

<<主持人语言逻辑与管理体制研究>>

图书基本信息

书名：<<主持人语言逻辑与管理体制研究>>

13位ISBN编号：9787811272369

10位ISBN编号：7811272369

出版时间：2009-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：徐浩然 等著

页数：328

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>

<<主持人语言逻辑与管理制度的研究>>

前言

牛年伊始，徐浩然同志欲出新书，嘱我作序。
笔者很高兴向全国主持界的朋友们和以主持人为求职目标的青年朋友们推荐这位作者和他的这部新作。

笔者与浩然同志相识已十载有余。
他给我留下的深刻印象有两点：一是敢于“跳槽”，善于“跳槽”；二是勤于思考，善于总结。

先说第一点。
主持人是个淘汰率高、流动性强的行业。
在激烈的媒体竞争中，主持人“跳槽”寻找适于自己发展的空间，已属寻常之事。
浩然自北京广播学院电视系毕业后，被分配到云南电视台工作。
上个世纪90年代后期笔者认识他时，他已在广东电视台主持《社会纵横》栏目。
凭借着在这个栏目的出色主持，他于1999年荣获了第四届“金话筒”奖金奖，被授予“全国十佳电视节目主持人”称号。

前几天读报，得知国家广电总局推出了2008年度20个创新创优典型节目形态，其中广东卫视的《社会纵横》榜上有名。

该栏目的近期形态我未看过，想必比十年前又有新的发展和进步，但我想，遵照“吃水不忘掘井人”的古训，该栏目能获今日之殊荣，恐怕与当年徐浩然同志打下的坚实基础不无关系。

捧得“金话筒”之后，徐浩然又做出一个惊人之举：应聘到江苏电视台，签下了一份在当年被视为“天价”的合同，此举在主持界被传为佳话。

在江苏台，浩然曾主持《1860新闻眼》。
该栏目被中国电视艺术家协会主持人专业委员会遴选为全国十大电视名栏目，浩然同志也应邀来京举办了该栏目的讲座。

再后来，徐浩然离开了主持岗位，应聘到远东控股集团担任高级副总裁、首席品牌官，并且成为北京大学经济学院的博士后。

十几年间，徐浩然三次“跳槽”，每次“跳槽”都上一个台阶，其“敢为天下先”的精神，着实令人叹赏。

<<主持人语言逻辑与管理制度的研究>>

内容概要

对于主持人而言，语言的重要性不言而喻，堪称主持人最重要的“武器”。

从逻辑层面来研究主持人语言，既将此类研究大大推向深入，同时也给研究者提供了一个新的视角，无疑具有开拓意义。

此外，主持人队伍日益壮大，对这一群体的管理也越来越成为“问题”，这些问题需要既熟悉主持工作又精通管理，还具有深厚理论功底的人来攻克。

本书与主持人研究的通常理论所不同，作者把主持人的“语言逻辑”和“管理制度”进行了有机组合：第一部分按照主持人的不同类型分别进行分析和论述，勾勒出我国电视节目主持人语言逻辑及语言技巧的轮廓；第二部分是在此基础上涉及的制度层面的管理，包括人力资源管理、品牌化管理等内容，并对最新的主持现象有较为深入的阐释，具有现实意义和参考价值。

本书主要作者徐浩然是北京大学博士后、全国“金话筒”奖得主、江苏省有突出贡献的中青年专家，先后担任过广东卫视《社会纵横》、江苏卫视《1860新闻眼》主播，并兼任多所高校的客座教授。本书无论是研究范式还是研究内容都别具一格，独树一帜。

从中，您一定可以得到经验的分享、学术的滋养、智慧的启迪。

<<主持人语言逻辑与管理制度的研究>>

作者简介

徐浩然管理学博士，北京大学经济学院博士后，远东控股集团高级副总裁、首席品牌官；兼任南京大学、中国传媒大学南广学院、北京工业大学、南京航空航天大学、南京师范大学、南京财经大学，广东外语外贸大学等高校客座教授；兼任IBF中国个人品牌委员会秘书长、中国广告协会

<<主持人语言逻辑与管理体制研究>>

书籍目录

序一 序二 上编 主持人语言逻辑 第一章 主持概论 1.1 主持的由来和发展 1.2 主持人的历史沿革 1.3 主持的传播艺术 第二章 主持传播中的逻辑原理 2.1 主持人的传播语境 2.2 语言逻辑是关于思维的科学 第三章 新闻评论类主持人的语言逻辑 3.1 新闻评论类节目的语言表征 3.2 新闻评论类主持人的逻辑技巧 第四章 访谈类主持人的语言逻辑 4.1 访谈类节目的语言互动 4.2 访谈类节目主持人的逻辑学说 第五章 文娱类主持人的语言逻辑 5.1 文娱类节目的语用现况 5.2 文娱类节目主持人的逻辑模式 第六章 教育服务类主持人的语言逻辑 6.1 教育服务类节目的话语属性 6.2 教育服务类主持人的语言推理 第七章 其他类主持人的语言逻辑 7.1 其他类节目主持人的类型及特征 7.2 其他类节目语言的逻辑路径 第八章 主持人的语言趋向 8.1 主持人及其语言发展走向 8.2 主持人语言的细节提升 下编 主持人管理制度研究 第一章 我国主持人管理现状 1.1 我国主持人队伍现状 1.2 我国主持人管理现状 1.3 主持人管理制度的探索 第二章 主持人绩效和薪酬管理 2.1 主持人的绩效管理 2.2 主持人的薪酬管理 第三章 主持人品牌管理 3.1 主持人选拔机制的理性解读 3.2 主持人品牌化建设及管理 3.3 我国电视新闻类节目品牌主持人 第四章 主持人危机管理 第五章 《新闻联播》换脸风波 第六章 主持人从事商业活动管理 第七章 主持人职业生涯管理 第八章 “精英”与“草根”的融合

章节摘录

编 主持人语言逻辑 第一章 主持概论 1.1 主持的由来和发展 主持的基本概念 “主持”这个词，在《现代汉语词典》里的解释有两个。一个是“负责掌握和处理”，例词是“主持会议”。另一个是“主张；维护”，例词是“主持正义，主持公道”。《辞海》里对“主持”一词的解释与《现代汉语词典》一致。实际上，“主持正义”、“主持公道”的“维护”也是一种“负责”，一种“掌握”。这并不难理解。主持是要人来实现的，实际主持的人就是主持人，往往是各单位、各项工作的负责人。主持的工作包括审时度势，知人善任，英明果断，随机应变，等等，还涉及很多具体的工作方法，主持人需要有相应的经验。而“主持”一词具体落实到节目中，通常有两个意思：一是在节目的选题、采访、编制和播出上都有较大的发言权；另一个意思是，只有处理节目的权力，包括节目的采访、编制和播出。我们就从这个概念说起。主持人这一概念，往往意味着飘逸不群的风度，出口成章的谈吐；意味着博学多才，机智诙谐乃至深邃的思想。这些特点也反映了主持工作对主持人的要求。

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>