

我为“超女”狂



[我为“超女”狂 下载链接1](#)

著者:孙献韬

出版者:中信出版社

出版时间:2005-9

装帧:简装本

isbn:9787508604718

这里为大家呈现的，是《新京报》此前几个月中关于超级女声报道的合集。在这几个月里，我们和大家一起见证了一个收视神话的诞生，也和读者分享了作为一名普通电视观众的快乐和思考。现在，就让我们再次回到那令人难忘的日日夜夜，重温那些给我们带来了欢笑和泪水的超女们！

全面记录超女狂欢上百个日日夜夜，揭开海选、十强赛PK、柯楠退出、签约风波等超级内幕。

独家走访三甲佳人，揭开李宇春、周笔畅、张靓颖成长之谜！

全面采访评委柯以敏、黑楠、何炅、夏青，主持人李湘、汪涵，揭开超女神话背后的运作谜团！

一出超级女声，音乐家听出了“海豚音”，商人看到了金钱；社会学家看出了“中性化”，政治家看到了民主。数以亿计的普通电视观众则从中得到了快乐。

是的，没有什么能比快乐更令人难忘的了。尤其是，当这一次，快乐是来得如此的轻而易举。

超级女声无疑是中国荧屏十年来的一次神话，是地方电视台试图转型为全国巨无霸的破冰之旅，也是名副其实的2005年全国人民娱乐生活中的一件大事。

从专业角度来分析，超级女声的成功，首先得益于三个方面：一是给中国的电视观众提供了新的娱乐方式，大大拓宽了中国电视观众的年龄阶层。据我们了解，很多“凉粉”、“玉米”、“盒饭”们，原来几乎是不看电视的；但是这一回，每周五的超级女声把他们重新拉回到了电视机前；

第二，得益于对大众趣味的足够尊重。长期以来，我们的电视节目习惯于自上而下的教化和灌输，缺乏对普通人性的体察和普遍趣味的尊重。既然超级女声来了，那就让名嘴们在他们的自留田里自我感觉良好去吧，人民群众可以用遥控器报名，用短信投票，选出自己最喜爱的“超女”。

第三，成熟的推广行销手段，尤其是，对各种新媒体的娴熟运用。超女虽然发源于荧屏，走红却是从网络开始，数以百万计的帖子和数以千万计的短信投票，让我们见识了中国电视观众惊人的热情和海量消费能力，也让湖南卫视从“超女游戏”中赚了个盆满钵溢。

没有人是“横空出世”的，舞台上星光四射的超女，从前也是普通人家的女儿，这正是“超女游戏”最核心的游戏规则和最撩人心弦的魅力所在。

在这几个月里，我们和大家一起见证了一个收视神话的诞生，见证了一些从平凡到不平凡的超女的成长，也和读者分享了作为一名普通电视观众的快乐和思考。

现在，超女比赛的硝烟刚刚散去。让我们把心底那份曾经狂热的关注放在温柔的目光里，把目光投向那些刚刚踏上漫漫星途的超女们。感谢她们带给我们的欢笑和泪水，我们祝福她们拥有她们想要的未来。

作者介绍:

目录:

[我为“超女”狂_下载链接1](#)

标签

超女

传媒

○实体书●

2005

评论

[我为“超女”狂 下载链接1](#)

书评

[我为“超女”狂 下载链接1](#)