

<<做最创意的节目>>

图书基本信息

书名：<<做最创意的节目>>

13位ISBN编号：9787806527429

10位ISBN编号：7806527427

出版时间：2008-5

出版时间：南方日报出版社

作者：崔莹

页数：319

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>

<<做最创意的节目>>

内容概要

本书建立于深入调研的基础上，作者直接接触国外电视一线，对所涉及各个栏目的制片人进行深度访谈，并对这些收集到的大量资料进行分析，拥有丰富的背景信息。

她的辛勤劳动为我们展现了当今英国一线电视栏目的面貌，使广大读者有机会一窥电视产业发达国家电视节目乃至整个产业的运作现状。

文章内容思路清晰，富于条理性，每篇节目的介绍均包括：节目概况介绍、节目的具体内容、主创人员的深度专访以及与之相似、相关节目的简要介绍。

与节目制作人面对面的访谈，涉及节目的演变、环节设置、内容选择、嘉宾及主持人的特点，还有节目整体运作的设计、社会反响，节目制作团队如何经营管理，电视台与节目制作公司的关系以及电视系统的运作过程。

同时，在整个过程中也穿插进作者自己的认识、点评，使得整本书信息量大而又不失风趣。

在此向广大中国电视从业人员隆重推荐此书，它可以为广大从业者打开眼界、了解世界提供有益的帮助。

<<做最创意的节目>>

作者简介

崔莹，生于20世纪70年代，山东济南人。

酷爱读书、旅游。

2000年毕业于山东师范大学新闻系。

2005年11月毕业于英国龙比亚大学。

获得新闻硕士学位的同时，并获该校“Tristan Hewins Memorial Prize”（奖励对新闻事业的热情和追求）

。先后任职于山东《经济导报》，中国新闻社《视点》杂志，《财神》杂志。

《新闻人物》杂志等。

目前为英国《金融时报》中文网特约撰稿人，《深圳特区报》、《新闻人物》杂志、《世界新闻报》

马主英国特约记者。

<<做最创意的节目>>

书籍目录

序 (胡正荣) 前言 给热爱创意的人第1章 《A Question Of Sport》, 猜裁判穿了什么颜色的袜子
第2章 《Animal Rescue Live》, 为巡洋舰招聘“猫职员”第3章 《Cash In The Attic》, 到你的家里
“寻宝”第4章 《Countdown》, 26年的传奇第5章 《Dancing On Ice》, 明星大练冰第6章 《Deal
Or No Deal》: 博彩者的“独角戏”第7章 《Dragons' Den》, 到“龙穴”里拉投资第8章 《Have
I Got News For You》, 英国电视的“莎士比亚”第9章 《I'm A Celebrity...Get Me out of Here!》, 让
名人吃袋鼠的眼睛第10章 《Just for Laughs》, 靠“整人”搞笑第11章 《Millionaires, Mission》, 送
富翁到南非“扶贫”第12章 《The Apprentice》, 模拟商战第13章 《The Restaurant》, 比赛开餐馆
第14章 《The weakest Link》, 主持人是“吝啬女王”第15章 《To Buy Or Not To Buy》, 把家搬到
船上第16章 《Trisha Goddard》, 常用“测谎仪”和“亲子鉴定”第17章 《university Challenge》,
带“幸运物”参赛第18章 《YWatchdog》, 将偷拍暗访到底第19章 《Wife Swap》, 和别人的老婆
“过”两周第20章 《You Are What You Eat》, 靠尖酸刻薄赢得观众参考书目

<<做最创意的节目>>

章节摘录

记者印象 体育明星的另一个战场 如果你喜欢体育,喜欢笑的话,你就会喜欢这个节目。

《A Question Of Sport》是由体育明星参与的关于体育知识的竞赛。

与竞技场上的竞赛相同的是,参赛选手要聚精会神,充分发挥个人潜质;不同的是。

这里的竞赛可以谈笑风生,选手可以充分发挥自己的个性。

人们通常认为体育明星只能“远观”,甚至还有点类似超人——比如拳击队员、举重冠军等,殊不知当他们换上便装,整理好头发,平易近人地坐进另一个“战场”时,展现出来的是他们的风趣、智慧、俏皮,当然也有单纯。

