

节目主持艺术丛书

李元授·主编

主持人 策划与创新

○ 於贤德

寄语未来主持人：

学无止境，艺无止境；
会当凌绝顶，一览众山小。

华中科技大学出版社
<http://press.hust.edu.cn>

节目主持艺术丛书

李元授 主编

主持人 策划与创新



於贤德

华中科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

主持人策划与创新/於贤德

武汉:华中科技大学出版社,2005年2月

ISBN 7-5609-3286-X

I. 主…

II. 於…

III. 主持人-策划

IV. G222.2

主持人策划与创新

於贤德

责任编辑:周小方

封面设计:刘 卉

责任校对:刘 竣

责任监印:张正林

出版发行:华中科技大学出版社

武昌喻家山

邮编:430074

电话:(027)87557437

录 排:华大数码设计室

印 刷:湖北新华印务有限公司

开本:850×1168 1/32

印张:14.125

插页:2

字数:338 000

版次:2005年2月第1版

印次:2005年2月第1次印刷

定价:20.80元

ISBN 7-5609-3286-X/G·566

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)

节目主持艺术丛书

· 第一批书目 ·

节目主持人概论

主持人审美修养

□ 主持人策划与创新

主持人采编实务

知名主持人妙语评点(上册)

知名主持人妙语评点(下册)

节目主持艺术丛书

编委会

学术顾问 邓生才

主 编 李元授

副 主 编 谢东升 李 鹏

编 委	於贤德	胡 欣	李 立
	余小梅	肖建华	廖声武
	宋新民	黄幼民	王朝彦
	蒋贻杰	谈晓明	李 鹏
	谢东升	李元授	

内 容 提 要

本书系“节目主持艺术丛书”之一。策划与创新是节目主持艺术的灵魂,是事关主持栏目、频道,乃至广播电视事业生存发展的关键。本书运用传播学、新闻学、广播电视学、文艺学、心理学与创造学等学科的基本原理,全面系统地剖析了主持人策划、创新活动的方方面面:策划、创新与人类创造活动的关系,主持人的策划、创新意识,节目策划、创新方略,节目策划、创新的切入点,节目策划的基本过程,策划、创新的心理特征,主持人策划、创新的素质要求,节目类型与策划、创新以及栏目的策划与创新。本书具有开创性与指导意义,它可作为高等院校新闻传播院系播音与主持艺术专业的教材以及节目主持人的培训教材,亦可作为广大节目主持艺术爱好者的进修读物。

“节目主持艺术丛书”总序

节目主持人诞生于 20 世纪 20 年代。1928 年，荷兰对外广播开播了第一个主持人形式的节目——《快乐的电台》，主持人为艾迪·勒达兹，他将一些充满生活气息的内容串联起来，轻松活泼地传递给听众，被后人公认为“历史最为悠久、最富个人独特风格的国际广播节目主持人”。而节目主持人的发展兴盛则是在 20 世纪 50 年代。其代表为美国哥伦比亚公司新闻节目主持人沃尔特·克朗凯特，他以资深记者的老到，串联各方面的信息，进行综合报道，分析评述，成为世界级的新闻主持明星。与此同时，法国、加拿大、日本等国也相应推出了不同类型的节目主持人。

中国广播电视节目主持人的正式推出是在 20 世纪 80 年代。中央电视台 1980 年 7 月 12 日开播的《观察与思考》，正式打出了“主持人”字幕，主持人为五人群体，首次任主持人的是庞啸。1981 年元旦，中央人民广播电台对中国台湾地区广播推出了《空中之友》节目，主持人为徐曼，该节目在海峡两岸产生了巨大影响，20 年长盛不衰。尔后，中国的主持人节目逐步得到发展，中国的节目主持人逐步走向成熟，推出了一些名牌栏目与知名主持人。1990 年 3 月 14 日，中央电视台推出了《综艺大观》，主持人为王刚、倪萍等，同时，又推出了《正大综艺》，主持人为赵忠祥、杨澜等；1993 年 5 月 1 日，中央电视台推出了《东方时空》，又于 1994 年 4 月 1 日推出了《焦点访谈》，主持人

