



节目主持人 导论

JIEMU ZHUCHIREN
DAOLUN

陆锡初 著



中国传媒大学出版社

节目主持人 导论

JIEMU ZHUCHIREN
DAOLUN

陆锡初 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

节目主持人导论/陆锡初著. —北京:中国传媒大学出版社,2012. 10
ISBN 978-7-5657-0605-9

I. ①节… II. ①陆… III. ①主持人—基本知识 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 242417 号

节目主持人导论

作 者 陆锡初
策 划 欣 雯
责任编辑 欣 雯 赵丽华
责任印制 张 玥
封面设计 大鹏工作室
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 787×1092mm 1/16
印 张 20
字 数 355 千字
版 次 2013 年 1 月第 1 版 2013 年 1 月第 1 次印刷
书 号 978-7-5657-0605-9/G·0605 定 价 48.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录 Contents

第一章 节目主持人概述	/1
第一节 节目主持人的界定	/1
第二节 节目主持人的意义与作用	/4
第三节 节目主持人的基本特征	/8
第四节 节目主持人的工作职责	/15
第二章 节目主持人的产生与发展	/19
第一节 西方节目主持人产生的社会背景	/19
第二节 西方节目主持人的发展历程	/20
第三节 中国节目主持人探源	/30
第四节 中国与西方节目主持人比较	/33
第三章 主持人节目概述	/39
第一节 主持人节目的界定	/39
第二节 主持人节目与主持人的关系	/48
第三节 主持人节目的基本特征	/50
第四节 主持人节目的优化途径	/56
第五节 主持人节目的发展趋势	/62
第四章 中国节目主持人的崛起与走势	/66
第一节 中国节目主持人的发展轨迹	/66
第二节 从中国主持人发展历程看变化趋势	/74
第三节 新世纪中国主持人的新标高	/78
第四节 中国节目主持理论研究新走势	/83

第五章 节目主持人类型 /88**第一节 节目主持人分类的意义 /88****第二节 节目主持人分类的原则 /91****第三节 节目主持人的类型 /92****第六章 节目主持人风格 /97****第一节 节目主持人风格的形成 /97****第二节 节目主持人风格的构成要素 /101****第三节 节目主持人风格的多样性 /108****第四节 明星主持人风格的启示 /112****第七章 节目主持人的策划创新 /117****第一节 策划意识 /117****第二节 策划内容的参与 /119****第三节 主持人创新思维的特征 /124****第四节 主持人创新思维的培育 /127****第八章 节目主持人的互动传播 /132****第一节 互动传播意识彰显传播理念变革 /132****第二节 互动传播意识构成主持“亮点” /134****第三节 互动传播内容的丰富性 /137****第四节 互动传播形式的多样性 /141****第九章 节目主持人采访 /147****第一节 主持人采访与记者采访的差异 /147****第二节 节目主持人采访的特点与优势 /151****第三节 节目主持人的采访技巧 /157****第四节 节目主持人的提问艺术 /166**

第十章	节目主持人的点评	/175
第一节	主持人点评的作用	/175
第二节	主持人点评的基本要求	/180
第三节	主持人点评的基本特点	/186
第四节	主持人点评的方式与提高途径	/189
第十一章	主持人的有声语言	/193
第一节	符合节目语境的“角色化”语言	/193
第二节	现场表述的即兴口语	/197
第三节	交谈式的谈话体语言	/202
第四节	人格化的个性化语言	/205
第十二章	电视节目主持人的无声语言	/211
第一节	体态语言概说	/211
第二节	体态语言运用原则	/215
第三节	电视主持人服饰语言	/218
第四节	电视主持人化妆艺术	/221
第十三章	节目主持人的听、说、编、写	/224
第一节	节目主持人的倾听艺术	/224
第二节	节目主持人的说、谈艺术	/230
第三节	节目主持人的编写技巧	/236
第四节	节目主持人的撰写技巧	/243
第十四章	节目主持人的现场主持能力	/253
第一节	“我在场”的主持意识	/253
第二节	现场思维应变能力	/257
第三节	现场驾驭话题能力	/259
第四节	现场理性引导能力	/263

第十五章 明星主持人成功之路 /269**第一节 媒介新时代的需要 /269****第二节 明星主持人成功的要素 /272****第三节 明星主持人与品牌节目 /279****第四节 明星主持人的培育与保持 /286****第十六章 节目主持人的素质与修养 /295****第一节 健全的思想道德修养 /295****第二节 良好的语言文化修养 /299****第三节 高雅的艺术修养 /302****第四节 “学院派”主持人的培养 /307****参考文献 /311****后 记 /314**