冠军们的“真面目”,吸引了无数体育迷,成为《A Question Of Sport》迷。

比如,如果小贝出场,屏幕前肯定又会多一些今夜不去泡吧不去约会的漂亮女孩子。

《A Question Of Sport》中的竞赛题并非像哪年哪个队夺得世界足球冠军这么简单,主持人会问,当时的比分是多少,是谁进了最后的球,这也还不算难——参赛者要凭显示板上的照片猜对方是谁,照片里给出的是队员的侧影、后脑勺;参赛者要回答录像片段里的神秘嘉宾是谁,嘉宾也是体育明星,他们乔装打扮,干和自己无关的事,比如开推土机,身着交警服维持交通秩序,在幼儿园教小孩子们跳舞;参赛者要留意观察某比赛片段中的细节,回答比赛片段中出现了几次进球,某某队员穿了几号球衣,球场的草坪上停落了几只小鸟……如果参赛者想胸有成竹,可以选择回答与自己从事的项目有关的问题,即“家”内的问题。

如果参赛者不怕铤而走险。

可以选择回答“家”外的问题,当然,答案正确的话,参赛者可以赢得双倍分值。

比赛气氛轻松、活跃,据英国小报报道,偶尔,温柔甜美的主持人会向高大帅气、机智灵敏的体育明星们倾吐崇敬之情。

在《A Question Of Sport》播出的37年时间里,有1000多名来自世界各地的体育明星登台亮相,无论是人们熟悉的足球、高尔夫球明星,还是冷门运动马球的冠军。

<<做最创意的节目>>

编辑推荐

作者作为传媒研究者，既立足于踏实做好自己的研究事业，又有胸怀天下的责任意识，以中国电视事业的发展为己任，充分利用自己的优势，为电视业发展担当信息提供者和智力支持者。她通过自己的努力，为我们电视从业者以及广播电视的研究者提供大量翔实的一手资料。

——胡正荣（中国传媒大学副校长，广播电视研究中心主任。

教授。

博士生导师） 崔莹的这本书，是新世纪初英国电视与电视人生态的原始记录。

考察电视制度的沿革，英国是独特的活标本。

其公共电视与商业电视彼此牵制、于竞争中求生存，是世界电视制度的一景。

不过，无论是制度还是理念，最终还是落在节目与制作人的头上。

崔莹的这本书，是当代英国电视的印象实录，也是块难得的“敲门砖”。

——张力奋（英国《金融时报》FT中文网主编） 创意是电视节目的灵魂。

崔莹的这本书，展现给大家的是妙趣横生的英国电视文化，丰富的电视节目创意，给中国同行提供了有效而实用的借鉴。

——凌立（大陆桥文化公司CEO，《传奇》、《风尚》、《奇趣大自然》总制片人） 这本只有38元的小书，至少可以帮助制片人节省三次策划会的开支。

——高晓蒙（北京三多堂影视公司总经理，《大国崛起》 英国系列导演，《晋商》出品人，《唐之韵》出品人） 电视台之间的竞争实质是主打栏目之间的竞争。

因为一个有着独特创意的电视栏目，往往会成功拉动整个电视频道的收视率与广告销售。

青年学者崔莹深入世界电视模式创新前沿的英国，独家专访了一批英国热点栏目的资深制片人，然后汇集成此书，这是电视创新领域具有较高学术价值和实践指导意义的样本研究。

——欧阳国忠（中央电视台特邀研究员、环球活动网董事长） 在克隆成风的环境里，那些执著的创新者在读这本书的时候，可以获得更多的精神褒奖和心灵慰藉。

——王玮（黄海数字出版社副社长）

<<做最创意的节目>>

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>