

<<当摄像机对准你>>

图书基本信息

书名：<<当摄像机对准你>>

13位ISBN编号：9787504360342

10位ISBN编号：7504360341

出版时间：2010-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：任远

页数：362

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>

<<当摄像机对准你>>

前言

写这样的书是我早就有的愿望。

在过去的岁月里，我们从事电视节目制作和电视传播领域教学和研究的人，总是忽略了一个重要的环节，那就是我们的观众。

我们似乎忘了马歇尔·麦克卢汉说过的话：“凡是由观众来完成某些过程的电视节目，往往是成功的。

”观众作为电视传播的受众，他们收视水平的高低，在某种程度上也会影响电视传播的成功率。

而他们要参加电视节目的某些过程，更需要懂得一些带有专业性的知识。

提到电视主持人，我们已经出版了不少著述。

但是，大多数都是从语言——播音角度来立论的。

中国对世界广播电视教育的一个贡献就是开创了播音专业的大学教育事业，为语言学开拓了新的领域，也为广播电视传播贡献了高水平的专业人才和学术理论。

这是不容忽视的。

但是，对于主持人的研究，似乎不能只从一个视角来发展，特别是不能忘掉传播学和主持人的密切关系。

我个人认为：电视主持人——我这里甚至不愿意使用“节目主持人”的称谓——的职责，从本质上讲是主持传播活动。

他们不是简单的“播读者”（Announcer），也不仅仅是起着节目串联人、报幕员（MCEE）的作用。

他（她）是一位信息的传播者，更是一位代表节目和观众交流的人。

因此，本书的最显著的特点是更多地从传播学角度切入论述。

关于传播，英语原文是Communicate, communication, 其核心的内涵应该是“交流”、“沟通”。

中文中更多是用传播，我们也认同这个词，而且可以把它解释为：“告知、说服、愉悦、服务受众”

；但是千万不要再因袭旧的、传统的思维，把宣教的含义过分突出，而淡化了与受众平等交流的意思。

<<当摄像机对准你>>

内容概要

本书最显著的特点是更多的从传播学角度切入论述，全书把整体分成两个部分，上篇是为专业主持人而且，下篇是为经常上镜头的公务人员、企业家、专家而写。书中论述的公关知识和技巧，对日常的公共关系实务也有借鉴作用。

<<当摄像机对准你>>

作者简介

任远，1938年1月18日出生，上海市人。

1958年从北京大学中文系转入中国人民大学新闻系，次年毕业。

现为中国传媒大学电视系教授、研究生导师，《电视艺术》杂志副主编。

曾任中国电视艺术委员会委员，中国电视艺术家协会主席团成员，北京电视艺术家协会常务理事及学术教育工委主任，历届主持人“金话筒奖”评委，第3、4、5届全国电视文艺“星光奖”评委，第7、8届电视剧“飞天奖”评委，历届电视海外交流电视节目政府奖评委，四川、上海、广州等地国际电视节、纪录片节国际评委，美国芝加哥“风城”国际纪录片节、第16届布拉迪斯拉发“金匣奖”纪录片节国际评委。

享受国务院特殊津贴。

2002年被评为全国德艺双馨电视艺术工作者和北京市德艺双馨老电视艺术家。

1960~1980年曾参加中央电视台纪录片编导工作，其创作纪录片35部（集），代表作有《大连漫游》、《咱们的五个孩子》、《丝绸之路》以及为美国WOSU编导的《中国人眼里的美国》。

发表论文200余篇，出版专著《电视编导基础》、《屏幕前的探索》、《海外名家谈电视》、《电视纪录片新论》、《世界纪录片史略》、《电视主持人初论》、《电视编辑学》、《影像里的历史——世界纪录片精品档案》、《纪录片的理念与方法》、《电视编辑理念与技巧》、《当摄像机对准你——写给主持人、记者和嘉宾》等20余部。

