

<<电视、广播和网络的节目编排>>

图书基本信息

书名：<<电视、广播和网络的节目编排>>

13位ISBN编号：9787115200945

10位ISBN编号：7115200947

出版时间：2009-9

出版时间：人民邮电出版社

作者：（美）佩里宾诺索夫，（美）格罗斯，（美）格罗斯 著，王强 译

页数：352

字数：370000

译者：王强

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、广播和网络的节目编排>>

前言

随着科学技术的发展，媒体也发生着日新月异的变化。从广播到电视、从电视到互联网，变化无处不在，各种新媒体也层出不穷。现在，每一类型的新媒体从出现、应用到广为流行或被市场淘汰的时间越来越短。各类数字、网络媒体形态蜂拥而至，博客、播客、虚拟社区、手机流媒体、数字多媒体广播DMB、VOD交互式电视点播系统、P2P应用、移动电视、IPTV、WebTV、楼宇视屏等异彩纷呈。这表明，数字科技已成为21世纪传媒产业发展的核心促动力，它正在重新塑造着传媒产业全新的运作环境，形成一个全新的传媒市场，演变出许多新的媒体形态。

在这种新的复杂的产业和市场环境中，媒介机构的两大制胜法宝是：（1）进行经营管理创新；（2）理顺各种法律关系。

经营管理的创新是摆在我国媒介机构面前的一个重要任务。

在新的环境下，传媒产业的格局发生了巨大变化，各类电子媒体如何在日益激烈的竞争中占有更大的市场份额？

现代销售的正确理念是什么？

广告业务人员应该如何寻找客户获得订单？

电子媒体企业在市场营销的过程中有什么制胜宝典？

各种媒体指标如何使用？

对于这些问题，我们的媒体经营管理者还没有来得及进行深入的思考，有些甚至还没有切实地认识到这些问题。

受传统经营模式的影响，我国广播电视媒体的收入来源和营利模式单一，主要依赖广告。

节目形态不够丰富，缺乏创新意识，互相模仿、克隆，片面追求收视率，频道空心化现象严重。

<<电视、广播和网络的节目编排>>

内容概要

本书适用于传媒院校学生和业内人士，它探讨了广播和电视节目编排的各个方面，并对新媒体和互联网进行了全面深入的分析。

内容包括： 节目创意从何而来以及如何对其评估和发展？

业内人士如何紧跟不断变化的节目编排环境？

互联网如何改变所有的媒体节目编排策略和如何发展出其自身的策略？

节目编排者是什么人以及如何成为其中一员？

本书从业内人士的角度出发，引用了大量最新的案例，是一本对业内人士和想进入此行业的人都很有价值的参考书。

<<电视、广播和网络的节目编排>>

作者简介

菲利浦·佩雷诺索夫 (Philippe Perebinosoff) 现任教于加利福尼亚州立大学广播电视电影系，讲授节目编排、管理和写作。他曾担任网络电视节目编排主管达20年。在ABC，他根据实际情况，撰写了节目编排指南评估节目的可行性，主管并策划了200多部电影和电视剧。

他还曾任教于新社会调查学院、东肯塔基大学、纽约州立大学和南加利福尼亚大学。

布里安·格罗斯 (Brian Gross) 布里安·格罗斯是一位多媒体艺术家和教育家。他在印度尼西亚的雅加达从事英孚 (EF) 教育工作。

此前，他在加利福尼亚州立大学任教5年，讲授写作、广播制作、电台运营、视觉新闻和多媒体设计。

他还从事设计研发并获得资金赞助为洛杉矶地区无家可归和陷入困境的年轻人提供多媒体艺术课程。他是网站设计师和顾问，他的散文、诗歌、音乐作品、影像作品、美术和戏剧作品被收入美国和外国的各种选集、书籍、美术馆、电台和剧场。

林娜·S·格罗斯 (Lynne S. Gross) 林娜·S·格罗斯是加利福尼亚州立大学的教授，她讲授广播电视和电影理论及制作，包括节目编排。

她还担任过Valley Cable Tv的节目编排主管，并作为制片人，为商业、公共和有线电视及广播制作过大量节目。

她曾担任广播教育协会的主席和电视艺术与科学学院的董事。

她还写过10本研究媒体的书籍，为仲裁和贸易类杂志写过许多文章。

译者简介：王强，现任教于中国传媒大学媒体管理学院，讲授电视文化和纪录片创作。翻译过大量英美小说、传记和学术专著，总计译著300多万字。

<<电视、广播和网络的节目编排>>

书籍目录

1 节目编排史 1.1 节目编排需求 1.2 早期的节目编排 1.3 广播网的开始：广播的新契约 广播的黄金时代：广告代理商年代 1.4 电视的引入及其对广播的影响 1.5 节目的周期和趋势 1.6 广播的复苏：从表演到节目形式的转换 1.7 电视戏剧的黄金时代 1.8 有奖竞猜节目走红 1.9 电视网接管了节目编排 1.10 公共广播电视的发展 1.11 《经济利益和内部企业联合体法》 1.12 独立电视台和企业联合体的兴起 1.13 有线电视的爆炸式增长 1.14 广播中的企业联合体 1.15 目标明确和细化的新电视网 1.16 寻求年轻人群体 1.17 收看模式和观众注意力时间的变化 1.18 长篇连续剧的衰落 1.19 多样的编排选择：互联网 1.20 新的媒体录音录像技术 1.21 以消费者为支柱的媒体的兴起 1.22 电子游戏的爆炸式增长 1.23 法规 1.24 全球化

