

## <<电视采访与写作>>

### 图书基本信息

书名：<<电视采访与写作>>

13位ISBN编号：9787560979601

10位ISBN编号：7560979602

出版时间：2012-5

出版时间：华中科技大学出版社

作者：沈慧萍

页数：206

字数：342000

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>

## <<电视采访与写作>>

### 前言

本书充分借鉴了新闻学、传播学、电视学等多门学科的理论成果，立足于电视采访与写作的现状，注重系统性与实用性相结合，总结规律，探索发展。

在体例上，按照实践活动的基本过程，本书分成两大部分，第一部分是电视采访，第二部分是电视写作。

之所以这样区分，主要基于两者的关系：采访是写作的前提和基础，写作是采访的结果和归宿，两者相互结合、相互制约，是不可分割的有机整体。

本书共有九章，内容涉及电视采访与写作的各个方面，具有很强的实用价值。

第一章为电视采访概论，介绍了电视采访的概念、特点；电视采访对传统采访的继承与创新；电视采访中的记者与被采访者两大主体。

第二章为电视采访的准备活动，探讨了采访前的诸多准备事宜，包括采访线索的获取、采访的整体策划、采访的全面准备。

第三章为电视采访的具体实施，涵盖了观察、提问、倾听、记者出镜等各种常规采访方法。

第四章为电视采访的特殊形式，介绍了体验式采访、隐性采访、电话采访、网络采访等多样化的采访手段。

第五章为电视写作概论，概述了电视写作的功能作用及总体要求。

第六章为电视新闻节目的写作，介绍了电视新闻节目的概念、特点、功能和类别，并对消息、深度报道、新闻评论等各种电视新闻体裁的写作要点进行了分门别类的论述。

第七章为电视访谈节目的写作，概述了电视访谈节目的概念、特点、类别及策划文案的写作技巧。

第八章为电视专题节目的写作，同样介绍了电视专题节目的概念、特点、类别及解说词的写作要求。

第九章为电视广告的写作，包括电视广告概况、特点、分类及广告创意文案、分镜头脚本的写作。

本书结构清晰、内容翔实、案例生动、贴近实际，能够紧扣电视采访与写作发展的新形势、新特点，着重实践技能训练与应用能力的培养。

每章开头均有案例导读，以便读者通过案例迅速领会本章学习的重点，每节后面都配有思考与练习，帮助读者检验学习效果，提高实际应用水平。

本书适用于新闻传播类专业的教学，也可以作为新闻从业者、电视从业者、广告从业者的职业教育和岗位培训教材，对广大社会自学者也是一本非常有益的参考读物。

## <<电视采访与写作>>

### 内容概要

沈慧萍、彭华编写的《电视采访与写作》共有九章，内容主要包括电视采访概论、电视采访的准备活动、电视采访的具体实施、电视采访的特殊形式、电视写作概论、电视新闻节目的写作等内容。

《电视采访与写作》结构清晰、内容翔实，着重实践技能训练与应用能力的培养。

《电视采访与写作》可以作为新闻传播类专业教学用书，也可以作为新闻从业者的参考读物。

## <<电视采访与写作>>

### 书籍目录

#### 第一章 电视采访概论

##### 案例导读

##### 第一节 电视采访的含义与特点

##### 第二节 电视采访的继承与发展

##### 第三节 电视采访的两个主体

#### 第二章 电视采访的准备活动

##### 案例导读

##### 第一节 采访线索的有效获取

##### 第二节 电视采访的整体策划

##### 第三节 电视采访的全面准备

#### 第三章 电视采访的具体实施

##### 案例导读

##### 第一节 电视采访中的观察

##### 第二节 电视采访中的提问

##### 第三节 电视采访中的倾听

##### 第四节 电视采访中的记者出镜

#### 第四章 电视采访的特殊形式

##### 案例导读

##### 第一节 体验式采访

##### 第二节 隐性采访

##### 第三节 电话采访

##### 第四节 网络采访

#### 第五章 电视写作概论

##### 案例导读

##### 第一节 电视写作的功能与作用

##### 第二节 电视写作的总体要求

#### 第六章 电视新闻节目的写作

##### 案例导读

##### 第一节 电视新闻节目概述

##### 第二节 电视消息类新闻节目的写作

##### 第三节 电视新闻深度报道的写作

##### 第四节 电视新闻评论的写作

#### 第七章 电视访谈节目的写作

##### 案例导读

##### 第一节 电视访谈节目概述

##### 第二节 电视访谈节目的写作

#### 第八章 电视专题节目的写作

##### 案例导读

##### 第一节 电视专题节目概述

##### 第二节 电视专题节目的写作要点

#### 第九章 电视广告的写作

##### 案例导读

##### 第一节 电视广告概述

##### 第二节 电视广告的写作

#### 参考文献



## <<电视采访与写作>>

### 章节摘录

电视作品的主题要紧紧围绕老百姓的日常生活，体现他们的民生民意民情，反映当下他们最关心、最有兴趣的社会热点、难点、疑点问题。

做到主题报道事件化，事件报道故事化，故事报道人物化，人物报道细节化，细节报道人文化；大主题要有小落点，大事件要关注小人物。

通过以上报道方式的变革，使整个国家的命运与每个普通老百姓紧密连接起来，使电视作品与民生民意民情实现无缝对接。

2006年初，社会保障部门通过江苏省张家港电视台的《张家港新闻》发布了“参加农村新型合作医疗的农民住院按单病种收费”的信息。

信息发布后没有引起什么反响。

两天后，节目就这一新政策策划了一组有关农民医疗试点改革的专题报道：公布了10种试点病种，找到了第一位此项改革的受益农民，请有关专家帮农民朋友算了一笔帐，看看他们就诊10种试点病种能省多少钱，采访了社会保障部门的领导，报道了张家港市是全江苏省此项改革的试点城市，并且将进一步把试点病种扩充为常见的30个试点病种……一系列节目内容实在、主题凝练，突出想百姓之所想、急百姓之所急的特色，充分展现出以百姓为本，为百姓服务的宗旨。

节目播出后，立即得到了有关部门及广大农民的强烈反响和高度评价。

……

## <<电视采访与写作>>

### 编辑推荐

随着时代的变化、技术的革新，电视传媒的传播内容和表现手法呈现出越来越多元化、风格化、互动化的特征。

但是不管电视作品发展到何种程度，采访与写作始终是整个生产流程中最基础、不可或缺的两环节，它们的质量好坏，将直接影响到作品的传播效果。

<<电视采访与写作>>

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>