

<<电视策划学>>

图书基本信息

书名：<<电视策划学>>

13位ISBN编号：9787300098173

10位ISBN编号：7300098177

出版时间：2008-11

出版时间：中国人民大学出版社

作者：雷蔚真

页数：314

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>

<<电视策划学>>

前言

20世纪以来的100年，是世界新闻传播事业飞速发展的100年。

这100年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视和互联网相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这100年，也是中国新闻事业飞速发展的100年。

其中最后的20年，即改革开放以来的20年，发展得尤为迅猛。

综合有关部门发表的统计数字，截至1999年，全国已有公开发行的报纸2100多种，通讯社2家，广播电台1200多座，有线和无线电视台3000多座。

其中，报纸年出版总数达到195亿份广播人口覆盖率达到88.2%，电视人口覆盖率达到89%，电视受众超过9亿。

与此同时，全国各类新闻从业人员的总数也已超过55万人。

这样大的发展规模，这样快的发展速度，在世界和中国新闻事业史上都是空前的。

回顾既往，盱衡未来，新闻传播事业在21世纪还将会保持着旺盛的发展势头。

<<电视策划学>>

内容概要

21世纪已经来临,集聚力量,重新编写出一套体系完整的,能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材,已经成为人们的共识。

正是基于这一点,中国人民大学出版社组织编写了这套21世纪新闻传播学系列教材。

本书为该《21世纪新闻传播学系列教材》之一。

全书从电视分层策划、品牌策划、核心定位策划、电视策划的思维路径、策划机制等方面系统地介绍了电视策划学的知识。

而更为重要的是,在新媒体带动下,电视策划同时面临着机遇和挑战。

机遇方面,很多电视节目获得了更为丰富的传播途径,其中部分节目借助新媒体平台更是实现了跨国境、跨文化的即时传播,比如热门美剧《越狱》在中国的网络流行,这种传播的结构是热门电视剧集在美国电视系统播出后的数小时之内,便被网友配上中文字幕,在互联网上以“病毒式”扩散方式广为流传——相同或相似的传播内容还包括台湾地区的电视综艺节目,日本的卡通片、偶像剧等。

电视策划在这些新型的传播路径中,如果能够发掘这些平台与节目内容相互契合的潜力,无疑将增加电视媒体既有的影响力;然而,现实状况是,中国电视策划的实践在相当范围内存在明显的不足_以中国的数字电视为例,包括数字机顶盒、移动公交电视、手机电视、楼宇电视等多种形式在内的电视传输新渠道,并没能理想地发挥出结合新平台自身特点的策划优势。

同样的电视内容和形式,在传统的电视传输系统里播出着,同时,它们也未经变换地出现在其他的新媒体渠道—这一同质化所造成的典型结果是中国数字电视在各地推广的不如意。

<<电视策划学>>

书籍目录

第一章 电视策划概述 第一节 何为策划 第二节 电视策划概述第二章 电视分层策划 第一节 电视策划的层次 第二节 电视策划层次之间的关系第三章 品牌策划 第一节 电视品牌概述 第二节 电视品牌包装 第三节 电视品牌整合 第四节 电视品牌推广 第五节 电视品牌拓展第四章 核心定位策划 第一节 什么是核心定位 第二节 核心定位的确定路径一：以科学为基础的工业流程 第三节 核心定位的确定路径二：以艺术为基础的创意流程第五章 电视策划的思维路径 第一节 节目形态创新 第二节 话题制造 第三节 情节策划 第四节 关系营销 第五节 主持人策划第六章 策划机制 第一节 策划人 第二节 电视策划人的参与机制 第三节 策划文案第七章 电视策划的评估与管理 第一节 电视策划效果的评估体系 第二节 电视策划的动态管理

<<电视策划学>>

章节摘录

栏目策划对于频道策划来说，也有举重若轻的作用。

一方面，“栏目经常是走在频道之前的先行军，既试探了市场，又推动培养了收视对象的成熟”。栏目策划对频道策划有参考和借鉴作用。

如重庆卫视的《雾都夜话》、《龙门阵》、《拍案说法》等几档栏目，一直是重庆卫视的“看家栏目”，有着稳定的收视率和忠诚的收视观众。

这几个栏目的特点很鲜明，有以下三个策划重点：一是栏目剧情化。

其中的《雾都夜话》起用群众演员，用重庆方言演绎重庆老百姓的真人真事，有很强的故事性。

而《拍案说法》通过对一个案件进行再现，编排时也注意叙事性。

《龙门阵》虽然是个谈话节目，却也通过对一个人物，对人物的命运、人物的故事，对一个事件的发生过程进行主题选择，具有故事化的特色。

二是栏目“情”与“法”相融合。

这几个栏目都是在关注现代社会的情与法，都是通过对情理的诉求来更好地和观众沟通。

三是栏目本土化。

这几个栏目，尤其是《雾都夜话》和《龙门阵》都具有浓郁的巴渝文化色彩。

所以，重庆卫视于2004年3月进行改版，确定了“麻辣行天下，尽在情理中：中国公信特色频道”的定位，并且在2005年把频道定位进一步延伸为“打造中国电视版‘故事会’”。

重庆卫视策划的这一频道理念，正是在寻找自身优秀栏目资源的基础上形成的。

先行成功的栏目策划，给频道策划以有益的借鉴。

重庆卫视更是利用这几个栏目。

打通了品牌栏目和电视剧之间的互动。

推出了“拍案说法+拍案剧场”板块和“雾都剧场+雾都夜话”板块。

“拍案”板块内容与案件有关，“雾都”板块所讲述的故事大多与家庭、生活、情感有关。

最终形成了重庆卫视在频道策划上“品牌栏目+电视剧”的核心竞争方略。

另一方面，策划成功的品牌栏目，往往是频道的支撑。

一个频道不可能策划到每个栏目均有口皆碑，但是策划好几个重点栏目，也是频道策划的重要组成部分，是频道策划的制胜点。

如果把电视频道比喻为商店，那么，品牌栏目就更像是一个商店的橱窗。

精心构筑的橱窗世界可以鲜明地传达出商店的风格与特色。

从电视频道的角度看，围绕着电视频道的定位和特色精心打造的个性栏目，不仅能够进一步提升目标受众对频道的关注度，同时围绕着成功的个性节目所产生的“喧嚣”，还可以吸引学界和广告界的目光，进一步聚集“热点效应”，为频道的后续发展提供理论与资金的支持。

<<电视策划学>>

编辑推荐

本套丛书涵盖新闻学、传播学两大学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。

21世纪已经来临，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识。

正是基于这一点，中国人民大学出版社组织编写了这套21世纪新闻传播学系列教材。

编著者都是各教学领域的专家，其中有许多人是相关学科的学术带头人。

收入本系列的教材，有国家级重点教材，有部级重点教材，其他教材也都是经过严格筛选的精品，充分保证了其质量和权威性。

本套教材的特点具体如下 第一，内容新，涵盖广。

第二，写法新。

第三，作者阵容强大。

总之，这套教材的出版能够较好地满足新时代新闻传播学教学发展的需要，在宏观上，使学生把握新闻传播学的基本理论，熟悉其整体的框架；在微观上，能够借助教学使学生对新闻传播学的实践业务知识有具体的了解。

<<电视策划学>>

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>