第一图书网, tushu007.com

<<电视>>

图书基本信息

书名：<<电视>>

13位ISBN编号：9787308066365

10位ISBN编号：7308066363

出版时间：2009-3

出版时间：浙江大学出版社

作者：巨浪

页数：282

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

内容概要

关于体例，本书注意了系统性，分上、下两编；上编为电视采访，下编为电视写作。
因为古今中外的新闻都离不开采访和写作这两个主要环节，而且两者始终紧密联系，难以切割，因此就将书名定为现名，以期形成彼此相互联系的两个系统。
在论述时，尽量注意论题的来龙去脉，层层递进，给读者以电视采访、写作发展的历史感。
比如，上编的“电视采访的形成、拓展和特色”、下编的“电视专题写作的基本规程”等。
同时，注意论题内部的系统性。
比如，上编电视采访策划中的从宏观到微观、从选题到内容；下编写作中的从快讯到消息、从专题到评论、从言论到谈话等等；以求将同类事物按内在联系组成一个单元。
　关于内容，本书尽量将电视采访和写作领域里新的理念、新的实践、新的形式、新的案例吸纳进来。
比如，近些年来崇尚的电视采访策划、出镜记者、体验式采访、电视特别文稿写作以及近年来各级电视媒体丰富的实例等，着力缩短书稿内容与电视采写实际之间的距离。
　关于实用价值，本书的初衷是强调可操作性；书稿始终把重点放在电视采访、写作的方法技巧上，并且注重在实践中的应用。
比如，如何进行现场观察，怎样实施访问，怎样做现场采访和现场报道；不同节目的文稿如何写，不同类别的专题如何写等等。

书籍目录

序文　一、为什么要学习电视（新闻）采访与写作　二、对传统新闻采访的基本认识　三、新闻采访的作用（目的）　四、新闻采访的基本方法上编 电视采访　第一章 电视采访的形成、拓展和特色　第一节 电视采访的产生和拓展　第二节 电视采访的特征和优势　第二章 电视采访策划　第一节 电视宏观策划　第二节 电视采访策划　第三节 电视采访选题　第四节 电视采访准备　第三章 电视采访的主要环节　第一节　现场观察　第二节　实施访问　第三节 提问的原则和方法　第四节　访问记录和材料梳理　第四章 电视现场报导　第一节　现场采访　第二节　现场报道　第三节 出镜记者　第四节　纪实拍摄　第五章 电视采访的其他模式　第一节 电视采访的常用方式　第二节　体验式采访　第三节　隐性采访　第四节 突发事件的采访报道　第六章 采访心理　第一节　记者心理　第二节 电视采访对象心理　第三节 电视受众心理下编 电视写作　第一章　电视（新闻）写作概述　第一节 电视文稿（解说词）的地位和作用　第二节 电视节目的主题　第三节 电视节目的材料　第四节 电视文体写作的基本要求　第五节 电视文稿的特别写作　第二章 电视新闻类节目写作　第一节 电视消息（新闻）类节目的界定及特点　第二节 电视快讯·简讯的写作　第三节 电视新闻（消息）的写作　第四节 电视新闻文稿的结构　第三章 电视专题写作　第一节 电视专题写作的基本规程　第二节 专题访问　第三节 电视专题的其他类别及文体样式　第四章 电视评论写作　第一节 电视新闻评论（言论）　第二节 电视评论（述评）的题材和体裁　第三节 电视言论类节目的分类写作　第四节 电视谈话节目的写作主要参考书目

