

<<新闻主持概论>>

图书基本信息

书名：<<新闻主持概论>>

13位ISBN编号：9787308066501

10位ISBN编号：7308066509

出版时间：2009-3

出版时间：浙江大学出版社

作者：壮春雨，崔健 著

页数：140

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>

<<新闻主持概论>>

内容概要

新闻节目主持人，要有对新闻事件的敏感性和洞察力；要有广博的知识，能对新闻事件进行独到的评论；要有较强的组织能力，能与编导配合，共同完成节目的制作或直播；要具有一定的个人魅力和个人风格，以吸引受众接受自己主持的节目。

因此，新闻节目主持人是影响新闻收听、收视率的重要因素。

<<新闻主持概论>>

书籍目录

第一章 主持人节目的产生与发展 第一节 主持人节目的生成基础 第二节 中国主持人节目产生的社会环境 第三节 中国主持人节目的历史与现状第二章 主持人节目的中国特色 第一节 主持人节目中国特色的客观性和必要性 第二节 主持人节目中国特色的体现方式第三章 节目主持人概述 第一节 主持人释义 第二节 主持人与播音员之异同 第三节 广播主持人与电视主持人之区别 第四节 主持人类型 第五节 主持人任务第四章 新闻节目主持人概述 第一节 新闻节目与新闻节目主持人 第二节 新闻主持人在传播中的地位和作用 第三节 新闻主持人的角色定位 第四节 新闻主持人的基本要求第五章 新闻主持人言语 第一节 言语是新闻主持人传播活动的主要手段 第二节 新闻主持人言语要求 第三节 对主持人言语的结论第六章 新闻主持人的身体语言 第一节 身体语言的普遍性 第二节 主持人经常使用的身体语言 第三节 主持人身体语言的沟通技巧第七章 新闻主持人采访与写作 第一节 采访的一般原则 第二节 新闻主持人采访的特点和要求 第三节 新闻主持人写作第八章 新闻主持人的台前行为 第一节 新闻主持人台前行为与非角色表演 第二节 新闻主持人台前行为与移情和应变能力 第三节 新闻主持人台前行为与心理因素第九章 新闻主持人魅力 第一节 新闻主持人魅力简析 第二节 新闻主持人魅力保持第十章 新闻主持人修饰 第一节 新闻主持人修饰的职业属性 第二节 新闻主持人修饰项目 第三节 新闻主持人修饰的注意点第十一章 新闻主持人的风格 第一节 新闻主持人风格的主观性和客观性 第二节 新闻主持人风格形成的心理因素 第三节 新闻主持人风格体现的要点 第四节 主持人风格的表达方式第十二章 新闻主持人的形象 第一节 新闻主持人形象的构成 第二节 新闻主持人形象的多重性 第三节 新闻主持人形象的保持和升华第十三章 新闻主持人的职业素养 第一节 新闻主持人素质 第二节 新闻主持人的修养第十四章 在职新闻主持人心得 第一节 站在拐点看新闻主持人 第二节 浅谈构建新闻主播的核心竞争力 第三节 论电视新闻主持人的空间何在 第四节 民生新闻节目主持人的媒体责任 第五节 我们距离“主播”还有多远后语

<<新闻主持概论>>

章节摘录

第一章 主持人节目的产生与发展 主持人节目是电子媒介特有的一种传播形态，是广播电视节目中特有的一种节目组织结构和传播方式。

主持人节目这种传播形式，最初虽然是由某个传播机构或某个人提出，并率先实现，但是，它为什么会很快成为全球性的现象，到底是什么因素促使了这种节目形式的产生和发展的呢？又是什么因素使其在中国大地开花结果的呢？

第一节 主持人节目的生成基础 任何一种新事物的诞生，都有其内因和外因，或者说，都有其实践上和理论上的依据。

就主持人节目而言，它的生成，大致有四方面的原因。

第一，电子传播媒介为主持人节目的产生提供了物质基础 电子传播媒介不同于印刷媒介。报纸的记者、编辑在进行传播活动时，一般是不同读者见面的，而广播电视的记者、播音员和节目主持人，则把他们的传播活动延伸到“幕前”，受众既闻其声，也见其人。传播者和受传者获得了“交流”的可能。