第一章 节目主持人概述

作为本书第一章,本章将重点论述主持人的界定、意义、职责与分类等几个基础性问题。

第一节 节目主持人的界定

节目主持人这一名称最早是由哥伦比亚广播公司(CBS)制片人唐·休伊特在1952年有关美国总统竞选的报道中正式提出的,旨在用主持人代替广播员,以改变当时电视新闻节目形式单调、呆板的局面。“主持人”一词的英文 Anchor,原意是指体育运动接力赛中最后一棒的运动员,也就是跑得最快、最有冲刺力的人。Anchor 这个词引申到电视节目后,其含义为最优秀的、最有组织能力的电视新闻主持人。也就是说,这个人必须有能力把各种新闻片及现场新闻报道组成一个完整的新闻节目,并在整个节目中起到主导、组织和串联的作用。

中文的“节目主持人”,在英文中有两个不同的对应词:一是 Anchor,即新闻节目主持人或新闻主播;另一个是 Host,即专栏节目的串联人、协调人,其含义是“主人”(相对于客人而言)。如果按 Anchor 来界定我国的节目主持人,则我国目前还只有少数这类主持人;如果按 Host 来界定,则我国有大量的这类主持人。目前我国除新闻节目外,在新闻性专题、社教类和文艺类等专题栏目中已普遍设立主持人,主持方式、主持手段多样化,个性风格各异,生动活泼,深受群众欢迎。

自20世纪80年代初我国节目主持人诞生的三十多年来,理论界有关主持人界定的说法和表述可谓众说纷纭、莫衷一是,研究者们从各自的认知理解和多种视角进行

理论阐述,提出思考,多种观点竞相争鸣。1999年11月,中国广播电视学会节目主持人学术委员会曾在珠海召开学术年会,专门讨论了“节目主持人的定义”。尽管未能达成共识,但这样的专题研讨、学术争鸣,给研究者们提供了诸多有益的思考与启示。

现将国内具有代表性的几种主要观点摘录如下:

(1)广播节目主持人:广播中直接面对听众的节目主持者、播讲者。

电视节目主持人:在电视节目中出场为观众主持各种节目的人。主持人不是表演者,也有别于稿件的播报者。主持人是以他自己的身份、自己的语言借助屏幕面向观众直接进行传播活动。

——赵玉明、王福顺主编:《广播电视辞典》,中国广播电视出版社1989年版

(2)广播节目主持人:广播电台(站)中以某一个人的身份在话筒前主持某个固定节目的播讲者,是一台节目中的相关人,处于节目的主导地位,是某个节目制作群体的中心人物。

电视节目主持人:电视台中以某一个人的身份站在摄像机前主持某个固定节目的播讲者,一般特征与“广播节目主持人”同,但荧屏上的形象表现是其独具的特点。

——甘惜分主编:《新闻学大词典》,河南人民出版社1993年版

(3)主持人作为电视节目直接出面向观众进行传情达意的特定角色,总括一点就是节目的支撑人物。

主持人在节目中所处的支撑地位,决定主持人在节目中起着主导作用,具体讲,其主导作用主要是:组织、串联、引导、沟通、交流、传达、吸引。

——朱羽君、王纪言、钟大年主编:《中国应用电视学》,北京师范大学出版社1993年版

(4)节目主持人:在广播电视中,出场为听众或观众主持各种节目的人,叫节目主持人。

主持人不光是表演者,也有别于新闻通讯和文章的播报者。

主持人是以他自己的身份、自己的个性,直接面对听众或观众的人。主持人在节目中处于主导地位,他的主要职责是组织串联一次节目的各个部分,也可以直接向观众和听众传播信息或解答问题或介绍知识,或提供娱乐,总是以第一人称“我”的口气,与听众或观众交谈。

——本书编委会:《新闻工作手册》,新华出版社1995年版

(5)在广播电视新闻节目中,用自己的语言直接为听众服务的专业人员。

他们在节目以个人的身份向听众介绍新闻节目的内容,主导节目进展,给听众以节目主持人的同感。由于新闻节目主持人最主要的工作是播音,因此中国目前节目主持人的专业职务归播音员序列。