为敬一丹、白岩松、水均益、方宏进等；1996年4月28日，中央电视台推出了《实话实说》，主持人为崔永元等。与中央电视台一样，各地市电台、电视台也相继推出了自己的名牌栏目与主持人，诸如：1997年7月1日，湖南电视台推出了娱乐类栏目《快乐大本营》，主持人为李湘、何炅；1989年，对中国台湾广播的海峡之声广播电台推出了《空中立交桥》，主持人为弘力、刘武、钱锋等，深受听众欢迎。20余年来，节目主持人的队伍迅速壮大，大批播音员成为了主持人，一些记者、编辑、演员、教师等也加入了主持人的队伍，不少节目主持人专业和其他专业的大学毕业生也成为主持人队伍的生力军。据最新统计，中央电视台拥有主持人400多人，全国在册主持人已有7万人。这是一支多么宏大的主持人队伍！

值得一提的是，1990年6月16日，中国广播电视学会主持人节目研究会宣告成立了。研究会以学术研究为中心，有计划地召开研讨会，组织“开拓奖”、“金话筒奖”和“金笔奖”的评选活动，负责编撰出版主持人节目与节目主持人的学术著作，推动了我国节目主持人的队伍建设与理论研究。

纵观20余年来我国节目主持人的发展历程，至少取得了5项成果：①主持人节目作为一种符合广播电视传播规律的节目样式已得到业内和社会的认可，并已成为节目的主体样式；②节目主持人作为广播电视业诸工种中一个新兴的、独立的工种，已得到业内和社会的认可；③节目主持人已形成一支数万人的队伍，成为广播电视队伍的生力军；④节目主持学已成为广播电视学的一个新兴的分支学科和广播电视学术研究的一个热门课题；⑤“金话筒奖”已成为全国知名度较高的奖项之一。当然，节目主持艺术在发展过程中也有不尽如人意之处：①我国尚有不少节目主持人的综合素质，特别是文化素质不能适应岗位

的要求,有些主持人心态浮躁,不能下苦工夫充实自己;②我国的主持人节目缺少高水平的策划人员,有些节目缺少创意,“克隆”现象较为突出;③我国广播电视媒体对节目主持人的聘用、管理和交流缺乏经验,有的思想观念较陈旧,有的规章制度不健全,不能适应节目主持人的职业特点,缺乏调动节目主持人积极性的激励机制;④我国关于主持人节目和节目主持人的理论研究滞后于其飞速发展的实践,对实际工作未能起到应有的指导作用。这4个方面是我们应当引起重视、亟待解决的问题。^①

随着中国广播电视学会主持人节目研究委员会的诞生,围绕主持人节目与节目主持人的理论研究开始蔚然成风。从事理论研究的大体由三部分人员构成:一是来自第一线的节目主持人和广播电视系统的有关编导、领导;二是高等学校新闻传播专业的师生;三是新闻传播研究部门和社会上的有关专家学者。研究者们思想活跃,学术园地里呈现出一派热气腾腾的繁荣景象,取得了喜人的学术成果,发表的论文一年比一年多,其质量也越来越高。据统计,已出版学术专著30余种,其中有俞虹著《节目主持人通论》,陆锡初等著《节目主持艺术通论》,应天常著《节目主持语用学》,吴郁著《主持人的语言艺术》……这些专著是其中的代表。

节目主持人是一种对从业人员的综合素质要求较高的岗位。如前所述,我国尚有不少节目主持人的综合素质,特别是文化素质还不能适应岗位的要求。针对现状,怎样进行深入系统的理论研究,应当提到我们的议事日程上来。同时,我们还应当考虑到,许多新闻传播与影视艺术类高等学校纷纷开办了节目主持人

① 白谦诚,原默.中国节目主持人20年.中国广播电视学刊,2000(12)

专业，应该开设哪些专业课，编写哪些教材，以培养我们所需要的大学毕业生，作为高等学校从事传播教学研究的我们自然责无旁贷。有鉴于此，几年来，我们武汉大学信息传播研究中心经过调查研究，提出若干课题，广泛收集资料，组织有关专家学者，编撰了这套“节目主持艺术丛书”。

