

<<主持人即兴口语传播>>

图书基本信息

书名：<<主持人即兴口语传播>>

13位ISBN编号：9787565703249

10位ISBN编号：7565703249

出版时间：2012-8

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：於春

页数：205

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>

<<主持人即兴口语传播>>

内容概要

在当代节目主持实践中，即兴口语既是难点，更是亮点：既是现实考验，更是发展趋势。

《播音主持专业十二五规划丛书：主持人即兴口语传播》以大量实践案例和教学案例为基石，从传播考察、思维构成、认知机制、心理建设、表达与理解、即兴修辞、即兴体态语、创新空间等多个层面，系统构建主持人即兴口语传播的理论框架，致力于提高主持人即兴口语传播能力。

《播音主持专业十二五规划丛书：主持人即兴口语传播》有理有例，有史有事，读者可在轻松的阅读中获取教益，在丰富生动的事例中认识规律，受到启迪，得到知识和技巧。

《播音主持专业十二五规划丛书：主持人即兴口语传播》适于节目主持理论建设与业务研究，适于高校播音主持专业教学及在职主持人业务培训。

<<主持人即兴口语传播>>

作者简介

於春，华东师范大学传播学院讲师，复旦大学新闻传播学博士后，中国传媒大学语言学及应用语言学博士。

主持并参与多项省部级课题及国家社科基金课题，已出版专著《论语结——有效提高语言实践能力》，发表《新媒体环境下视频类节目主持的发展创新》《中国电视节目主持三十年史略》等多篇论文。

<<主持人即兴口语传播>>

书籍目录

融合了多年研究心得的专著

探索语言生成能力之谜李

第一章 主持人即兴口语传播的研究对象与基本问题

第一节 主持人即兴口语传播的界定

一、主持人即兴口语传播的定义

二、主持人即兴口语传播的内涵

第二节 主持人即兴口语传播的特性

一、传媒性

二、个性化

三、互动性

四、时效性

五、全息性

第三节 主持人即兴口语传播的研究意义与方法

一、理论意义与实践意义

二、研究思路与研究方法

第二章 主持人即兴口语的传播考察

第一节 模式

一、模式研究的必要

二、模式的功能

第二节 四个相关的传播研究模式

一、拉斯韦尔模式和维纳的反馈观

二、香农与韦弗模式的技术观

三、奥斯古德模式的认知观

四、施拉姆模式的集大成

第三节 主持人即兴口语的传播考察

一、全息的传播观与语言观

二、大众传播、人际传播、语言传播的有机结合

第三章 主持人即兴口语的思维构成

第一节 思维与语言

一、思维的概念与特征

二、思维的过程

第二节 形象思维与逻辑思维

一、形象思维

二、逻辑思维

第三节 发散思维与聚合思维

一、发散思维

二、聚合思维

第四节 定向思维、逆向思维与应变思维

一、定向思维与逆向思维

二、应变思维

第四章 主持人即兴口语的认知机制

第一节 语言生成与语言理解

一、维戈茨基、鲁利亚的“内部语言”

二、切夫的“言语化过程”

三、冯特的“言语生成四阶段”

<<主持人即兴口语传播>>

- 四、弗罗姆金的“话语生成器模型”
- 五、梅尔秋克的“意思——文本(MTT)”理论
- 六、国内学者的一些研究
- 第二节 语结——主持人即兴口语的种子
 - 一、什么是语结
 - 二、语结的特点
- 第三节 语结的类型
 - 一、基本内容类
 - 二、逻辑关系类
 - 三、情绪气氛类
- 第五章 主持人即兴口语表达(上)
- 第六章 主持人即兴口语表达(下)
- 第七章 主持人即兴口语理解
- 第八章 主持人即兴口语修辞
- 第九章 主持人即兴体态语
- 第十章 新世纪主持人即兴口语传播的创新空间
- 参考文献
- 代后记——蜗牛与黄鹂鸟

<<主持人即兴口语传播>>

章节摘录

(三) 传播 主持人即兴口语传播,是大众传播、人际传播、语言传播的有机结合,在传播过程中,必须同时考虑大众传播、人际传播、语言传播三种方式,缺少任何一个方面都不能形成有效恰当的主持人即兴口语传播。

第一,主持人即兴口语传播必须考虑大众传播的技术性特点。

技术的革新可以直接推动广播电视事业的发展乃至飞跃,新技术的使用可以催生新的节目形态、主持人即兴口语样态。

第二,主持人即兴口语传播必须考虑大众传播的社会性特点。

主持人即兴口语不仅代表其个人,也代表其身后的团队,包括记者、编辑、制片人,代表节目形象、栏目形象、所在台(媒介)的形象;主持人即兴口语也不是只向个别人传播,而要向更广泛的大众和社会进行传播。

因此,主持人即兴口语虽然是通过主持人个体说出来的话,但是必须考虑传播因素、大众因素、社会因素。

第三,主持人即兴口语传播还必须考虑人际传播的特点。

主持人虽然代表节目、栏目、媒介形象,但是他(她)也是通过主持人个体向大众传播,并且,大众也是由一个个个体组成,可以说,主持人即兴口语传播是代表整体形象的主持人个体向广大受众中的众多个体进行传播的活动。

因此,主持人即兴口语传播在考虑大众性、社会性的同时,也要考虑人际性,这样才能实现有针对性、有亲和力的传播,才能做到“人同此心,心同此理”。

另外,节目现场有嘉宾、有观众,这就更要考虑节目现场的主持人即兴口语传播的人际性因素。

第四,主持人即兴口语传播必须考虑语言传播的特点。

主持人主要是通过语言向大众即兴传播的,包括口语以及其他语言要素,比如眼神、动作、表情、服饰、化妆、道具等。

语言传播有其自身特点,尤其是即兴过程中的生成理解机制、认知心理、思维特点等,本书正是以即兴口语传播为研究重点。

(四) 艺术 正如前文提及,“语言不仅仅是语言本身的事”,优秀的主持人即兴口语不仅关乎技巧,更超越技巧。

它蕴含素养、勇气、关怀、智慧、策略,充满创造性,是一项能力,是一门学问,是一种艺术。

本书在研究技巧、能力的同时,也将探索其蕴含的素养、勇气、关怀、智慧、策略,并探索其更深处的人文性、社会性、政治性、科学性、艺术性与创造性。

……

<<主持人即兴口语传播>>

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>