主持人以口语播音为主要传播形式。

——冯健总主编:《中国新闻实用大词典》,新华出版社 1996 年版

(6)节目主持人是在广播电视中,以个体行为出现,代表着群体观念,用有声语言、形态来操作和把握节目进程,直接进行大众传播活动的人。

——俞虹:《节目主持人通论》,杭州大学出版社 1996 年版

(7)节目主持人是指以“我”的身份在广播电视中组织、驾驭、掌握节目过程,与受众平等交流的大众传播者。

——陆锡初:《主持人节目学教程》,中国广播电视出版社 2001 年版

以上有关节目主持人的界定(定义)均出现于具有一定社会影响和权威的辞典或书籍中,应该说具有较大的代表性。笔者不准备逐条分析其优点与不足,也不去比较彼此间的异同。尽管各自的认知、理解和文字表达有差异,但对我们如何正确理解节目主持人的内涵,为节目主持人做出科学的界定,均有启发和帮助,为理论研究拓展了思路,提供了重要的理论依据和有益的借鉴。归纳起来,有三个共同之点更应重视:

其一,真实性:主持人是一个直接面向受众的真实的人,以“自己的身份”、“我”的口吻说话,非表演者。

其二,主导性:主持人在节目中处于“主导”地位,是主导、支撑把握节目的“中心人物”、“支撑人物”。

其三,交流、传播性:主持人必须与受众直接交流、交谈、沟通、传情达意,是广播电视媒体中进行直接传播活动的人。

笔者参照以上种种学术观点,并结合自己多年的研究与思考,尤其是最近的认识与理解,对节目主持人概念的界定提出本人的观点,即:节目主持人是广播电视中,以真实个人身份出现,通过交谈性语言主导节目进程,直接与受众平等交流的大众传播者。这里有必要对这个节目主持人概念的界定做一些说明:

——突出了主持人应该“以真实个人身份”主持节目,同时他又是大众传播者;明确了主持人具有双重身份,作为真实个人的他要用自己的口吻和语言说话,表达自己的思想情感、认知和感悟。作为“大众传播者”的媒体代表,他的观点、言行乃至情感都要符合党的方针、政策和宣传意图,要体现出良好的职业

道德,起到正确引导舆论的作用。为此主持人要做好从“真我”到“非我”(媒体代表)角色的互动转换,以实现“真我”到“非我”的统一。

——突出了主持人的语言特点是“交谈性语言”。主持人是语言工作者,是语言大师,他主持节目时所用的语言不是书面语言而是采用说、谈、聊等方式,是具有一定品位的交谈性语言。交谈性语言不仅指有声语言,还包括体态语言,丰富的体态语言同样能起到彼此间沟通、交流和传情达意的效果。

——突出了“主导节目进程”。主导节目进程强调“主导”二字,较之驾驭节目进程更贴切、更全面;它包含驾驭话题、控制节目进程、体现节目意图、实现最佳传播效果等,这不仅可以确保主持人成为节目的中心人物,而且可以充分发挥其作为节目核心人物的主观能动性、积极性,使节目效果达到或超过预期的目标。

——突出了“平等交流”。这里的“平等”体现了传受之间的关系,“交流”体现了彼此间的互动传播关系。平等交流和沟通是构成节目主持人概念的重要内涵,也是主持人尊重受众的具体表现以及博得受众喜爱的重要因素。

尽管上面对节目主持人界定(定义)做了诸多说明、解释,但疏漏和缺憾是必然的。笔者只是想通过不同观点的碰撞、学术上的争鸣抛砖引玉,以期尽快形成一个被大家一致认可的答案。

第二节 节目主持人的意义与作用

一、节目主持人的意义

三十年的广播电视改革实践证明,节目主持人的出现成了广播电视改革的突破口。节目主持人的出现,使广播电视呈现出一派多姿多彩的繁荣兴旺景象,给广播电视注入了活力,带来了勃勃生机,使之面貌焕然一新。现在我们已由播音员时代跨入主持人时代,意义深远:

——节目主持人的出现,突破了我国广播电视沿袭了几十年的播音腔,促进了播音风格的多样化,使新时期广播电视节目形态各异、生动活泼、更具魅力。

——节目主持人的出现,突破了广播电视固有的宣传模式和格局,为创建采编播

一体化的新的运作机制创造了条件,造就了大批采编播结合的新型人才,提高了广播电视媒体的综合素质。

- 节目主持人的出现,突破了广播电视界长期以来沿用的报刊行业的“编辑中心制”,编辑部分审稿权下放,有的直播节目只审看提纲,逐步向“主持人责任制”、“主持人中心制”过渡,确立了主持人的中心地位。这是节目运作体制的一个重要重要改革。
- 节目主持人的出现,使广播电视媒体人格化,缩短了与受众间的距离,增强了与受众的交流。由于大众传播与人际传播的融合,从而使广播电视增强了开放性、参与性,搞活了节目,扩大了社会影响,提高了收听(视)率。
- 节目主持人的出现,使广播电视界增加了一个新工种,出现了新的人才。独具优势的主持人为新时期的广播电视增添了魅力,产生了“明星效应”。
- 节目主持人的出现,促进了广播电视系统人事制度的改革和人才交流。今天,电台、电视台面向社会广泛招聘主持人,吸引了社会上大批人才。电台、电视台除了专职主持人,还有各种业余兼职主持人,嘉宾主持、客座主持也不再是新鲜的事。
- 节目主持人的出现,促进了广播电视系统教育制度与人才培养的改革。为了给广播电视事业输送急需的合格的新型人才,广播电视类院校相应地在招生制度、专业设置、课程调整等方面进行了一系列改革,为了给主持人及时“充电”,还开办了各种类型的“主持人培训班”。

总之,节目主持人的出现,是我国政治上改革开放的结果,是大众传播领域里的一次深刻改革,引起了广播电视界一系列的改革,给广播电视带来了深刻变化。主持人的出现具有重要的现实意义和深远的历史意义,是中国广播史上的一件大事。

二、节目主持人的作用

节目主持人发展如此迅速,自然同其所具有的优势和作用是分不开的。

1. 有利于安排丰富多彩的内容,提高节目质量

主持人形式的节目,包含多方面的内容,如新闻性、知识性、文艺性、服务性内容等等。尤其是板块结构的节目,包含着广泛的、丰富的内容,彼此间又缺乏联系,如果任其自然,势必成为一盘散沙,成为“大杂烩”,这就需要有根“线”,把若干内容精心地组

织、巧妙地串联起来,使之成为一个新的整体。节目主持人正好起到这样的作用。主持人通过对内容的精心组合和衔接转换,实现各单元之间的过渡,使整档节目层次分明、层层深入、环环相扣。主持人还要根据受众接受心理和收听收视习惯,将各类不同性质的内容交叉安排,有机结合,融为一体,使整个节目和谐统一、浑然一体。

节目主持人的组织串联既保证了节目的完整性,又适应了多种内容合理安排的需要,对丰富节目内容和提高节目质量起到了很好的作用。江苏电台1986年新春大联欢节目中,主持人就起了很好的作用。这个长达七小时的节目采用“大板块”的主持形式,以祝愿—歌颂—展望为红线,以歌曲、戏曲、乐曲、曲艺等文艺节目为主,融“新闻”、“经济生活”、“文化与生活”、“你知道吗”以及广告等内容于一体。主持人通过串联,使29个内容各异的小栏目都服从于整个“板块”节目的构思和编排的需要,统一在确定的主题下,整个节目热烈、欢快、浑然一体。

2. 有利于节目风格多样化,使节目形式更加生动活泼

主持人不同于播音员,播音员的主要职责是通过声音感情,忠实地传达节目的思想内容;主持人则要根据不同的节目类型的需要,从自身的播音特点出发,努力创造多种主持风格,在保持节目总风格的前提下,充分发挥个人的播讲特点,以促进节目风格的多样化,使节目形式更加生动活泼。

以中央人民广播电台《空中之友》节目中两个主持人为例,如果说徐曼主持节目更多的是以“甜美”为特色的话,那么冬艳主持的节目则更多的是以“清雅”为特色。

美国著名的《60分钟》节目的总编导允许主持人保持各自的声调,不要求按一种模式、一种基调来播报新闻,这就自然促进了节目风格的多样化。《60分钟》节目的六个主持人虽然共同主持一个节目,但每个人的个性、播报风格却不尽相同。

“迈克·华莱士和哈里·里森纳以高明的锲而不舍的采访作风著称;埃德·布雷德利和莫利·塞弗以深刻、激烈、妙趣横生而闻名;安迪·鲁尼以作家特有的观察力、分析力为观众所熟悉;黛安·索耶则以女性的热情奔放、彬彬有礼的面孔同观众见面。”^①由于主持人采用谈话方式播讲,语言生动活泼、亲切自然,加之主持人有较大的随意性和灵活性,这样就可以使节目富于变化、形式生动。