印刷媒介一般使用静态传播符号——文字。

以这种媒介制成的传播物品，一般称其为平面媒体。

这种媒体的传播者一旦将信息转化为文字或者图片，那文字或图片就脱离传播者而独立存在，并参加传播活动。

电子媒介多使用动态传播符号——声音和活动画面。

实况画面及其伴音离不开当事者，文字解说稿离不开播音员或主持人，因此，动态传播符号不能离开传播者而独立存在，它必然与传播者有机地维系在一起，并要求传播者主动地发挥作用。

印刷媒介的传播者，对受众施加影响的主要手段是文字和图片，而电子媒介的传播者则拥有更多对信息加工处理的机会。

电子传播媒介既可以在采、摄、录、编等环节上对信息进行加工，又可以在播出环节上进行再加工，如利用语气、声调、表情、动作乃至修饰等多种手段，以起到更好地传播信息的作用。

电子技术介入大众传播活动，使传播领域发生了革命性的变化。

电子传播媒介是现代科学技术的产物，主持人节目正是电子传播媒介的产物。

没有电子传播媒介，便不可能产生现代意义上的节目主持人，节目主持人的出现，又促使电子媒介的优势得到更好发挥。

总之，电子传播媒介为传播者发挥自身传播器官的作用以及提高传播能力和传播水平，提供了物质基础，同时又对传播者的素养和适应能力提出了新的更高的要求，两者相互影响、相互促进，最终导致了主持人节目形式的产生。

第二，对个人魅力在传播活动中的影响力的发现 节目主持人的出现，最早要追溯到开拓者——默罗。

美国的默罗从根本上说是一位广播明星而不是电视明星，但他却对后来的电视主持人的风格有着开拓性的影响。

默罗虽没有受过专业新闻工作的训练，但他在第二次世界大战期间对慕尼黑事件所作的目击性的第一手报道，却使他一下子成为名人。

他有一种感染人的本领。

他那圆润、洪亮的嗓音和优雅而严谨的文体对听众产生了深刻的影响。

他最擅长的是深入现场采访和直播。

他曾在被炸毁的商店里，把麦克风放在被弹片刺穿的桃子罐头瓶旁，利用果汁一滴滴溅在地板上的“嘀嗒”声，描述空袭间隙那可怕的沉寂。

他曾于德国人投掷炸弹之前，站在伦敦的楼顶上做现场报道。

他还乘扫雷艇航行于北海之中，用他那颤抖甚至呜咽的声音报道：“现在，探照灯几乎就在头顶上搜索，你立刻会听到更近的两下爆炸声。

听，来啦！

<<新闻主持概论>>

那是剧烈的无情的爆炸声！

”默罗的报道，使美国听众感受到了完全真实的战争状况。

到战争结束时，默罗成了美国的一位大英雄和大明星。

他的声望使电台内部的普通编辑们不敢冒昧告诉他应该说些什么和应该怎么说。

这个时候，美国的电视崛起，默罗在电视中主持一个《立刻看到》栏目，成为许多人崇拜的对象。

当他走在华盛顿街头时，人们从四面八方向他涌来，以至于50号大街的交通都阻塞了。

1952年，美国举行第34届总统大选。

每逢这种时候，各新闻机构之间竞争非常激烈。

哥伦比亚广播公司（CBS）新闻负责人米克尔森和制片人唐·休伊特为了在报道总统大选中领先，提出了一种新的报道方法，即选用具有个人魅力的记者把所有有关的报道串接起来，作一番综述。

休伊特把这比作接力赛跑的最后一棒，并把这位握最后一棒的人叫作“主持”。

当时担任这次“主持”任务的是思想敏捷、温文尔雅、富有经验的记者沃尔特·克朗凯特，节目主持人这一称谓也由他开始正式出现。

在同一时代，美国出现的第一代电视明星，还有亨特利和布林克利。

当时的电视新闻还不很发达，起主要作用的是摄影师，而不是记者。

但自从切特·亨特利和戴维·布林克利出现后，情况就改变了。

布林克利的不虔不敬、不落俗套和富有幽默感和亨特利安详的权威架势相配合，从报道1956年美国年会开始出台。

亨特利是一位有天才和有吸引力的新闻广播员，他有优美洪亮的嗓音，有令人羡慕和信任的风度，而布林克利则相当精通广播稿的写作， he 可以从最复杂的事件中归纳出最简短的要点，并能以明白易懂的句子写出来和说出来。