丛书的作者大多为正、副教授，他们既是有关方面的专家，又对节目主持艺术进行过深入调研与探讨。这套“节目主持艺术丛书”分两批出版。第一批书目有以下6个分册。

《节目主持人概论》

《主持人审美修养》

《主持人策划与创新》

《主持人采编实务》

《知名主持人妙语评点》（上册）

《知名主持人妙语评点》（下册）

第二批书目有《主持人文化底蕴》、《主持人心理素质》、《主持人形象塑造》、《主持人语言艺术》、《网络时代的节目主持》5个分册，待编撰出版。

尽管本丛书的各位作者在主观上作了很大的努力，但缺点和错误仍然在所难免，敬请同行专家、在线主持人和读者朋友批评指正。

在撰写书稿的过程中，我们参阅了有关节目主持人的诸多论文论著及资料，主要引用材料已分别注明，其中或许有遗漏之处。这里，谨向有关作者诚恳致谢。

最后，让我们寄语未来的主持人：

学习主持艺术原理，
提高主持艺术水平，
本丛书助您走向主持艺术殿堂。

学无止境，艺无止境；
会当凌绝顶，一览众山小。

李元授

2004年11月26日于武汉大学

目 录

导语 策划与创新是节目主持艺术的灵魂	(1)
第一章 策划、创新与人类创造活动的关系	(6)
第一节 策划是人类创造活动的起点	(6)
一、创造活动的特性	(6)
二、实现预定目标的条件	(12)
第二节 创新是社会实践的本质要求	(25)
一、客观世界对人类社会实践的要求	(26)
二、人的本质特征的内在规定性	(28)
第三节 自觉的策划、创新是现代传播的基本特征	(36)
一、渴望新奇,追求精美——当代受众的接受心态	(37)
二、大众传播需要与社会形成良性互动	(42)
第二章 主持人的策划、创新意识	(48)
第一节 策划、创新是主持艺术的中心任务	(49)
一、主持人的两种类型	(50)
二、策划、创新意识的培养	(53)
第二节 策划与创新的相互关系	(58)
一、创新是策划活动的灵魂	(58)
二、传播文化的创新历程	(60)
三、在系统的策划中实现创新目标	(68)

第三章 节目策划、创新方略	(76)
第一节 把握时代脉搏	(77)
一、关注生活,既重视重大事件,也关注凡人小事	(77)
二、开掘生活本质,展示节目的思想深度	(82)
三、关注社会心理,深入人的内心世界	(85)
第二节 受众就是上帝	(93)
一、把受众细分作为节目营销的重要策略	(93)
二、重视沟通,让受众了解策划者的主观意图	(99)
三、适应就是征服	(107)
第三节 节目的个性化	(113)
一、没有个性就没有魅力	(114)
二、节目个性化的实现	(119)
三、主持人与节目个性化的关系	(125)
第四章 节目策划、创新的切入点	(140)
第一节 把握足够的信息量	(141)
一、充足的信息是优秀节目的支柱	(143)
二、重点信息是优秀节目的亮点	(151)
第二节 出奇制胜的智谋	(155)
一、接受过程中的“陌生化”效果	(156)
二、灵活多样的表现手法	(160)
第三节 知识就是力量	(166)
一、传播科学文化知识是传媒的光荣使命	(166)
二、把知识融进节目中去	(170)
第四节 把节目打造成美的精品	(174)
一、大众传播是综合性的审美创造	(175)
二、节目策划中的审美要求	(182)
第五章 节目策划的基本过程	(189)

