

## 图书基本信息

书名：<<Discovery解密美国探索频道节目研究>>

13位ISBN编号：9787507827071

10位ISBN编号：7507827070

出版时间：2008-1

出版时间：中国国际广播

作者：陈刚

页数：383

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

美国探索公司是如此的成功，在世界的影响力是如此的巨大，但国内外对于它的研究似乎还十分匮乏，系统而深入的研究至今还没有见到。

在西方人眼中，探索频道的成功或许只不过是其商业化社会氛围里，传媒领域一个新崛起的公司范例而已，就像高科技领域的微软一样，似乎并没有什么研究价值。

但对处于转型期的中国纪录片而言，如何寻找失去的观众并获得更多新观众的认可，走上可持续发展的良性道路，却是中国纪录片人正在探寻和面对的重要问题。

而探索频道正好为我们提供了一个很好的启迪。

所以，在中国研究探索频道的成功秘诀具有更重要的现实意义。

实用、具有可操作性是本书研究的基本定位。

对探索频道的研究并不能仅仅停留在理论层面的挖掘，而必须非常注重实践上的可操作性，因为我们第一线的很多创作者对此有特别迫切的需求。

因此，本书对探索频道节目的叙事模式、镜头运用、解说词写作等，均有详细的剖析，并与中国、英国、法国等国家纪录片进行了对比，包括运用量化手段进行的对比研究。

相信这些研究成果，对我们纪录片的创作者会有很多的启迪。

多角度、系统化是本书的另一个特色。

本书不仅从实际操作层面，还从叙事学、类型学、文本分析、娱乐元素等角度，对探索节目进行了全方位、多视角的观察研究和理论探讨，力图给出其成功背后隐藏着的深层次的文化背景因素，更新我们原有的某些思维定式和创作观念。

作者为了系统地进行研究，做了大量的资料收集和调研工作，采访了探索频道相关人士及中国纪录片领域的创作者、研究者。

在本书的附录中，我们收录了部分采访谈话，从中可以让读者体会到更多睿智和思考。

本书的写作基于一项国家广播电影电视总局的人文社会科学研究项目，共同参与这项研究是中国传媒大学广播电视新闻学纪录片研究方向的研究生，他们是2001级的仇海鸢、刘豫辉，2002级的王谦，2003级的闵杰、王景芳、张鹏举，2004级的宋丽丽、丁捷、谢静。

本书对探索频道的研究是从2002年开始，历时四年之久，其间得到了很多相关人士的支持，在此要特别感谢美国探索传播公司探索亚洲网络的节目总监维克然·昌纳(vikramChanna)、探索亚洲网络高级领导人詹姆斯·吉本斯(JamesGibbons)、探索亚洲网络新加坡总部公关部经理JoyWee女士、探索亚洲网络市场营销及传播部门的凯文·迪齐(KevinDickie)先生、探索亚洲网络副总裁兼中国区总经理张方先生、公关部经理康晓环(Connie)女士、美国探索频道执行制片人GavnilleEvans女士，以及朱景和、陈晓卿、张力、王新建、廖焯、张金鹏、陈可、周碟、李薇、孙冬梅等，他们或抽出宝贵时间接受了我们的采访或给我们提供了宝贵资料。

同样，我们感谢中国国际广播出版社的祝晔、钱硕、王思楠、应蓁为该书付出了大量的辛勤劳动。

此外，还要感谢所有为此书的出版提供过帮助的人士，没有你们的无私帮助，就没有这本书的面世。

书中还引用了中国传媒大学电视系同学拉片中的数据，也在此一并表示感谢。

本书中的美国探索频道节目指探索传播公司制作播出的经典纪录片节目，并以目前中国音像市场上销售的碟片为样本。

本书中有关探索频道的资料均来自美国探索公司网站。

本书为国内读者阅读方便，统一将Discovery翻译为“探索”，并依据所谈具体事项表示探索频道或探索传播公司(DCI)。

由于国内外尚无关于探索频道的系统研究，从某种意义上讲，本书对探索的研究是开拓性的，所以难免有肤浅和不足之处，其中一些观点也属个人观点。

本着抛砖引玉的精神，希望能够得到读者的批评与赐教。

## 内容概要

美国探索公司是如此的成功，在世界的影响力是如此的巨大，但国内外对于它的研究似乎还十分匮乏，系统而深入的研究至今还没有见到。

实用、具有可操作性是本书研究的基本定位。

本书对探索频道节目的叙事模式、镜头运用、解说词写作等，均有详细的剖析，并与中国、英国、法国等国家纪录片进行了对比，包括运用量化手段进行对比研究。

相信这些研究成果，对我国纪录片的创作者会有很多的启迪。

多角度、系统化是本书的另一个特色。

本书不仅从实际操作层面，还从叙事学、类型学、文本分析、娱乐元素等角度，对探索节目进行了全方位、多视角的观察研究和理论探讨，力图给出其成功背后隐藏着的深层次的文化背景因素，更新我们原有的某些思维定式和创作观念。

