

<<三侃电视>>

图书基本信息

书名：<<三侃电视>>

13位ISBN编号：9787504357205

10位ISBN编号：7504357200

出版时间：2008-9

出版时间：中国广播电视出版社

作者：曾海燕

页数：346

字数：420000

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>

## &lt;&lt;三侃电视&gt;&gt;

## 前言

第一次见到曾海燕，是在三十年前，只是在火车站送人时的匆匆一面，但是却给我留下了深刻的印象。

她乐观、开朗、热情、上进。

当时她是文工团的演员，很具备演员应有的素质。

但是当时我怎么也不会想到，三十年后的她竟然已经写出了洋洋洒洒三大本“侃电视”的著作，而且仍然笔耕不断。

曾海燕能写出这样的大作绝非偶然。

她在学术问题、专业问题、生活问题上的感悟力非同一般，她勤于思考，善于提出问题、分析问题，而且喜欢和人“侃”。

这“侃”实际上就是在提出问题、分析问题、试图做出回答，并听取别人的反馈。

我有时到南方来，或者在电话上，也有幸成为她“大侃电视”的倾听者。

我发现她思维敏捷，看问题有独到的眼光，这是一种一定理论指导下对长期积累的工作经验的审视和思考，含有丰富的文化因素和电视行业的专业成分。

我觉得很受启发，就鼓励她把这些思考写下来。

没想到她很快就付诸实施了，一本一本地出书。

这种奋发上进的干劲，尽管我第一眼见到她时就已经有一定印象，但还是出乎我的意料之外。

曾海燕的“侃电视”系列著作涉及电视行业的方方面面，从编导艺术到节目主持，到市场运作，到电视作品的感染力，再到视觉艺术理论的运用及各类电视作品的评论和批评，十分周全。

再看内容，这个系列虽然名为“侃”，但决非“侃爷”之“侃”或“侃姐”之“侃”，海阔天空，乱“侃”一气，而是“侃”到了点子上，既有思想性、可读性，也有一定的学术性。

## &lt;&lt;三侃电视&gt;&gt;

## 内容概要

曾海燕的“侃电视”系列著作涉及电视行业的方方面面，从编导艺术到节目主持，到市场运作，到电视作品的感染力，再到视觉艺术理论的运用及各类电视作品的评论和批评，十分周全。

再看内容，这个系列虽然名为“侃”，但决非“侃爷”之“侃”或“侃姐”之“侃”，海阔天空，乱“侃”一气，而是“侃”到了点子上，既有思想性、可读性，也有一定的学术性。

从即将出版的《三侃电视——电视编导的专业思维与修养》来看，曾海燕将国内外学者关注的人文社会科学理论，如图像理论、文学性理论、读者反应批评理论、接受美学、外国文学批评理论等，灵活应用到她对电视行业一些实践问题的看法上，是理论与实践相结合的具体体现。

在这部书稿中，无论是关于编导工作的专业思考，还是关于电视制作特色化的探索，或是从影视文学的通俗性中受到的启发，抑或对强化编导艺术修养的人文素质的要求，都体现出理论与实践的结合给曾海燕在电视行业问题上的思考所带来的深度和活力。

《三侃电视》将会给予读者这样的启示：电视的编导和制作是一门艺术，必须抓住电视的图像性特点，以优化的流动性图像和图像语言提高电视的艺术型；特色化是电视节目的生命力，也是衡量电视艺术成就的重要标准之一；电视作为大众传媒必然要抓住广大观众，也就是要有通俗性，但通俗性不等于“俗”性或“媚俗”，实际上是雅俗共赏，发掘共同的人性；人文素质对于电视工作者至关重要，不懂曹雪芹，不懂莎士比亚，是搞不好电视的，即使你搞的是有关财经或自然科学的电视节目，也不能不加强人文素质，思考一下莎士比亚笔下的人物和故事，也许能使财经或自然科学节目搞得更好，因为任何电视节目都涉及到人或人对问题的看法，也是做给人看的。

我想，曾海燕的这部书稿能够给人带来的启示是有意思而意味深刻的。

## <<三侃电视>>

### 作者简介

曾海燕：女，杭州电视台资深编导、制片人、影视传媒研究专家。  
亲历影视发展三十余年，曾在三百多部电视文化传媒片中担任主创人员，代表作有《荷花节》系列、《走连春天》系列、《说西湖》系列、《美术作品欣赏》系列、《影视名片欣赏》系列、《京昆折子戏欣赏》系列、《江南

