

<<传必求通>>

图书基本信息

书名：<<传必求通>>

13位ISBN编号：9787565100512

10位ISBN编号：756510051X

出版时间：2009-11

出版时间：南京师范大学出版社

作者：毕一鸣

页数：285

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>

<<传必求通>>

内容概要

本书是阐释广播电视主持艺术的概要性论述。

主要借助语言学和传播学的最新理论来加以研究和分析，并尽可能地使用实践中的例证加以说明。

这与过去仅仅从应用语言学角度着手研究的方法有所不同，这样的研究摆脱了那种非此即彼、形而上学的思维方法；注重从实践的、辩证的角度来分析主持人节目和节目主持人的内涵，既兼顾国情，也顺应潮流，既着重现状。

也展望未来。

希望它更加符合现代广播电视发展的实际需要，使大家能够学有所得、学以致用。

<<传必求通>>

书籍目录

前言第一章 主持人概述 第一节 主持人节目的本源 第二节 播音、主持的基本含义 第三节 主持人的未来发展第二章 主持人节目的传播学规律 第一节 符合交流需要的节目形态 第二节 擅长沟通与协调的主持人第三章 主持人的科学用声 第一节 提高清晰度的吐字技巧 第二节 增强表现力的发声方法 [附录1]主持人的发声训练第四章 主持人的演播工具 第一节 演播的物理特性 第二节 演播的声学环境 第三节 演播的电子器具 第四节 媒介语言的易懂度与清晰度 [附录2]主持人的演播技术训练第五章 主持人的心理塑造 第一节 主持人的审美心理 第二节 主持人的创作心理 第三节 主持人的传受心理 [附录3]主持人心理能力训练第六章 寻求沟通的主持艺术 第一节 主持人“传播”的方法 第二节 主持人“求通”的途径第七章 整合节目的主持艺术 第一节 整合节目的传播学原理 第二节 具有人际交流特点的主持人节目 第三节 具有群体互动特点的主持人节目 第四节 具有广泛参与特点的主持人节目第八章 引导舆论的主持艺术 第一节 主持人节目是富集民意的“舆论场” 第二节 主持人是引导民意的“舆论领袖” 第三节 引领公众意见导向既定的社会目标第九章 主持人的语言传播艺术 第一节 朗读艺术 第二节 阐说艺术 第三节 谈话艺术 [附录4]主持人的语言表达训练第十章 主持人的非语言传播艺术 第一节 无声动态的非语言艺术 第二节 无声静态的非语言艺术 第三节 有声的非语言——类言语艺术 第四节 非语言运用的基本原则 [附录5]主持人的非语言表达训练

章节摘录

第一章 主持人概述 第一节 主持人节目的本源 人们对“节目主持人”这种“外来的”称谓曾有过种种解释，归纳起来，无非形成了这样三种基本的认识：一种认为主持人是采、编、播全过程的操持者；一种认为主持人是由固定的真实人物出场，并以个人身份（第一人称）进行交流的主播者；还有一种，认为主持人是串接节目各个部分的演播者。

对节目主持人的认识角度不一，也就反映出对主持人节目的理解各不相同；从对节目主持人这三种不同的认识出发，就可以追溯到主持人节目形成的三个不同的源头。

按照第一种理解，人们普遍认为1952年美国哥伦比亚广播公司（CBS）的资深记者沃尔特·克朗凯特首先在电视报道中创造了“节目主持人”这一角色。

当时正值美国34届总统大选，美国三大广播公司都派出了最佳阵容投入这场异常激烈的新闻竞争，竞争的目标就是要达到最高的时效和最全面的报导。

在这种竞争压力下，哥伦比亚广播公司（CBS）负责这次报道的唐·休伊特别出心裁，设计了一种独特的报导方式：他在电视演播室安排了一个最强有力的记者取代播音员，以便迅速汇总从各地、各个方面传来的竞选消息，编串报导进行综合评述。

休伊特把这种安排比作“接力赛跑”，其中最强的队员跑最后一段赛程被称做“殿后”（anchorman），而克朗凯特果然不负众望，显示了强大的“冲刺力”，以后“殿后”就作为新闻节目主持人的同义语而被沿用下来了。

.....

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>