

<<电视剧策划艺术论>>

图书基本信息

书名：<<电视剧策划艺术论>>

13位ISBN编号：9787810857406

10位ISBN编号：7810857401

出版时间：2006-6

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：王伟国

页数：345

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>

<<电视剧策划艺术论>>

内容概要

策划，对我们来说不再是一个陌生的词汇了。

随着国门的开启、经济的发展，我们进入了一个策划的时代。

电视文化在文化格局中的不断突起自然离不开策划的加盟和参与，在优秀电视节目、电视栏目、电视频道飞速发展的背后无不闪耀着策划的光辉，浸润着策划者的心血。

现在，与观众生活联系最密切的电视剧和策划的关系也正一步步进入我们研究的视野。

创意策划是电视剧运作的第一要素。

那么，到底什么是电视剧策划？

如何进行电视剧策划？

电视剧策划有迹可循吗？

.....通过学习本书，这些电视剧策划的实际问题，你就可以得到一一解决了。

<<电视剧策划艺术论>>

书籍目录

第一章 策划文化电视电视剧 第一节 策划与人类意识、行为及思想的关系 一、策划是人类意识的创新行为 二、策划与人的行为的关系 三、策划与思想潮流 第二节 策划为当代文化事业和产业创造增量空间 一、文化、文化事业、文化产业 二、策划为文化产业发展创造增量空间 三、策划为文化事业发展创造增量空间 第三节 策划在电视传媒业的盛行 一、电视节目形态的策划 二、电视文化策划第二章 创意策划是电视剧运作的 第一要素 第一节 电视剧是一种蓬勃发展的电视文化现象 一、历史发展中的中国电视剧创作及其文化观念的变迁 二、中国电视剧艺术的现实价值 第二节 创意策划是电视剧运作的最初阶段 一、电视剧创意策划与其表现形式 二、电视剧创意策划的原则 第三节 电视剧的创意策划具有团队行为特征 一、团队精神是实现电视剧创作的保障 二、电视剧策划团队精神的特点第三章 电视剧总体创意方案的艺术性策划 第一节 电视剧策划的首要环节是设计和建构总体创意方案 一、电视剧总体创意方案应该具备的宗旨与特征 二、设计和建构总体创意方案的一般性规律 三、其他国家和地区的电视剧创意模式和生产方案 四、电视剧总体创意方案的文本撰写模式 第二节 电视剧总体创意方案的首要因素是定位 一、电视剧总体创意方案的定位 二、电视剧总体创意方案定位的依据 第三节 电视剧总体创意方案的终极目标是受众 一、中国电视剧观众的收视特征 二、电视剧的收视率与电视剧受众第四章 电视剧题材与主题的艺术性策划 第一节 电视剧题材的艺术性策划 一、社会生活是电视剧创作的唯一源泉 二、电视剧题材类型划分的意义与价值 三、电视剧题材的主要类型 第二节 电视剧主题的艺术性策划 一、电视剧的主题策划要注重文化的多元性 二、电视剧的主题策划要立足于民族文化的优秀传统 三、主题思想要与艺术形式水乳交融 第三节 电视剧的题材和主题策划要注重文化的先进性 一、注重文化的先进性需要电视剧树立民族文化形象 二、电视剧如何追求文化的先进性 三、电视剧要警惕和消除落后腐朽的文化第五章 电视剧人物形象的艺术性策划 第一节 电视剧作品的灵魂是人物的艺术形象 一、人物形象是电视剧叙事艺术的灵魂 二、人物形象是电视剧作品策划的核心 三、电视剧人物形象策划的一般性规律 第二节 人物性格是电视剧人物形象策划的关键 一、人物性格的定义与塑造方式 二、人物性格与人物命运的关系 三、展现人物性格和命运的舞台——典型环境中的典型人物 第三节 人物关系的设置是电视剧人物形象策划的重点 一、人物关系设置的首要任务是要确定中心人物 二、电视剧中的人物关系设置应合情合理 三、人物关系设置与情节发展紧密相关第六章 电视剧故事情节的艺术性策划 第一节 故事情节是电视剧艺术的本体特征 一、真实性与戏剧性的统一 二、感官审美与心理审美的统一 三、思想性与娱乐性的统一 第二节 戏剧冲突是故事情节策划的核心 一、电视剧戏剧冲突的特征 二、电视剧戏剧冲突的类型 三、策划电视剧戏剧冲突的原则 第三节 故事情节的策划要围绕主题和人物 一、主题与情节策划之间的关系 二、人物与故事情节策划的关系第七章 电视剧叙事策略的艺术性策划 第一节 叙事策略的艺术性策划（一） 一、主流化叙事策略的艺术性策划 二、商业化叙事策略的艺术性策划 三、精英化叙事策略的艺术性策划 四、策略融合与“三方会谈” 第二节 叙事策略的艺术性策划（二） 一、叙事视角的艺术性策划 二、叙事时空的艺术性策划 三、叙事结构的艺术性策划 第三节 叙事策略的策划应注重受众的审美文化心理 一、载道观和家庭情结 二、结构与结局 三、关于历史剧和改编剧第八章 电视剧造型语言的艺术性策划 第一节 造型语言是电视剧艺术的本体特征 一、造型、造型艺术、造型语言 二、画面和声音是电视剧的造型语言 三、电视剧的画面造型语言特征 四、电视剧的声音造型语言特征 第二节 电视剧造型语言的具体策划与运用 一、电视剧画面造型语言的具体策划与运用 二、电视剧声音造型语言的具体策划与运用 三、造型语言的策划必须体现画面和声音的完美结合 第三节 电视剧造型语言综合叙事功能的策划与运用 一、电视剧画面造型语言综合叙事功能的策划与运用 二、电视剧声音造型语言综合叙事功能的策划与运用 三、体现画面和声音的完美结合第九章 电视剧作品艺术风格的艺术性策划 第一节 电视剧作品要追求独特的艺术风格 一、艺术风格的界定 二、电视剧艺术风格与创作个性 三、电视剧不同艺术风格的特征 第二节 电视剧艺术风格的特性 一、电视剧艺术风格的时代性 二、电视剧艺术风格的民族性 三、电视剧艺术风格的地域性 第三节 电视剧艺术风格的策划 一、电视剧艺术风格的一致性