## &lt;&lt;三侃电视&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 电视编导的专业思维 第一节 专业思维在编导心目中的地位 一、你的专业依赖于画面的形式 (一)自我面对的世界很精彩 (二)你选择了用画面来思维 (三)你是“作家”,更是编导 二、要习惯于专业的流动性 (一)进入电视台的大门 (二)在编导的工作室里 (三)采访回来了 三、它在你的职业意识里 (一)我们怎样舒展想象 (二)自由创作的空间 (三)面对普通你总能察觉 第二节 画面文学思维在创作中的作用 一、捕捉声画印象 (一)观察生活的欣欣然感觉 (二)采撷素材的一步到位 (三)工作稿制作进入初创 二、描述个性认识 (一)构架是一个象征 (二)充裕意味着智慧 (三)掩饰你的兴奋点 三、再现那个形象 (一)实现画龙点睛 (二)组合成一个美妙体 (三)关注整体格调 第三节 画面语言的灵活运用 一、画面语言概述 (一)我们从电视上获得的印象 (二)电视职业家们向电影学习 (三)电视工作者有了自己的语言 二、画面语言的立体表达 (一)我们从构图开始“启齿” (二)画面声音从何而来 (三)画面里充满了丰饶的韵致 三、蒙太奇的大千世界 (一)初识蒙太奇 (二)运用蒙太奇 (三)创新蒙太奇 第二章 电视制作特色化探索 第一节 电视制作的绿树百花 一、国腕们的第一时间体验 (一)对现场照片进行即兴串说 (二)记者现场讲述采到的故事 (三)将现场录像组合综述 二、抗击“罗莎”台风典型报道 (一)运用多种直播手段,实现新闻传播与观众的“同时空” (二)直播与市民多项互动,让市民充分参与直播节目 (三)直播资讯时时刷新,直播悬念贯穿始末 三、声音在专题片中的应用——《倾听亚洲》编导访谈 四、《我和你说》地域文化主持人的妙趣 五、真实的力量:读仁青侃卓推荐的《暖冬》 六、《家有喜客来》创作谈 (一)《家有喜客来》样态 (二)让故事走进谈话 (三)《家有喜客来》特点 七、《舞林门》成功实践启示 (一)整合集团内部资源 …… 第三章 影视文学通俗性的启发 第四章 莎士比亚经典强化编导的艺术修养 附录:特色节目制作文本后记

## &lt;&lt;三侃电视&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 电视编导的专业思维 第一节 专业思维在编导心目中的地位 一、你的专业依赖于画面的形式 (一) 自我面对的世界很精彩 1. 我们可以想入非非 学电视编导的男生、女生，往往自我感觉是电影编导，这种感觉最初是对的，为什么呢？

学用画面来表达的人，不是电影导演是什么，只有电影导演才可能那样理想地再现画面。

好些男孩子迷上这个专业，整日里琢磨的就是斯皮尔伯格呀，张艺谋呀，觉得自己有朝一日也许可能成功。

当然，你们就是会成功，不过可能是制作某部电视剧、专题、纪录片等等，因为电视的天地太广阔了，全国有千万家电视台，电影厂才有几家呢？

我们可以想入非非，学画面的人不会想象怎么行，画面的流动就是依靠想象。

生活中的场景出现在镜头里，没有想象的组成组合，就是说没有想象的构图就没有即兴的实现，然而善于想象就是干这行的基本素质。

想入非非不同，想入非非是可以无限地扩展，它能够将我们流鼻涕、捉迷藏时的幻想和少年时代的梦想添加进来，七色梦渗进灰蓝的现实就有了多彩的意境，只不过它是一个捉摸不透的，游离于真切、真实之外的东西。

我听一个学编导专业的男孩子说：“做大制片最酷，他可以指挥导演，指挥男女明星，可以赚大钱！”

“弄钱就是要会弄广告，广告从哪里来呢？”

“我看大片里，钱都是银行里抢来的！”

于是他们喜欢玩“抢银行”的电子游戏，梦幻一回。

## <<三侃电视>>

### 编辑推荐

电视作为大众传媒必然要抓住广大观众，也就是要有通俗性，但通俗性不等于“俗”性或“媚俗”，实际上是雅俗共赏，发掘共同的人性；人文素质对于电视工作者至关重要，不懂曹雪芹，不懂莎士比亚，是搞不好电视的，即使你搞的是有关财经或自然科学的电视节目，也不能不加强人文素质，思考一下莎士比亚笔下的人物和故事，也许能使财经或自然科学节目搞得更好，因为任何电视节目都涉及到人或人对问题的看法，也是做给人看的。

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>