连一根牙签也卖不掉——中国体育电视品牌篇 第一节 体育电视品牌的重要性：品牌的力量是无穷的，没有品牌的日子是难过的 第二节 如何打造中国体育节目的品牌：要做的事情很多，就让我们开始吧第四章 内容为王——中国体育电视新闻篇 第一节 电视体育新闻制作的流程：这是一个细活，从流程到人员，从技术到创新，所有一切都需要天赋、时间以及不断的练习。还有一些有意思的关键词值得品：镜头、更衣室、细节、私生活、心里话、失败者以及有话直说 第二节 电视体育新闻的几个关键词解读：一些有必要厘清的词语，窄播与分众、头条、焦点报道、评论、信息量、娱乐化、连线报道以及采编播合一，可能没有采访中的关键词那么有趣，但显然更加重要第五章 五者之首——赛事篇 第一节 赛事制作的灵魂人物——赛事导演：一个十全十美的保姆 第二节 从中超转播看中国体育赛事的转播：中超的水平虽然是三流的，但电视的传播应该是一流的 第三节 从CBA转播看中国体育赛事的转播：在中国，篮球也许比足球更有群众基础，所以转播质量要经得起群众挑剔的眼光 第四节 中国体育赛事制作团队的建立：奥运来了，让我们也分一杯羹，但是首先要拉起一支正规军来，而不是现在的游击队 第五节 体育赛事的转播信号包装：一个精细的美化工作，意味着比赛在开球前半小时就开始了第六章 创新为魂——中国体育电视专栏篇第七章 为你朝思暮想——中国体育电视奥运篇第八章 巅峰之旅——中国体育电视世界杯篇第九章 舞林大会也是武林大会——中国体育电视主持人篇第十章 条条大道通罗马？——中国体育电视新媒体篇第十一章 越收越紧的紧箍咒——中国体育电视突围篇参考书目及文章

<<中国体育的电视化生存>>

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>