章节摘录

上编 电视采访第一章 电视采访的形成、拓展和特色采访是记者工作的基本手段。
没有电视采访，就没有电视节目。
——记者格言“ 当今新闻工作最有价值和最具独创性的成就，通常都是从采访得来的。
”“ 采访是我们这个行业的基本工具，没有它，我们就无法生存。
”——（约翰?布雷迪《采访技巧》）第一节 电视采访的产生和拓展任何活动的产生、任何事物的出现，都有一个相应的原因，也有一个相对漫长的发展过程。
新闻记者的采访活动也是在一定的基础上逐渐出现的，它是伴随近代报纸的出现而产生的一种社会活动。
它的历史，可以追溯到公元15世纪末期。
其间，新闻大体经历了开创时期、成熟时期、巩固提高时期、飞跃发展时期、激烈竞争时期。
17世纪初期（1607年）近代报纸诞生，出现了新闻采访活动；1835年，哈瓦斯通讯社（现名法新社）建立，标志着专业采访队伍的形成；20世纪20年代（1920年11月）广播诞生，壮大并丰富了新闻采访活动；30年代（1936年11月）电视诞生，迎来了电子化的采访时代。
从此，新闻采访呈现出百花争艳的繁荣局面。
物竞天择，适者生存，是事物存在和发展的基本规律。
任何事物的存在，都要具备一定的条件，都是在相互竞争、相互依存中得到发展的，也是相辅相成的结果。
电视采访之所以能够存在并且标新立异、独树一帜、自成体系，是因为它既把制作电视新闻、电视其他节目视为自己赖以生存的温床，又把它当作电视记者与广播、报纸、通讯社记者竞争的手段，同时还把它看做是提高自己生命力的一条途径。
一、电视采访的产生世界上任何一个媒体的采访活动都是伴随着新闻或其他栏目（版面）的出现而产生的。
1936年11月2日，英国广播公司（BBC）在伦敦市郊亚历山大宫正式播送电视节目，宣告了电视的诞生；随之，电视新闻出现。
开播之初，电视新闻的播报形式除了在电视荧屏上有个读稿的“ 人像 ”（播音员）外，其余与广播新闻没有什么区别。
同样，电视新闻的采访也与广播、报纸新闻的采访一样，没有什么不同。
当时，电视还很幼小，学着别人走路的样子走路，谈不上什么叫电视采访。
1939年2月28日，美国全国广播公司（NBC）所属的WZXBS实验电视台首次实况转播了纽约世界博览会的开幕式，报道了罗斯福总统主持这次开幕典礼仪式的消息。
虽然，这种报道属于个别情形，但它是对电视采访报道的大胆尝试，带有探索性和突破性，应该视为世界上最早的电视新闻；这则新闻的实况拍摄亦应视为电视采访的开始。
因为这则新闻的采访报道过程既区别于广播，又区别于报纸，还区别于通讯社的采访报道。
当然。
由于当时的技术、设备的限制，电视人对电视新闻的认识有限，这种采访报道没有得到及时的延续、广泛的应用和进一步的开发。
1941年，美国正式播出电视新闻，采用的同样也是口播新闻的形式。
它是将类似于今天的简明新闻写在纸上，交给播音员播报，被称为“ 撕下来念 ”！
虽然，电视刚刚起步，但它总是在探索着自己走路，走自己的路。
1947年，是电视采访跨越式发展的一年。
这一年，美国全国广播公司（NBC）和哥伦比亚广播公司（CBS）相继与电影设备、胶片厂家合作，制造16毫米摄影机和16毫米胶片，用于拍摄电视新闻。
这种轻便的小型摄影机便于记者在新闻现场采访、拍摄画面，使电视新闻较之报纸、广播具有连续活动的图像，形成了自己的优势——活动的画面。
由此，电视记者的采访活动与报纸、广播记者的采访有了明显的区别。

不过，这个时期（20世纪40年代中后期）电视新闻还是电影纪录片和广播新闻的结合物，它还不是我们今天说的电视采访；但它毕竟是电视采访的一个跨越。
20世纪60—70年代，电视迅速崛起，电视新闻得到迅猛发展，电视记者的采访活动开始活跃，日趋繁荣。
20世纪70—80年代，电视技术上的一项重大突破，带来电视采访的一次革命，使新的电视采访方式逐渐形成，逐日完善，逐步成熟，并凸现出自己的优势和特点。
那么，电视采访为什么在这个时候产生并得到长足的发展，乃至繁荣呢？
首先，从技术设备看，是技术、设备支撑了电视采访的形成。
一项技术的革新往往推动一项事业的发展，而且带动相关事业的进步。
ENG（电子采访设备，或称电视摄像机）的出现是电视采访技术手段的革新，带来了电视采访的突破；它是20世纪电视的一个创举，又是根本性的变化。
美国是最早采用ENG的国家。
1971年11月，美国哥伦比亚广播公司的电视记者首次使用便携式电子摄录设备采访了国会会议。
不久，该公司新闻部使用同样的小型摄录设备采访了美国国务卿基辛格博士关于越南问题的讲话，25分钟以后就播出了这条录像新闻，比美国广播公司和全国广播公司快了几个小时。
20世纪：ENG运用于电视新闻采访，极大地改变了电视采访并由此改变电视新闻、电视其他节目的面貌。
站在世界的范畴，从电视专业的角度来看，应该说，真正的电视采访产生于20世纪70年代。
1977年以后，美国三大广播公司逐渐用磁带录像新闻代替了影片新闻。
西欧各国电视台也在1977年以后陆续采用了电子采访设备。
我国的电视采访始于20世纪70年代末、80年代初，1978年12月，中央电视台率先使用ENG采访新闻。
随后，即1981年之后，各省电视台也陆续进口ENG，并用它采访、拍摄部分时效性强的新闻。
当时，各省电视台都是摄影机与摄像机兼而用之，“两驾马车”并行。
到了80年代中、后期，随着摄像机数量的增加，基本代替了摄影机，摄影机逐步退出了电视采访的历史舞台。
其次，从采访的时效看，ENG加快了采集新闻的速度。
在摄影机当道的时候，它所拍摄的胶片（熟底）必须要经过冲底片、印样片、洗样片、烘干、看样片（放映样片）、选镜头、剪辑、配音甚至合成等多道工序，必然要花费相当的时间，延迟新闻传播的时效，这从时效上说是一个极大的不利因素。
20世纪80年代之前，电视新闻没有脱离电影的襁褓，时效差的主要原因是沿用了电影的工艺流程。
80年代之后，摄像机普遍应用于新闻及其他节目的采访，它拍摄的磁带可以直接上编辑机制作新闻及其他节目，省略了影片制作的繁杂环节，节约了制作时间，因而大大提高了时效。
同时，BvU系列设备摄录的声音、画面，其技术质量完全能达到上乘；因此，摄像机成为电视业界青睐的“武器”。
到了世纪之交，数字电视系统将模拟电视系统取而代之，轻巧便捷、高灵敏度、高清晰度越发显示了电子采访设备的优势。
微波传播和卫星传播技术在电视采访中应用后，把电视新闻和其他节目的时效提到极致。
现场直播成了对重要新闻、赛事、演出采访、报道的常规形式。
进入20世纪以来，世界各主流电视媒体都在利用电视现场直播传播重要新闻，以此扩大自己的影响，提升自己的知名度、权威度、美誉度，树立自己的形象。
1991年，海湾战争爆发，CNN24小时报道了这场战争的发生、发展和结果，就是一个例证。
这样的采访报道在人类战争史和传播史上创造了一个奇迹。
它依托了一个最基本的设备，那就是ENG（电子采访机）。
第三，从采访方式上看，电视采访的出现是一种创举。
从电视诞生到20世纪末长达60年左右的时间里，电视采访的主要方式是用电影摄影机拍摄画面，经过后期剪辑、配音后才成为可以播出的节目。
采访时胶片是不能录取声音的。