第一节 显示定位的神韵	(189)
一、定位的理念	(190)
二、广播电视节目的定位	(194)
第二节 展示创意的魅力	(200)
一、创造性与创造性思维	(201)
二、创意的阶段	(205)
三、创意的方法	(212)
第三节 写出精彩的文案	(220)
一、文案的意义	(221)
二、文案的特点	(223)
第六章 策划、创新的心理特征	(232)
第一节 直觉的魅力	(232)
一、直觉的概念	(233)
二、直觉在策划、创新中发挥新鲜活泼的功能	(237)
三、直觉的局限性及避免的方法	(246)
第二节 想像的作用	(250)
一、想像、联想的概念与类型	(250)
二、想像、联想在节目创作中的地位	(257)
三、丰富想像力的培养	(264)
第三节 灵感的功能	(267)
一、灵感的本质	(267)
二、灵感的激发	(272)
三、灵感在节目策划中的运用	(276)
第七章 主持人策划、创新的素质要求	(282)
第一节 建立完善的知识结构	(282)
一、知识的“T”形结构——广博与专一的辩证统一	(283)
二、主持人应重点掌握的知识门类	(286)

第二节 培养强烈的创造欲望	(302)
一、培养正确的创造动机	(302)
二、培养敢于拼搏的精神	(308)
第三节 开发高超的创造智慧	(315)
一、学习一点创造学理论	(315)
二、策划、创新道路没有终点	(320)
第八章 节目类型与策划、创新	(326)
第一节 双向互动节目的策划、创新	(328)
一、新闻类节目的策划	(328)
二、经济类节目的策划	(333)
三、社教类节目的策划	(338)
四、体育类节目的策划	(341)
第二节 多向互动节目的策划、创新	(344)
一、综艺类节目的策划	(344)
二、谈话类节目的策划	(353)
三、益智、娱乐类节目的策划	(361)
第九章 栏目的策划与创新	(370)
第一节 栏目的发展与定位	(371)
一、栏目栏目化的发展过程及其意义	(371)
二、栏目定位及其五大要素	(376)
三、栏目定位的原则	(382)
第二节 栏目策划、创新的思路与手法	(385)
一、对象型栏目的分类及其特征	(385)
二、栏目的总体思路及各要素的具体实现	(391)
第三节 《焦点访谈》的成功	
——栏目策划、创新案例分析之一	(395)
一、栏目特色	(396)

二、栏目宗旨与总体定位	(397)
三、新闻栏目的具体选题	(398)
四、两位一体的新闻报道模式	(401)
五、坚持现场纪实采访与拍摄	(402)
六、吸引受众积极参与,启迪受众深度思考	(404)
第四节 《实话实说》的精彩	
——栏目策划、创新案例分析之二	(407)
一、真实性的魅力	(408)
二、话题的选择	(411)
三、平民化风格	(413)
四、主持人的“平民色彩”	(414)
第五节 《新闻联播》的审美追求	
——栏目策划、创新案例分析之三	(416)
一、创造多层次的通达之美	(417)
二、展现全方位、高格调的形式美	(424)
结语 掌握策划、创新规律的主持人大有作为	(430)
主要参考书目	(434)
后记	(437)

导语 策划与创新是节目 主持艺术的灵魂

当人类社会进入 20 世纪 90 年代的时候,互联网就已经开始崭露头角,广播电视从此不再是最先进的信息传播工具了。但是,在目前和今后相当长的一段时间内,无论从使用的人数,还是从使用过程中的便利与感官享受的愉悦等方面来说,广播电视作为信息传播的重要方式,仍然会保持旺盛的生命力。正是在这个意义上,如何向广大的受众提供更精美、更丰富、更能反映时代精神的节目,就成为每一个广播电视工作者密切关注的问题了。而作为节目创作的核心人物——主持人,由于在节目创作中所发挥的重要作用,他对节目与栏目的策划的重视就显得更为必要了。从某种意义上讲,主持人就是节目的灵魂,他在各个方面素质的高低,往往决定着一档节目甚至一个栏目的成败优劣。因此,如何提高主持人驾驭节目创作的能力,就成为当前传播界一个普遍关注的重要问题。

一个优秀的主持人在整个传播活动中的作用是多方面的,尤其是那种严格意义上的主持人,他们的基本职能是把握整个节目。因此,从创意、策划、制作到编排、播出的每一个环节,主持人不但都应该参与,而且要在其中发挥十分重要的作用。所有这些环节都要求主持人投入最大的智慧、最饱满的热情,通过最细致的工作、最有魄力的创造、最科学的方法,去赢得最圆满的结果。然而,