

图书基本信息

书名：<<中国电视节目主持人文化影响力研究>>

13位ISBN编号：9787301151846

10位ISBN编号：7301151845

出版时间：2009-6

出版时间：北京大学出版社

作者：曾志华

页数：199

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>

前言

曾志华教授的博士论文《中国电视节目主持人文化影响力研究》，得到了答辩委员会的充分肯定和高度赞扬，获得了优异的成绩。

现在，她又经过深入思考，进行了补充和修改，准备以论著的形式出版。

她邀请我写一点文字，作为序言，我只好借此机会发些感慨了。

曾志华同志是作为高级人才引进北京广播学院的，晋升教授以后，仍然孜孜以求，好学不辍。

在攻读博士期间，不断完成各种科研项目、发表论著，顺利完成了学业，获得了博士学位。

她主持过节目，演播过小说，获奖无数。

她教学认真，教法灵活，受到学生们的由衷爱戴。

这样，她在“教学、科研、播音”三位一体的综合能力互补中，进入了中坚力量的行列。

她那坚韧不拔的意志、甘于寂寞的心态、兢兢业业的精神、不畏险阻的勇气，确实令人感动。

这正是她研究公众人物文化影响的道德基座和人格坐标，并从理论和实践的结合上，同“口是心非”、“言行不一”的研究者、实践者划清了界限。

内容概要

本书立足于中国电视文化格局的当下现状，从中国目前电视播音主持及其文化影响力的现状梳理入手，从文化学及传播学的角度，首次提出了“中国电视节目主持人文化影响力”这一命题并对此概念给予了科学合理的界定。

在密切结合一线实践的基础上，本书对主持人文化影响力的发生机制、功能与作用进行了理性思考与深入的学理论说；同时，还从主持人自身的文化自觉、电视组织的策划以及受众效果分析等三个方面，对主持人文化影响力最大化实现之途径提出了战略上的思考与对策。

作者简介

曾志华 中国传媒大学播音主持艺术学院播音系教授、博士、播音与主持业务方向硕士研究生导师、普通话水平测试国家级测试员、教育部人文社科类科研项目评审专家。

主要研究领域：广播电视播音与主持、广告配音艺术等。

主要论著有：《中国电视节目主持人文化影响力命题的提出及思考》、《电视节目主持人策划》、《主持人语言中“留白”的机理探微》、《电视节目主持人的个性化培育》、《从受众的审美期待看电视节目主持人的形象定位》、《电视节目主持人形象的建立对受众文化品位的先导与提升》、《传统意蕴中的现代追求——从凤凰“台声”看海外华语播音的风格定位》、《广告配音教程》等，参与撰写了《中国播音学》、《全国播音员主持人持证上岗资格考试大纲及训练教材》、《电视节目策划》、《播音主持专业人才培养研究》等著作；主持、参与国家级、部级、校级课题多项，并多次获奖。教学之余，长期参与广播电视的一线实践，担任主持人、策划及顾问，多次获得国家级奖项。

书籍目录

序 绪论第一章 主持人文化影响力之界定 第一节 认识主持人 第二节 文化与电视文化影响力
第三节 电视节目主持人文化影响力的界定 第二章 主持人文化影响力之发生机制 第一节 来自受众
的梯级效果——主持人文化影响力之必备条件 第二节 来自主持人的力量呈现——主持人文化影响
力之本质特征 第三节 来自环境的多重制约——主持人文化影响力之存在空间第三章 主持人文化影
响力之作用空间 第一节 先导与提升——对受众审美心理的影响 第二节 继承与求索——对受众思
维方式的影响 第三节 引导与建立——对受众价值观念的影响 第四节 品牌与品格——对主持人
及媒体自身的影响 第四章 主持人文化影响力之多维视域 第一节 多重身份的角色冲突 第二节
双重视域的考察与质疑 第三节 生命活力的责任权限第五章 主持人文化影响力最大化实现之途径与
战略思考 第一节 “品”级设置——主持人策划对主持人文化影响力的打造 第二节 “品”格样式
——主持人文化自觉对主持人文化影响力的构建 第三节 “品”评衡量——受众的多维解读对主持
人文化影响力的完善结语主要参考文献后记

章节摘录

第一章 主持人文化影响力之界定 电视节目主持人文化影响力，是电视文化的重要组成部分，它存在于电视文化的生成与发展的全过程。

既体现电视文化的传播效果，更体现主持人价值实现效果的主持人文化影响力研究，不只是一个理论的问题，更是一个实践的问题，因为任何一种文化问题的研究都不可避免地要面临其现实处境。那么，到底什么是主持人文化影响力，什么样的主持人才真正具备这样一种力量，在多重学科相互渗透的多维视角中，主持人文化影响力究竟处于怎样的位置。

本章将以“主持人”为切入点，在对文化与电视文化的释义中，试图触摸到主持人文化影响力这一学术命题的真实涵义。

第一节 认识主持人 在大众传播媒介电视的传播中，节目主持人不仅是传播活动的起点，也是传播活动的中心之一。

因而，认识电视节目主持人文化影响力，首先需要认识这个“动作”的发出者——电视节目主持人。

人是世界上最复杂的认识对象，克利福德·格尔兹在《文化的解释》中说过这样一句话：“科学的解释存在于用较易于理解的错综复杂的事物来取代较不易于理解的错综复杂的事物。

就人的研究来说，我认为可以更深入地探讨，同时要争辩，解释常常在于用复杂图景代替简单图景，同时力图保持简单图景所具有的清晰的说服力”。

我们尝试从多个不同的视角去接近、认识电视节目主持人。

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>