

<<黄金制造>>

图书基本信息

书名：<<黄金制造>>

13位ISBN编号：9787208076914

10位ISBN编号：720807691X

出版时间：2008-3

出版时间：上海人民出版社

作者：上海文广新闻传播传媒集团节目研发中心

页数：154

字数：213000

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>

<<黄金制造>>

前言

20世纪70年代末，美国电视诞生50年的时候，一位媒体观察家撰文写道，全美分布着来自世界各地的不同种族、阶层和文化的人群，有青年人和老年人、富人和穷人、文化人和文盲，他们分散居住在这个大国的各地，没有一个中心的价值取向，没有一个统一的结合体，但他们都喜欢做一件事——看电视。

(Jeff Greerlfield, Television: The First Fifty Years/New York: Abrams, 1977, p.11.)2008年中国电视也进入了半个世纪，今天，电视在中国的影响力和美国非常相似。

据不完全统计，中国拥有电视台292座、教育电视台45座，共开办电视节目1288套；电视机社会拥有量4亿台，电视人口覆盖率96.23%，也就是说覆盖了中国12亿人口。

中国无疑已是当今世界的电视超级大国。

但遗憾的是，我们学界、业界和舆论界对中国观众观看的电视剧以外的节目内容不太关注，对这些内容的制作人观察就更少了(远不如对观众少很多的电影导演的兴趣)。

然而，一个现实是，这些电视节目制作人正在影响成千成万成亿的电视观众，特别是每晚“黄金时段”，他们的节目对中国老百姓的思维方式、价值取向和生活行为都在产生重要影响。

上海文广新闻传媒集团(SMG)节目研发中心近年在研究节目本身的同时，把节目的后端研究延伸到播出前测试，前端研究深入到电视制作人观察。

《黄金制造——十五位电视制作人访谈》就是我们前端研究的一个成果。

本书访谈的电视制作人，不是因为他们的节目有绝对高的收视率，而是他们制作的节目类型和自身具有一定的代表性。

他们带领的团队正在制作现在中国最受欢迎的节目类型：新闻调查节目、选秀节目、游戏娱乐节目、谈话节目、专题纪录片和文化类节目；他们的个人身份有中央台、省级卫视或地方台体制内的，也有体制外社会民营公司的；十五人中，有做了大半辈子电视马上要退休的，也有才工作不久的。

《黄金制造》是对当前中国电视制作人的思想、生态、技术层面的一次观察。

<<黄金制造>>

内容概要

《黄金制造——十五位电视制作人访谈》是对中国十五位电视节目制作人的访谈。他们制作的节目类型涉及新闻调查节目、选秀节目、游戏娱乐节目、谈话节目、专题纪录片和文化类节目。

访谈的内容是他们制作这些节目的理念和技巧。

SMG节目研发中心是SMG发展研究部的一个部门，主要职能是参与策划SMG大型节目；对在播节目收视和质量提出指导性建议；研发新节目样式；跟踪分析全球优秀节目模式以及洽谈海外节目模式版权引进。

2004年成立以来，中心积累了大量节目模式案例分析和模式档案。

并拥有丰富的中外节目视音频资料。

“SMG发展研究书系”会陆续整理出版部分研究成果。

《黄金制造——十五位电视制作人访谈》是书系中的一本。

<<黄金制造>>

书籍目录

- 访《百家讲坛》制片人万卫 “选主讲人没什么窍门，只能对着摄像机一个个试。”
- ”访《绝对唱响》、《名师高徒》负责人王培杰 “用情感元素增加选秀节目的剧情成分。”
- ”访《快乐男声》制片人龙丹妮 “我最不喜欢重复自己！”
- ”访《快乐大本营》制片人龙梅 “传递快乐，收获快乐。”
- ”访《大国崛起》制片人任学安 “任何时候都别封闭自己。”
- ”访《焦点访谈》策划组副制片人庄永志 “媒体哪怕只有微光一点，也能参与烛照当下。”
- ”访《波士堂》、《上班这点事》制作人杨晖 “电视是TV 2.0时代的创意秀！”
- ”访《开心辞典》制片人郑蔚 “越普通的人就越是精彩！”
- ”访《传奇故事》制片人金飞 “有生存压力才能做出好节目！”
- ”访《人间》负责人赵军 “《人间》这个团队是不可复制的！”
- ”访《舞林大会》制片人徐向东 “剪辑就是写作！”
- ”访《马戏学校》制作人郭静、柯丁丁 “讲述我们自己的故事！”
- ”访《鲁豫有约》制片人曹志雄 “我们的目标：第一品牌！”
- ”访《电影传奇》总导演曾海若 “我们用电影来讲一个传奇故事……”

<<黄金制造>>

章节摘录

插图：《名声大震》的主持人总是出现在演播室的各个角落。神出鬼没的主持人，BBC就是这样做的，这样不容易出现审美疲劳。

《名声大震》是我们做过的节奏最快的节目，它时间并不长。

不像《超女》一做就是4个小时，一整个晚上。

这个节目只有90分钟。

BBC的制片人会和我们一起拿表掐节奏，每段几分钟，这一段几分钟后必须结束，超时了必须砍掉。

这让我们感触很深，国外节目对时间和节奏的要求非常严格，这些经验是值得借鉴的。

我们也发现中国人是喜欢剧情的，他们喜欢看煽情的片段，《名声大震》做到最后3、4期，我们才找到感觉，我们对节目做了一些调整，而不是完全按照老外的来。

《我是冠军》和《名声大震》给了我们很多经验，我体会到全国平台和地方平台是两码事，包括平台的推广和营销，各方面都是不一样的，这是一个重新学习的过程。

3月底，《快乐男声》正式启动，紧接着，全国范围内《加油！

好男绝对唱响》陆续启动，而前两年的《超级女声》在观众心中留下的印象太深刻，当时的压力一定很大。

我们的团队可以说“厄运重重”，一个是改名，“超级男声”改成“陕乐男声”，现在看来也不是什么运，但是当时真是……第二个，就是时间，只有两个半月。

压力前所未有的，最后一场完成之后的一星期，我每天还梦到怎么教选手排练，怎么站位。

两个半月要让全国观众记住《快乐男声》这个品牌，记住这些“快乐男生”，就必须有一个极端的赛制。

<<黄金制造>>

编辑推荐

《黄金制造:十五位电视制作人访谈》由上海人民出版社出版。

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>