

<<播音创作主体论>>

图书基本信息

书名：<<播音创作主体论>>

13位ISBN编号：9787504354921

10位ISBN编号：7504354929

出版时间：2008-1

出版时间：广播电视

作者：金重建

页数：188

字数：155000

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>

<<播音创作主体论>>

内容概要

广播电视互联网时代的播音，指的是有声语言和副语言传播的创作活动。

寓题材内容和体裁形式于一体的各种语言表达传播形态，如反映政治的、经济的、文化的、社会的，通过有稿的、无稿的，有准备的、即兴的，包括新闻播音、节目主持、专题解说、影视配音等，都在成为它的研究对象。

本文立足传播平台，注重传播主体和文本主体、接受主体间的形神互动，注重传播目的与传播效果的和谐贯穿，揭示了有声语言和副语言传播的创作原动力，对拓展传播主体的创作视野，有深度、有感染力地运用有声语言和副语言，使之产生一定的传播品位，作出了实践基础上的理论阐述。

<<播音创作主体论>>

作者简介

金重建，浙江宁波人，2007年中国传媒大学语言学与应用语言学中国播音学方向博士研究生毕业，获文学博士学位：1997年至2007年在浙江电台文艺台任副总编、副总监：1997年被国家语委授予“全国语言文字工作先进工作者”：1998年12月经原国家广播影视部批准，成为浙江第一个播音

<<播音创作主体论>>

书籍目录

前言绪论第一章 语言传播的规范性是创作自觉的基点 第一节 言为心声, 语境制约 第二节 “非说不可”, 目的为魂 第三节 “非下苦功不可” 涵盖工具与文化两个层面 第四节 创作重心: 形态“转化” 第五节 催生精品: 创作理想第二章 传播主体创作自觉的生成机制 第一节 意识形态钳制有声语言创作的主体认知 第二节 传统文化影响有声语言内涵的主体修炼 第三节 文化融合引发有声语言内涵的主体辨证 第四节 “不在场”与“在场”构成有声语言整体和谐的主体关注 第五节 格调语势造就有声语言气氛印象的主体把握 第六节 从生存自发、规范自律到审美自觉的主体感悟第三章 传播主体创作自觉的学术理路 第一节 字正腔圆的蕴含性 第二节 多重感受的复合性 第三节 感性差异的具体性 第四节 知性综合的必要性 第五节 理性思辨的重要性 第六节 悟性生发的趋向性第四章 传播主体创作自觉与语感通悟 第一节 文本思维和超文本思维构筑了有声语言表达的立体空间 第二节 声符世界的创造开启着传播主体语感通悟的大门 第三节 音声表达和审美尺度是传播主体人文精神的活力展现第五章 传播主体创作自觉与“视域融合” 第一节 传播主体的理解感受是“视域融合”的主要元素 第二节 强化传播主体创作自觉是实现主体间性的前提 第三节 传播主体与接受主体“视域融合”中的文化体认第六章 传播主体创作自觉与民族文化根基 第一节 人文性和民族性是传播主体创作自觉的两面旗帜 第二节 从由外向内的约束转向由内而外的自觉 第三节 追求民族气派和品位“习惯成自然”第七章 传播主体创作自觉与整体和谐 第一节 语言功力和语言的功力能互相反映、包容却不可替代 第二节 语言的功力是语言功力的折射和凝聚 第三节 “言尽其意”、“得意忘言”的话语和谐 第四节 善于倾听、敏于应对的和谐会话 第五节 讲事有序、析理入微的多重和谐 第六节 传播主体的创作自觉与自律余论主要参考文献后记

<<播音创作主体论>>

章节摘录

第一章 语言传播的规范性是创作自觉的基点 第一节 言为心声, 语境制约 现代科技的发展使得大众传播覆盖面日渐扩大, 视听效果更加清晰, 广播从中波、短波到调频, 电视从无线、有线到数字。

在我国, 仅广播频率已有1500多个, 电视频道2000多个, 而互联网上网用户总数2004年就达9400万。有声语言和副语言正是通过大众传播平台使传播主体抒发自己与人交流的内在动力获得了社会影响的广泛性。

区别于日常生活语境, 广播、电视、互联网站作为大众传播特定媒体, 其媒体性质、传播目标与方针, 传播手段和方法, 从策划定位, 到意图实施, 都日益显示出一定的预见性。

而体现于播音主持创作活动的, 是语言表达的有组织性。

国际互联网音频、视频网站的开通, 语言传受双方增加一定范围的互动, 却丝毫没有减轻传播主体不可推卸的社会责任, 搜索、点播、留存的功能反倒使接受主体更加看重传播内容的权威性。

社会影响的广泛性、传播内容的权威性, 正因为媒体的传播行为脱离了个体性, 代表了群体性, 有着传播利益的公共性。

要求传播主体不要忽视语言表达的有组织性, 即使以个体面目出现, 也要重视言语交流能让大多数人接受的共通性。

这就是语言传播规范空间或曰传播语境的制约性。

对于生存空间的人、事、物、理, 包括最能感受和体会的本土风俗习惯和方言俗语的内在奥妙, 传播主体也只有将它纳入规范空间, 传播语境进行必要的梳理、筛选和提炼, 取其精华、去其糟粕, 才能获得除本土外更大范围受众群体的认可和喜爱, 真正与传播覆盖范围内绝大多数接受主体达成“信息共享、认知共识、愉悦共鸣”。

“广播电视传播中的语言, 不能不发生对世界的全方位观照”, 新闻报道、专题访谈, 甚至经济服务、娱乐节目都会有所反应。

言语措辞行为、声像前后衔接构成的具体语体、语境, 通过传播具体内容, 总会映射国内外局势和整个社会环境的发展变化。

.....

<<播音创作主体论>>

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>