<<电视剧策划艺术论>>

二、电视剧艺术风格的创新性 三、电视剧艺术风格的多样性第十章 电视剧生产的艺术性策划
第一节 电视剧项目的前期运营 一、市场分析 二、成本与收益 三、投资与融资 第二节
电视剧项目的生产过程 一、筹备阶段 二、前期阶段 三、后期阶段 第三节 电视剧与相关
法律规定 一、内部法律规定 二、外部法律规定第十一章 电视剧市场运营的艺术性策划 第一
节 电视剧市场运营策划的必要性、迫切性 一、中国电视剧市场发展进程的简单回顾 二、电视
剧市场运营必要性、迫切性 三、电视剧市场营销策划的手段与方式 第二节 电视剧市场运营模式
和机制 一、电视剧产业的最新动态：资产重组、投资开放 二、国产电视剧投资与制作机构
三、现阶段我国电视剧发行与销售状况 第三节 市场运营策划的突破 一、中国电视剧营销策划
弊端剖析 二、韩美可供借鉴的经验 三、如何在现有政策市场环境下戴着脚铐跳舞第十二章 电
视剧策划人才的培养和管理 第一节 电视剧策划人才应具备的素质 一、整体策划人才具备的素质
二、局部策划人才具备的素质 第二节 电视剧策划人才的培养和管理 一、人才政策为电视剧
策划人才的培养和管理提供了基础 二、电视剧策划人才培养和管理的现状与未来后记

<<电视剧策划艺术论>>

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>