

<<电视解说>>

图书基本信息

书名：<<电视解说>>

13位ISBN编号：9787303094172

10位ISBN编号：7303094172

出版时间：2009-1

出版时间：北京师范大学出版社

作者：徐舫州

页数：306

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>

<<电视解说>>

内容概要

伴随着跨入新世纪的步伐，中国传媒业也进入了剧烈的变革期。

媒体集团、资本运作、产业化、新媒体……这些词汇不断地进入传媒操作和传媒研究的视野。

而首当其冲的中国电视更显得生机勃勃和伤痕累累，其生机勃勃表现在电视不断地被品牌化、频道专业化、经营模式、媒介产品等新生概念裹挟着去寻求创新；其伤痕累累则表现在白热化的竞争、收视率的压力、盈利指标等将电视逼入了寻求生存的茫然境地。

作者将电视研究分为三个层次：一是前沿研究，它着眼于变革时期的中国电视，对其间出现的新的电视现象、电视形态以及新问题和新趋势进行理论的探讨，这是一种功能性的研究，具有探索性和不稳定性。

二是实用理论研究，它侧重于电视作为一种媒介本身所具有的特征、规律和操作规则等的研究，这是一种本体论的研究，它具有相对的实用性和稳定性。

三是基础理论研究，它侧重于从一个宏观的哲学视角来对电视的传播属性和功能作研究，这是一种学理性的研究，通常具有形而上的意味。

对于电视研究而言，打破这些层次之间的界限，使前沿研究有基础理论的指引，又使基础理论研究有更多的实用性，一直是电视研究与教学在不断尝试的。

<<电视解说>>

作者简介

徐舫州，中国传媒大学电视学院教授、电视文化研究所所长。

多年来一直从事电视专业的教学和研究工作。

先后开设了“电视文化学”、“电视解说词写作”、“电视写作研究”、“电视节目策划”等课程。长期从事我国各级电视台的节目策划工作，参与创作了大量电视节目，担任许多电视专题片解说词的撰稿工作，参与创作和策划过许多大型电视节目和著名电视栏目，是我国著名的电视节目策划人。出版过《文学与电视》等著作并发表数百篇专业学术论文，是《中国应用电视学》、《电视广告的创作与制作》等著作的撰稿人之一。