他们的出现使收视率迅速上升。

对于观众来说，他们不仅是新闻的传播者，而且更是活生生的人。

相当一部分电视观众看电视既是为了了解新闻，也是为了看他们两个人。

他们的魅力使一些女人发狂，她们给两位主持人不断写信，甚至有一位还带了衣物和收录机到布林克利家门口露宿。

默罗·克朗凯特、亨特利、布林克利等人的成功，使人们发现个人魅力在传播活动中的巨大作用，这对以后主持人节目的兴起和发展，产生了深远的影响。

这种把个人魅力运用于大众传播的效果，被后来的法国文学谈话节目主持人伯纳德·皮沃特、《星期天约会》节目主持人米歇尔·杜盖，日本的《彻子之家》专栏主持人黑柳彻子等所证实。

再后的中国广播电视节目主持人，如徐曼甜美的声音，赵忠祥的庄重沉稳，沈力的典雅，倪萍的大方，杨澜的洒脱，白岩松的智慧，王小丫的美态以及凤凰卫视一群内涵风姿俱佳的主持人，也都证明了把个人魅力引入大众传播的良好效果。

第三，接受美学等相关学科的渗透 第二次世界大战后，“接受美学”、“大众传播学”等学科相继兴起，并很快被西方国家接受。

这些理论渗透到文学、新闻、广播电视等领域后，几乎公认传播和接受是一个完整过程的两部分，强调把读者、听众、观众等受传者放到重要的位置上，确认一切作品本身只具有势能，而这个势能只有通过接受才能转化为功能，确认作品的价值是创造意识与接受意识共同意识的结果。

同理，广播电视节目本身也只是具有一种势能，它只有通过听众观众的接受才能发挥其功能。

广播电视制作者的意图，也只有受众接受过程中才能得以实现。

从心理学、传播学的角度来讲，广播电视影响受众心理定势的有效方法之一，就是要沟通传播者与受传者之间的交流。

主持人形式正是在这些理论影响下产生和发展的。

第四，现代文明的普及 随着现代文明的发展和民主程度的提高，普通人的价值越来越受到社会的尊重，电台、电视台也逐渐脱去了早年那种神秘的外衣，观众常应邀参加节目制作，参加各类智力和表演竞赛，传播者与接受者之间的双向交流日益增多，过去那样单纯由播音员和报幕员报告下一个节目内容的形式，越来越显得不适应观众的心理和需要。

<<新闻主持概论>>

而主持人形式则改变了这种情况，节目主持人直接出场与观众交流，既引出了表演者，又引进了观众，并把他们放在互相平等的地位上，使节目的主体和客体接近，相互渗透，彼此交融，大大缩短了传播者与受传者之间的距离，增强了传播效果。

上述诸种因素不仅促成了主持人节目形式的产生，而且推动着这一形式继续发展。

实践证明，节目主持人在广播电视传播活动中具有重要的地位和作用，他们是传播者与接受者之间的一座人物化的“桥梁”。

第二节 中国主持人节目产生的社会环境 按理说，真正的科学是不分国界的，可是，为什么经过20多年，主持人节目形式才被中国接受呢？

原因主要有三点：一是在过去相当长的时期内，尤其在“文化大革命”的十年间广播电视被当作一种政治工具使用，片面强调电台、电视台的指导作用，传播者一般以官方的姿态和教育人的口吻说话，实际上把受众放在从属的地位，这样势必造成传播者对受传者的居高临下。

二是在意识形态内混淆了个人与集体、个人与社会、个性与共性的正常关系，一方面推行对领袖人物的个人崇拜，一方面又抹煞普通人的个人价值和创造，否认个人魅力的作用，因而不可能出现以主持人个人的名义同受众平等、亲切地交谈。

三是和我国广播电视事业的发展状况有关。

拿电视来说，从1958年创建不久，1960年我国的国民经济遇到严重困难，在当时的“调整、巩固、充实、提高”的方针下，全国电视台由23座减为5座。

1964年形势有了好转，电视工作者正准备大干一番的时候，1966年又爆发了“文化大革命”，电视台被迫停播，节目建设中断，哪里还谈得上办主持人节目。

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>