作者为了此书，做了大量的资料收集和调研工作，采访了探索频道相关人士及中国纪录片领域的创作者、研究者。

在本书的附录中，我们收录了部分采访谈话，从而可以让读者对探索频道的成功有更深刻的认识。

## 书籍目录

序言第一章 美国探索传播公司概况 第一节 美国探索传播公司简介 第二节 探索各频道简介(美国地区) 第三节 探索频道在中国的发展第二章 美国探索频道节目的叙事学研究 第一节 叙事学综述 第二节 探索频道的创作理念溯源 第三节 探索频道节目的叙事学分析第三章 从类型学角度看美国探索频道节目的成功 第一节 类型的概念 第二节 类型学下的电影——好莱坞制造 第三节 探索节目类型化的缘由 第四节 知识性和娱乐性——探索节目类型化的要旨 第五节 不同题材节目的类型化分析第四章 美国探索频道节目的“娱乐”传承和娱乐元素 第一节 美国电视节目中从来不缺少娱乐 第二节 美国电视娱乐的模板——好莱坞电影 第三节 美国探索频道对“娱乐”的继承与发展 第四节 探索频道的娱乐元素第五章 从文本分析看美国探索频道的意识形态 第一节 探索频道节目的意识形态分析 第二节 现代神话——探索频道节目的意识形态根源 第三节 探索频道的意识形态传播和影响第六章 美国探索频道节目与中国纪录片比较研究 第一节 两种不同的社会文化背景形成不同价值取向 第二节 两种纪录片观念形成的不同传递效果 第三节 两种理念形成不同的表现形式 第四节 “探索”在中国·中国在“探索”第七章 美国探索频道节目与英国BBC纪录片节目比较研究 第一节 国家民族文化的差异形成不同的文化根基 第二节 电影理念与流派的差异形成不同的影视传统 第三节 美国探索频道节目与英国BBC纪录片本体分析 第四节 全球化语境下美国探索频道与英国BBC的互相融合第八章 美国探索频道节目与法国纪录片比较研究 第一节 娱乐与人文——不同的传播理念 第二节 不同理念下的不同表现形式 第三节 定量分析第九章 美国探索频道节目与欧洲自然生态纪录片比较研究 第一节 叙事艺术比较 第二节 电影美学传统带来的差异第十章 美国探索传播公司的市场运作 第一节 美国探索传播公司的成长环境 第二节 美国探索传播公司的成长方式 第三节 美国探索传播公司的经营战略——从探索进入中国市场看探索的本土化运作 第四节 美国探索传播公司的市场运作策略附录

## 章节摘录

第一章 美国探索传播公司概况：第三节 探索频道在中国的发展：一、在中国的起步和发展：起初，探索无偿为中央电视台提供节目，每天播出半个小时。

国内有线电视发展起来后，探索开始在中国23个省级有线电视台播出，覆盖用户已突破4000万，并向40多个无线电视台提供版权节目。

除一些涉外宾馆的专门频道可看到其节目外，它还向国航、南航等企业提供拥有机上播出版权的节目。

从最初只拥有200万到300万家庭观众，到2002年每天有4500万个家庭约1亿中国观众收看，2003年已超过4'700万户中国家庭。

这些播出的节目中文名称不尽相同，但是都挂着探索特有的台标字样。

探索频道通过赠送、低价销售，甚至付出播出费的方式在中国的有线、无线电视节目网络频频得手。付不起现金购买节目的电视台，便以贴片广告形式给探索频道补偿。

中国内地网络覆盖地区：北京、上海、广东、山东、四川、陕西、甘肃、黑龙江、吉林、辽宁、福建、重庆、天津、河北、河南、湖北、浙江、江苏、云南、广西、江西、山西、安徽、湖南。

二、新锐导演计划：1.“新锐导演计划”起源：“新锐导演计划”可以说是探索频道在国际化过程中实行各地本土化的关键一步。

“新锐导演计划”是探索频道的一个长期进行的项目，旨在鼓励和支持全球各地纪录片导演新人的成长和发展，自1995年首次在欧洲推出，它已为澳大利亚、英国、南非、德国、荷兰、东南亚地区和中国纪录片新秀导演提供了一个展示老化的舞台。

编辑推荐

《Discovery解密:美国探索频道节目研究》由中国国际广播出版社出版。

#### 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>