获得过中国电视“金鹰奖”、优秀电视论文奖、国家教委优秀教材奖等奖项。

是中国电视经济节目、中国电视法制节目、中国电视体育节目的评委，并担任过中国电视“金鹰奖”的评委。

本书是作者多年实践与研究的成果，既有深入的理论探讨，又具有适合操作的实践指导价值。见解新颖，文风活泼，是电视节目创作实践活动中迫切需要的一部理论专著及专业教材。

<<电视解说>>

书籍目录

绪论 一、电视解说词概说 1. 电视解说词的解释与界定 2. 解说词发展的历史沿革 二、电视解说词的地位与作用 1. 研究认识上的分歧 2. 在电视语言中的地位和作用第一章 电视解说词的应用范围和有关准备 一、电视解说词的应用范围 1. 电视解说词的广泛运用 2. 电视解说词的应用重点 3. 学习过程中需注意的几个问题 4. 解说词创作的学习重点 二、相关知识的必要准备 1. 相应的文字基础和写作功力 2. 了解电视制作的基本过程和操作程序 3. 掌握电视的发展脉络和潮流动向 4. 在创作实践中积累融会广泛的知识 5. 始终保持新闻敏感和创新意识第二章 电视语言的合理运用 一、电视语言的结构特点 1. 单一手段自身表现力的限制 2. 电视语言整体结构对手段使用的制约 3. 编导个人创作个性的制约 4. 制作经费和技术条件等客观因素的制约 二、电视语言的综合优势 1. 电视语言的主要优势所在 2. 电视语言构成的基本规则 三、语言环境的影响与营造 1. 语言使用的社会与文化环境 2. 外部语言环境构成的立体交叉式影响 3. 内部语言环境构成的库存选择关系第三章 电视解说的语言特点 一、类概念与感性实体 1. 两种符号形式的联系与异同 2. 不同符号感受形象的方式 3. 特殊语言形态的电视解说 二、语言符号的物质形态与概念意义 1. 文字符号“能指”与“所指”的关系 2. 画面符号外在形态与内涵意义的关系 3. 画面形象的象征与隐喻第四章 电视解说词的合理位置 一、电视画面的局限 1. 历史上发生的事件难以完整再现 2. 画面无法预测和展望未来 3. 难以直接揭示复杂的人物内心世界 4. 对不具备形象性的问题难以表达 5. 画面具有的“多释性”特点 6. 无法全部回答新闻记录的基本要素 二、电视解说的非独立性 1. 怎样理解电视解说的非独立性 2. 具体创作中应该注意的问题第五章 电视解说的功能与作用 一、电视解说的主要功能 1. 弥补画面不足, 完善电视形象报道 2. 整合画面信息, 创造明确的指示关系 3. 挖掘画面内涵, 丰富提升画面的表现力 4. 调动观众的想象和联想 5. 连接画面, 顺利过渡转场 6. 直接抒发感情, 阐述道理 二、电视解说存在的意义和价值 1. “电视时代”保持理性思考的重要途径 2. 解说存在的社会学意义第六章 特殊类型的电视节目对解说的要求第七章 电视解说的创意与构思第八章 电视解说词的形式特点第九章 电视解说的艺术追求第十章 电视解说的理论思考和发展前景附录

<<电视解说>>

章节摘录

因此，我们说文字语言是观念性的，而画面语言是物质性的；词汇表现的是抽象的概念，镜头反映的是具体的感觉。

那么，这两种语言系统和电视解说之间，到底有什么联系？
是什么样的关系呢？

2. 不同符号感受形象的方式 我们先来看一下人们感受形象的方式。

文字语言之所以能够唤起读者的形象感，主要是利用语言的中介，通过读者的主动想象，即“再造想象”的活动，来调动脑海中的表象记忆，才能间接获得形象感受。

文字语言有一种“可内视性”，人们看到或听到一个符号，就会在脑海中浮现出相应的形象。

人的大脑分为左右两半球，一边输入符号记忆，一边输入形象记忆，在认识事物的时候协调运动。

比如我们看到“粉笔”或“黑板擦”这样的字样，即使眼前没有这两样东西，也会在脑海中迅速浮现它们的形象。

这个过程说起来简单，但文字语言这种中介能力的实现，要顺利唤起人们的再造想象，必须具备以下两个起码的条件：第一，必须认识字。

对于文盲来说，一个文字符号不过是一些线条，没有任何形象感。

一大片密密麻麻的印刷符号，就是一大片线条而已。

对于不懂外语的人，文字符号同样无法唤起相应的形象感。

“粉笔”可以唤起懂得汉语的人的形象记忆，在英国人眼里，可能只是点横撇竖捺的线条。

他们只对“chalk”有这样的感受，而普通中国人就未必了。

第二，必须具备相应的生活经验和实际感受。

如果缺乏必要的经验感受，即便你学富五车，才高八斗，学识极其渊博，也难以凭空臆想出一种相应的形象来。

孔夫子识字再多，面对“彩电”、“冰箱”、“互联网”这样的字眼，也会瞠目结舌，不知所云为何物。

当代的文学博士，看到“火星人”的字样，尽管认识，却无法再造其形象。

而画面语言则没有这种符号与形象的分离。

画面语言把形象直接诉诸人们的视觉器官，符号本身就是形象的直接显现，不需要借助中介的转换过程，遵循了人们正常的感知规律。

符号与被表明的事物是同一存在，在视觉感受上是合二为一的复制品。

画面符号传达的信息是可以直接感知的信息，观众接触的画面语言是一种直接的形象体验。

画面上的日月星辰。

<<电视解说>>

编辑推荐

《电视解说:安排与处理》由北京师范大学出版集团,北京师范大学出版社出版。

<<电视解说>>

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>