自从电视摄像机用于采访后，电视的另一重要表现元素——声音，不仅出现在采访素材中，而且与画面同步进入镜头，画面不仅是采访内容的重要表现元素，同时又是声音的唯一载体，体现出电视与电影的根本不同，体现出电视的特点。
由于电视摄像机能录声音，并且能使声画同步，由此派生出记者可以进入画面，把口头采访作为一种采访方式，把采访过程当作报道内容的组成部分，采访的过程可以成为报道的过程，将采访对象和观众引入电视画面，既丰富了电视采访的形式，又创造出特有的报道方式。
于是，现场报道、人物专访、提问讨论、嘉宾谈话、双方辩论等节目样式应运而生，极大地发挥了电视特有的功能。
二、电视采访的拓展 新生事物出现之后，必然要向完善和成熟的方向发展；发展到一定阶段后，继续向广度和深度拓展；这是一条自然法则。
电视采访的产生、演变和拓展，经历了一条由模仿他人—自成—体—不断创新—继续拓展的道路。
那么，电视采访为什么会得到拓展呢？
首先，这是电视事业发展的必然结果。
假若站在世界的角度来看电视的发展，我们可以理直气壮地说：电视的发展是世界性的、必然性的、持续性的。
世界各国虽然大小不同，人口多少不同，国家制度和法规不同，经济发展速度不同，技术先进程度不同，人民生活的状况不同……但是，在发展电视的问题上，却有惊人的相似性，那就是自20世纪70年代、80年代以来，各国的电视都得到了迅速的发展，电视台的数量扶摇直上，电视频道和栏目推陈出新、层出不断，播出内容越来越丰富，播出时间越来越长，乃至出现了一天24小时连续播出的全天候的电视频道。
电视台已经形成为庞大的群体，电视事业已经成为巨大的产业。
要支撑庞大的电视媒体的正常运转，就要有庞大的节目体系做后盾。
毫无疑问，制作电视节目往往是从采访升始的。
电视事业为电视采访创造了拓展的空间。
其次，电视播出的节目需求数量，促进了电视采访的发展。
世界各国的电视台，只要开播，每天就需要播出相当数量的电视节目；只要扦播，就不能“开天窗”，更不能随意停播。
要维持电视台的正常运转，就需要庞大的节目源来支撑，一年365天，天天如此。

编辑推荐

关于实用价值，《电视(新闻)采访与写作》的初衷是强调可操作性；书稿始终把重点放在电视采访、写作的方法技巧上，并且注重在实践中的应用。
比如，如何进行现场观察，怎样实施访问，怎样做现场采访和现场报道；不同节目的文稿如何写，不同类别的专题如何写等等。

第一图书网, tushu007.com

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