2 电视节目的来源 2.1 超越创意——进入“钞票” 2.2 主流制作公司 2.3 独立制作公司 2.4 国外制作来源 2.5 电视网 2.6 电视台 2.7 买方 2.8 企业联合体 2.9 广告客户 2.10 自制节目 2.11 公众 2.12 报纸、杂志和书籍 2.13 经理人、经纪人和明星

3 广播和互联网节目来源 3.1 广播节目的来源 3.1.1 企业联合体/广播网的节目 3.1.2 当前的广播网/企业联合体的目标 3.1.3 从乡镇到城市再到都市和联合制作体 3.1.4 音乐节目的来源 3.1.5 新闻节目的来源 3.1.6 谈话节目的来源 3.1.7 其他节目来源 3.1.8 卫星广播节目来源 3.1.9 低功率FM节目来源 3.2 互联网节目的来源 3.2.1 每台电脑都是一个潜在的节目来源 3.2.2 大规模使用互联网的障碍 3.2.3 传统的媒体来源 3.2.4 互联网独家来源 3.2.5 节目的个人与公共来源

4 节目策划 4.1 电视节目策划 4.1.1 获得版权 4.1.2 在节目策划过程中附加一位明星、剧作家或栏目主管 4.1.3 经纪公司的作用 4.1.4 节目策划交易 4.1.5 准备演示说明：创造出一个主题说明（Log Line） 4.1.6 写出有力的主题说明 4.1.7 面谈 4.1.8 演示说明会 4.1.9 婉言拒绝 4.1.10 交易的基本问题 4.1.11 公共电视节目策划 4.1.12 企业联合体的节目策划 4.1.13 电视台节目策划 4.1.14 样片 4.1.15 节目策划比率 4.1.16 测试 4.1.17 决定 4.1.18 全球化

4.2 广播节目策划 4.2.1 总体节目设计的策划 4.2.2 管理与顾问 4.2.3 策划节目 4.2.4 营利和非营利动机 4.2.5 卫星广播电台的节目策划 4.2.6 公共广播节目策划

4.3 互联网节目设计 4.3.1 互联网发展历史 4.3.2 互联网导致的新发展 4.3.3 独立节目策划者的新地域

5 测试 6 节目编排成功的要素 7 对电视节目编排的影响 8 对广播和互联网节目编排的影响 9 电视节目播出策略 10 广播电台和互联网节目播出策略 11 节目评估 12 更改和取消播出节目 13 节目编排伦理 专业术语表

<<电视、广播和网络的节目编排>>

章节摘录

1 节目编排史 在本章中, 你将学习如下内容: 电视节目的主要供应商 《1996电信法》对节目发行商和生产商的影响 公众、明星、机构和主管在节目来源中的作用 未来的节目编排者需要了解什么才能成为成功的节目供应商 不管电子媒体的形式如何, 负责节目编排的人必须了解如何用具体的节目填充播放时间, 这是一个艰巨的任务。

比如, 一个独立电视台每天播放20小时, 每周7天, 那么它每年就要安排播放7300小时的节目。

2003年, 平均每个家庭可以接收100多个频道。

所有这些节目从何而来? 答案很复杂。

节目创意可以来自任何地方。

比如, 有一个富有传奇色彩的说法, 某天晚上, 米弗格里芬 (MervGriffin) 太太对她丈夫说: “为什么你不做一个游戏, 其中参赛者获得答案, 然后必须向你提出问题?” 米弗很喜欢这一创意, 最近《大冒险》(Jeopardy) 刚庆祝完40周年。

一个著名独立制片人在开车上班的路上, 可能听到广播中一个养母的故事, 于是灵机一动, 想要拍一部感人至深的电影。

编剧可能在床边给他的孩子读故事时, 构想出一个儿童节目。

众所周知, 每天早晨, 电台主持人经常根据他们昨晚做的梦来讲笑话。

一位肥皂剧编剧坦白说, 他的创意来自酒吧, 他在那里鼓励人们向他诉苦。

一群学生为一家公共有线电视台创作出一个有关大学宿舍生活的短剧。

<<电视、广播和网络的节目编排>>

媒体关注与评论

“终于来了！”

一本出色的入门书，作者有丰富的电视从业经验。

文字简洁流畅。

附有大师有趣的轶事和案例，是想成为电视节目主管的学生的必读书。

”——Jonathan Rirtels，剧作家和媒介创造性声音中心主任 “《电视、广播和网络节目编排（第二版）》是一本研究大众传媒的必读书。

本书文笔简洁、论述有趣。

深入探讨了当今最重要媒体的历史和内部运作。

如果你今年想买一本广泛深入研究大众媒体的书，那么就应该选择这本图片丰富、文字生动的书。

”——Gary Hoppenstand，《通俗文化杂志》主编

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>