

<<电视剧理论与编剧技法>>

图书基本信息

书名：<<电视剧理论与编剧技法>>

13位ISBN编号：9787106034610

10位ISBN编号：7106034614

出版时间：2012-5

出版时间：陈立强 中国电影出版社 (2012-05出版)

作者：陈立强

页数：274

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>

<<电视剧理论与编剧技法>>

内容概要

电视剧是一种通过人物扮演叙述虚构故事的影像文类。
冲突、激变与性格构成戏剧性的三个基本要件。
编剧要善于构建移情人物，从而获取大面积受众的忠诚度阅读。
场景动力源自人物的戏剧性需求，阻力则来自人物实现目标的反对者及其他种种困难、障碍。
场景写作要遵循晚进早出、曲线以及“情感交替和回报递减”等原则。
台词叙事诉求表现为性格化、语境化、动作化、戏剧性、风格化、节奏化、简约化。

<<电视剧理论与编剧技法>>

作者简介

陈立强，1968年生，湖南省隆回县人，中国传媒大学影视艺术学院毕业，博士，中国高等院校影视学会理事 曾供职湖南电视台卫星频道、甘肃广播电影电视总台等影视传媒机构，做过记者、编导、节目总监、台长助理。

现于高校从事电视新闻、电视编导及电视剧编剧的研究与教学。

<<电视剧理论与编剧技法>>

书籍目录

绪论：电视剧编剧的成长路径与训练技法 第一章电视剧的文类特质与类型区分 第一节电视剧的文类特质及其意义内涵 第二节电视剧的类型区分 第二章电视剧的传播对象与传播图景 第一节电视剧的受众分析 第二节电视剧受众的收视诉求 第三节电视剧的中介传播对象及传播意志 第四节受众观剧模式及其阅读革命 第五节电视剧的受众流图景 第三章电视剧的选题、主题及戏剧性 第一节电视剧的选题策略及其原则 第二节电视剧主题与艺术母题 第三节故事与故事的戏剧性 第四章电视剧的人物体系 第一节电视剧人物的功能 第二节电视剧的人物体系 第三节二元对立的人物关系 第四节电视剧人物的其他分类 第五节电视剧人物的技术性设计 第六节受众移情与人物构建 第七节故事创意与人物设计 第五章电视剧的时空因素及结构关系 第一节电视剧的时空因素 第二节电视剧的结构关系 第六章电视剧的悬念机制 第一节叙事性悬念的运行机制 第二节场景性悬念技法 第三节结构性悬念技法 第七章电视剧的场景 第一节场景的四个因素与戏剧价值 第二节场景的类型 第三节场景动力学 第四节场景段落的写作技法 第五节场景叙事原则 第八章电视剧的台词 第一节台词的意义与功能 第二节台词设计的叙事诉求 第三节台词类型 第四节台词技法 第九章电视剧的开头与结尾 第一节主人公出场与开头技巧 第二节大结局与结尾 第十章电视剧的叙事技法 第一节戏剧说明 第二节环境描述 第三节表演提示 第四节闪现 第五节道具 第六节伏笔 第七节戏剧冲突与两难困境 第十一章电视剧编剧的文案类型 第一节文学剧本 第二节分镜头剧本 第三节内容提要 第四节故事梗概 第五节分集大纲、分场大纲及其他 主要参考文献

<<电视剧理论与编剧技法>>

章节摘录

版权页：5.为特定团队量身定做的选题策略 一些有实力的演员，自己组建制作团队，替自己及自己的演员团队量身定做一部电视剧。

曾经的东北系列农村剧大都如此，《刘老根》、《马大帅》、《乡村爱情》、《圣水湖畔》等选题，都是根据赵本山、范伟、高秀敏等东北笑星群体的表演特点及其艺术擅长进行针对性创作的电视剧。这些颇有知名度的演员群体也给全国受众尤其是北方受众带来了一道道具有浓郁东北气息的影视大餐。

以上是当前电视剧选题中比较突出的一些方法与策略。

除此之外，某些具有长期收视市场的题材范畴，如家庭伦理、历史人物与事件、警匪、军旅等，往往也是比较有价值的选题取向。

事实上，在具体操作中，上述方法与策略往往是综合运用的，如《茶马古道》的选题就兼及地方宣传、民俗风情等策略考虑，而赵本山主导的《乡村爱情》系列剧就融合了为特定团队量身定做的选题策略、东北地方风情的选题策略以及系列剧的选题策略等。

具体到一个团队的某个电视剧选题，开头那句话对此还是颇有意义，那就是说，电视剧选题是一种机缘。

二、电视剧的选题原则 电视剧选题要符合政治诉求原则，这是最基本的选题原则，选题要符合国家法律法规、民族和宗教政策等原则。

政治上绝对不能触雷。

即便一些历史与现实选题具有很高的影视含金量，又有很好的市场预期，但是若政治敏感性太高，就有投资上的强风险性，意味着选题报批与制作成品审查时被枪毙的可能性高。

因此，很多制作团队都会避开那些政治敏感性高、民族与宗教色彩浓的选题。

政治诉求原则是电视剧选题的底线，以下着重阐述受众市场原则、营销模式原则、影视美学原则、社会心理与情绪原则。

1.受众市场原则 当前的电视剧市场化比较充分。

一部电视剧一般花费千万元以上，投资巨大，具有很大的市场风险。

选题要符合市场规律，否则，就会投资失败，也给制作团队带来行业名誉的严重损害。

因此，制作团队对选题异常谨慎。

如果一个选题没有很好的市场预期，就不能付诸实践，没有哪一个投资人愿意自己的投资打水漂。

制作团队在做某个选题时，还会仔细考虑到选题具有什么样的市场卖点。

选题如果有突出的市场卖点，市场前景才有可能好。

选题的市场原则首先需要分析受众市场的状况。

对某一个选题来说，受众市场可以大致分为以下情况：一是成熟且有一定延续期的受众市场。

这是一个很理想的受众市场。

先行的一些影视作品已经打开了市场，有很多受众开始接受同类型的电视剧，并产生延续收视同类电视剧的诉求。

如果选题符合受众定位，那么，该电视剧一投入市场，就可能受到追捧，获得好的收视。

一部热播电视剧的出现往往是这种受众市场类型的重要标志。

由于热播电视剧的拉动，受众市场由此前的半成熟状态拉至成熟状态。

于是，一些制作团队就会跟风，选择一些类似选题，投放到处于延续期的受众市场。

当然，这个市场的延续期究竟有多长，制作团队要仔细地估测，并且要把电视剧生产周期纳入计算中。

一般来说，跟风选题法一定要快，以此减少市场风险。

在《雍正王朝》热播后，清朝题材剧在中国内地的电视剧受众市场进入一个相对稳定的收视延续期，此后一系列的类似选题取得了相应的市场份额。

二是成熟至顶即要下滑的受众市场。

当某种类型的电视剧投放市场的数量达到一定程度后，出现了最热播电视剧后，受众市场到了顶峰，

<<电视剧理论与编剧技法>>

也意味着即将有下滑的趋势。

比如，清朝题材剧的受众市场在《雍正王朝》时就走向了成熟，在《还珠格格》系列剧出现后到达受众市场的顶峰，虽然受众市场还在继续向前延续，但开始进入疲劳期。

此时做清朝题材的选题，如果生产周期拉得又很长的话，就会存在较大的市场风险。

<<电视剧理论与编剧技法>>

编辑推荐

《电视剧理论与编剧技法》由中国电影出版社出版。

<<电视剧理论与编剧技法>>

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>