

纪实类视频公益广告的叙事 特点研究

汇报人：

2024-01-21

| CATALOGUE |

目录

- 引言
- 纪实类视频公益广告概述
- 叙事学理论在纪实类视频公益广告中的应用
- 纪实类视频公益广告叙事特点分析
- 纪实类视频公益广告叙事案例分析
- 纪实类视频公益广告叙事策略建议
- 结论与展望

01

引言



研究背景与意义

纪实类视频公益广告在传播社会正能量、倡导公益理念等方面具有重要作用。



研究纪实类视频公益广告的叙事特点，有助于深入了解其传播规律和受众心理，为广告创作提供理论支持和实践指导。



随着媒体技术的发展和受众需求的变化，纪实类视频公益广告的叙事方式也在不断演变。



国内外研究现状及趋势



国内研究主要集中在纪实类视频公益广告的传播效果、创意表现等方面，对其叙事特点的研究相对较少。



国外研究则更注重实证分析和案例研究，探讨纪实类视频公益广告如何通过叙事手法影响受众认知和行为。



未来研究趋势将更加注重跨学科融合和多元化方法应用，以及基于大数据和人工智能技术的量化分析。



研究目的与问题



研究目的

揭示纪实类视频公益广告的叙事特点，探讨其如何影响受众认知和情感反应。

研究问题

纪实类视频公益广告在叙事上有哪些独特之处？这些特点如何影响受众的理解和接受程度？如何通过改进叙事方式提升广告的传播效果？

02

纪实类视频公益广告概述



定义与分类

定义

纪实类视频公益广告是指采用纪实手法，以真实事件、人物和场景为基础，通过艺术加工和创意表现，传递社会公益理念和价值观的视频广告。

分类

根据广告主题和表现手法的不同，纪实类视频公益广告可分为新闻报道式、纪录片式、微电影式等多种类型。





发展历程及现状

发展历程

纪实类视频公益广告起源于20世纪90年代，随着互联网和移动设备的普及，逐渐发展成为一种重要的公益传播方式。

现状

当前，纪实类视频公益广告在传播渠道、内容形式、受众群体等方面呈现出多元化、互动化、年轻化的趋势。





社会功能与价值

社会功能

纪实类视频公益广告具有传播社会正能量、弘扬社会主义核心价值观、推动社会公益事业发展的功能。

价值

纪实类视频公益广告的价值在于其能够引起社会关注、激发公众情感共鸣、推动社会行动和改变。同时，优秀的纪实类视频公益广告还具有艺术审美和文化遗产的价值。

03

叙事学理论在纪实类视频 公益广告中的应用



叙事学基本概念及理论框架

01



叙事学定义



叙事学是研究叙述文本内在构成机制及其外在影响因素的学科，关注叙述文本如何传达信息和意义。

02



叙事结构



包括故事、情节、人物、环境等要素，这些要素在纪实类视频公益广告中起到关键作用。

03



叙事视角



指叙述者或叙述角度，不同的视角会影响观众对广告的理解和感受。



纪实类视频公益广告的叙事元素分析



01

视觉元素

包括镜头语言、画面构图、色彩运用等，这些元素共同营造出广告的真实感和视觉冲击力。

02

听觉元素

包括背景音乐、音效、旁白等，这些元素能够增强广告感染力和情感共鸣。

03

文本元素

包括标题、字幕、标语等，这些元素能够补充和强化广告的信息传递和主题表达。



叙事策略与技巧探讨

情感渲染

通过讲述真实感人的故事，激发观众的情感共鸣和行动意愿。

悬念设置

通过设置悬念和疑问，引发观众的好奇心和探究欲，提高广告吸引力和关注度。

对比手法

通过对比不同人物或场景，突出广告的主题和诉求，增强广告的视觉冲击力和说服力。

创新叙事形式

尝试不同的叙事形式和手法，如非线性叙事、多视角叙事等，以打破传统广告的叙事模式，提高广告的创新性和吸引力。



04

纪实类视频公益广告叙事 特点分析

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/936022233111010154>