<<当摄像机对准你>>

书籍目录

上篇 第一章 什么是电视主持人 1. 电视主持人是怎么来的 2. 人类第二次信息大革命 3. 口语传播的特点 4. 电视怎样改变了信息本身的质和量 5. 三种传播文化各自优势 6. 为什么说电视是“面对面, 直接传播” 7. 新的信息革命会将现有媒介化为乌有吗 8. 电视非得有主持人吗 9. 主持人有哪些主要职责 10. 为什么出镜头的形象都必须具有鲜明的个性 11. 主持人和播音员有哪些不同 12. 电视主持人与演员有何异同 13. 主持人与记者有何异同 14. 主持人和广播员有何关系 第二章 主持人的任务 1. 电视主持人的主要作用应当体现在演播阶段 2. 播出过程中的不测与意外 3. 最大考验是众口难调 4. 电视节目的信息符号体系 5. 电视现场性要求主持人成为演播核心 第三章 电视主持人的类型与风格 1. 不同节目需要不同类型的主持人 2. 主持人需要“定位” 第四章 怎样才能主持好节目 1. 主持人促进受众“行动”的过程 2. “采编播合一”与“采编播合作” 3. 主持人是电视节目的代表 4. 主持人是节目的“把关人” 5. 主持人实现有效传达的最重要因素 6. 名片效应 7. “认同策略” 8. 收视环境下的人际交流 9. 参与感与交流感的关系 第五章 电视主持人的“写”、“说”、“演” 1. 主持人“写”的技巧 2. 在时间的限制中“说” 3. 主持人的“表演” 第六章 电视访谈节目 1. 具有说服力的电视访谈 2. 访谈的类型 3. 访谈的构成 4. 访谈的环境 5. 细谈研究和准备 6. 准备有趣的嘉宾和话题 7. 访谈技巧的提高 8. 访谈的穿着打扮 9. 保持控制 10. 保持中立的视角.....下篇后记

<<当摄像机对准你>>

章节摘录

(1) 调查“市场”。

一个节目要有较高的社会效益、经济效益，需要向观众做调查。

观众对节目的意见有助于改进演播、制作的品质，使得节目主持人更能正确展露自己的才华。

(2) 策划节目。

主持人是节目的设计者、组织者，他要参与节目构思、确定主题和选题、选材等工作。

(3) 镜前采录。

不论是演播室制作，或是现场制作（EFP），凡是要作镜头前访谈的，主持人都是主角。

(4) 编辑工作。

亲自动手写稿，是节目主持人直接参与节目制作的重要一环。

在编、播合一的情况下，节目主持人还要动手剪辑录像资料，参与节目合成制作。

(5) 主持播出。

主持人最主要的职责即在于此。

他要以电视台或电视节目的主人的身份向观众面对面地广播，组织、串联轴节目的各个有机部分。

由此，我们得出结论：电视主持人是出面主持一次电视传播活动的人，她或他不仅是主持串联节目。

她或他的工作已经跨越过演播室或演播现场，连接到受众所在的家庭或其它场所。

她或他不仅组织电视媒体方面的合作者、嘉宾，更包括观众，成千上万坐在接收机旁的观众。

因此，任何上电视的出镜者，都不能忘了：你要直面观众交流。

10. 为什么出镜头的形象都必须具有鲜明的个性 出镜者的形象是真实的形象，真实的形象是必然有个性的。

我们无法靠一套标准的模式，来规范主持人或其他出镜者的口语、表情、动作。

当主持人或出镜者在与观众进行直接交流时，他在观众心目中是一个真正的人，有血、有肉、有思想、有个性的人。

对于没有个性的主持人，观众不会满足，甚至感到他在“假模假式”，不可信赖。

我们这里强调的个性化，就是要加强这样一种意识，出镜头的人总是以“我”的面貌出现在观众面前的。

以主持人来说，她或他所主持的节目从办节目的方针、性质、主题思想以至节目内容和形式都是主持人和编辑部一起策划、确定的，最后由主持人来体现。

但是，当主持人出现在观众面前时，他总是以他个人的名义来传达。

因此，节目主持人的个性是主持人自身个性特点与节目个性两者的统一。

<<当摄像机对准你>>

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>