3. 有利于采编播各个环节之间紧密合作,增强节目整体性

节目主持人最大的长处是打破采编播长期分割的状况,为采编播的紧密结合创造

^① 王银柱:《美国新闻节目主持人的个性风格》,《新闻广播电视研究》,1985年第5期。

有利条件。

我国著名节目主持人徐曼说得好,节目主持人和编辑是一个不可分割的整体。主持人参加节目生产的全过程——从节目主题的确定,到节目的合成制作,于是成了节目的真正主人,而不是像过去那样念稿子就完事。由于主持人了解、熟悉、掌握节目的各个环节,随时了解节目的意图,随时与编辑交换意见,因而可以在制作节目的过程中充分发挥自我的主动性。

主持人参加编辑制作,由于他们熟悉和理解稿件内容,因而更容易在播讲中以情带声、以声传情,更好地体现和传达出编辑的意图。

从编辑方面来说,由于编辑非常熟悉节目和主持人,就能从节目效果出发,把节目内容、表现形式编排得更适合主持人的特点,使主持人能更好地发挥个性,更适合主持人串联组织,便于主持人发挥主动性,或穿插过渡,或铺垫呼应,使整个节目结构严谨。

编辑和主持人同属于一个节目组,在选题、选材、编写稿件和节目制作的过程中,可随时同主持人商量,征求意见,改进工作。由于双方配合密切,紧密合作,因而有助于增强节目的整体性。

4. 有利于实行主持人责任制,增强主持人责任感

目前的我国的节目主持人基本上分为两大类:采编播合一和采编播合作。前者集采编播于一身,有人称之为“全能主持人”,既是节目主持人又是节目负责人,有审稿权;后者主要负责主持节目,有人称之为“明星主持人”,这类主持人部分参与或基本不参与采编工作,稿件由编辑负责,主持人不是节目负责人,没有审稿权。

相比之下,采编合一的主持人有利于实行主持人责任制、节目制作责任制。但要防止为了追求主持人责任制,盲目地把“合作”形式全部变成“合一”形式,一定要实事求是。实际情况是复杂的,有些主持人可以做一名优秀的节目主持人,但却不适合做负责人。主持人是否要兼任负责人,也要因人而异。

实行节目主持人责任制,可以使主持人自始至终意识到自己在节目中所占的地位和应起的作用,自我意识明显增强,主动性得到充分发挥,从而始终不忘节目的总意图,不忘受众,增强工作的责任感,千方百计地驾驭好节目。

5. 有利于加强与受众心理和感情上的联系,密切与受众的关系

播音员是媒介的代表,是党和政府的代言人,无形中会产生一种庄重感、距离感;而主持人是一个真实具体的人,听众不仅在广播电视中能闻其声,到台里也能见其人。

主持人是作为受众的朋友,同受众“一对一”、“面对面”地近距离交谈,这在无形中可以缩短与受众之间的距离,增强亲近感。

主持人总是以第一人称“我”的身份向受众传递信息,介绍知识,排难解忧,提供服务和娱乐,从而可以增强受众的参与意识。受众可以直接向主持人倾吐肺腑之言,提出要求和希望,久而久之,主持人同受众之间便可以形成直接的、密切的、比较固定的联系,这就在心理上、感情上逐渐加强了受众对主持人的亲近感和信任感。主持人在受众心目中占有的位置也越来越重要,甚至会形成一定的“权威性”,从而使受众在不知不觉中自然地接受主持人的观点和主张,进而扩大媒体的社会影响,增强宣传的效果。

第三节 节目主持人的基本特征

一、节目主持人与播音员的区别

何谓“特征”?《辞海》解释,“特征”是指“一事物区别于他事物的特别显著的征象、标志”^①。

节目主持人不同于播音员。自1980年7月12日我国节目主持人诞生以来,社会上常有把两者混为一谈甚至等同起来的误解。殊不知,主持人和播音员之间虽有许多共同点,如他们作为新闻工作者肩负着共同的任务与使命,又都是媒介的“门面”和形象标志,但他们却属于两个不同的工种、不同的范畴。

主持人是节目的组织者、主导者、播出者,是整个节目的灵魂,支撑着节目,是节目思想与观念的载体,即主持人体现了节目的宗旨。主持人是以第一人称“我”的身份出现在节目中,直接与受众平等交流的。

播音员是广播电视台的代表,也是党和政府的代言人,他们是以第三人称的身份出现在节目中的,其任务是忠实地表达作者在稿件中所包含的主题思想及感情色彩。

美国学者海德在《广播电视概论》一书中说得好:“作为一名播音员,最难对付的工作之一是以有效的方式朗读他人撰写的稿件。在以撰写为起点、听众为终点的传播纽带中,你起的是桥梁作用,你的职责是把作者的思想忠实传递给听众。”他认为播音员

^① 《辞海》,上海辞书出版社1982年版,第1447页。

是“解说艺术家”。

那么,主持人和播音员究竟有哪些不同之处呢?笔者认为主要有以下五点:^①

1. 工作职责不同

播音员是“代读者”,其工作职责是在了解熟悉稿件、充分理解作者主旨意图的基础上,用标准的普通话认真播好稿件;主持人的工作职责则比较广泛,包括报道策划、节目构思、确定选题、现场采访、编写稿件、组织串联、主持播出、受众反馈调研等一系列工作。

2. 身份不同

主持人以个人身份、第一人称“我”面向受众,讲述新闻,阐述观点,谈论体会感受,具有鲜明的个性特征;播音员则以电台、电视台的名义播报新闻稿件,他的工作职责是准确地表达新闻稿的主题思想,把作者蕴含在稿件中的思想情感忠实地传递给受众。

3. 对象感不同

主持人的对象比较具体,他把对象设想成“一对一”或“一对几”,从而使受众产生“主持人在对我说话”的感觉。正如有位主持人所说:“一个好的主持人,当他坐到话筒前时,内心是相当充实的,意念的运动促使他完全靠感觉捕捉对方的反应,触摸对方的心灵。似乎他不是坐在话筒前,而是面对着一个实实在在、有血有肉的人在交流,于是情感的闸门打开了,就像那深深的泉水流淌在语言表达之中。”

播音员的对象感一般是按照“一对众”的设想与受众交流的,作为转述者,他设想的对象比较广泛。

4. 与节目关系不同

主持人总是固定主持某个节目,主持人要参与整个节目制播的全过程,成为节目的支撑者、节目的“灵魂”,他与节目关系极其密切,彼此不能分开。

播音员一般不固定某个节目,他主要对播出稿件负责。

5. 播讲方式不同

主持人采用“交谈式”播讲,他以谈话的方式、商量的口吻,与听众娓娓谈心,语气亲切自然;播音员则采用“宣读式”的播音,以有效的方式朗读他人撰写的稿件,准确地

^① 陆锡初:《节目主持人概论》,中国广播电视出版社1991年版,第88—92页。

表达原稿的主旨和神韵气势。

二、节目主持人的基本特征

透过上述主持人和播音员的差异之处,我们不难发现节目主持人有四个基本特征:

1. 融大众传播与人际传播优势于一体

(1) 人格化传播

沈力认为,主持人节目最大的特点是宣传者以个人身份出现,不像播音员代表官方发布政令、报告新闻、宣传政策,而是以个人身份与观众面对面交流。这种交流更好地表现了主持人个人的意向、认识、感受和语言。主持人在传播中说自己的话,谈自己的思考、感受和见解,这种将媒体人格化的“一对一”传播,更易于被受众接受,效果好,是一种讲究宣传艺术的高明的传播艺术。

人格化传播具有诸多优越性,它融进了人际传播真实可信、对象感强、交流直接的优势,又具有大众传播覆盖面广、影响大的长处。如谈话节目、热线电话节目,犹如面对面交流,真实迅速,使传受者之间得到心灵沟通,缩短了媒体与受众之间的距离。人格化传播贴近生活,富有人情味,增加了节目的亲切感和亲和力。

中央电视台节目主持人董卿自2002年进台后,先后主持过《魅力12》、《欢乐中国行》等栏目,连续主持了2005年以来的历年中央电视台春节晚会,连续主持了三届全国青年歌手电视大奖赛、全国舞蹈大赛、全国小品大赛。在几百场的直播赛事中,由于她的敬业,她的每次主持传播不仅给观众传递了大量的信息,而且深深地注入了她独有的情感,体现了人格化传播的魅力。

这里试举一例。总政歌舞团男高音歌唱演员王宏伟在北京音乐厅曾举办过一场个人独唱音乐会,由董卿主持。她认真看台本,又面约王宏伟,整整聊了三个多小时,详细了解有关情况。

(2) 对象化传播

我们生活在一个大众化→小众化→个性化的传播新时代。根据特定节目、特定对象传播的节目主持人,由于对象明确、有的放矢、针对性强,又有亲和力,所以传播效果好,有效地拉近了与受众的距离。主持人对象化传播的显著特征,是主持人受信任、成为值得信赖的朋友的重要原因,也是主持人的生命力所在。

中央电视台《乡约》和《乡村大世界》是两个深受农民群众喜爱的对农节目,主持人