



解析 主持传播

高贵武 著

JIEXI
ZHUCHI



CHUANBO

大众传播与人际传播的「爱情结晶」

终结「单面人」

约见「自己人」

媒体造就主持人，还是主持人成就媒体

一枝一叶总关情

亲近生狎呢

主持传播的EPS之路

主持人真的要下岗？

JIEXI ZHUCHI

CHUANBO 北京广播学院出版社

解析主持传播

JIEXI ZHUCHI CHUANBO

高贵武 著

北 京 广 播 学 院 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

解析主持传播/高贵武著. - 北京: 北京广播学院出版社, 2004.6

ISBN 7-81085-331-7/N·158

I. 解… II. 高… III. ①广播节目-主持人-工作-研究 ②电视节目-主持人-工作-研究 IV. G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 059628 号

解析主持传播

作 者: 高贵武

责任编辑: 杜丽华 范晓晶

封面设计: 曹 春

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街1号

邮编: 100024

电话: 010-65450532 65450528

传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cbbip.com>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 北京金华印刷有限公司

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 9.25

版 次: 2004 年 7 月第 1 版 2004 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-331-7/N·158

定价: 22.50 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序

在当今大众传播媒介中，主持人不能不说是一个备受关注的特殊角色，与之相应的主持传播更是当代大众传播诸种形态中最引人注目的一种传播形态。据不完全统计，我国现在从事主持传播工作的主持人已超过数万名，且正有千千万万个少男少女在做着成为主持人的梦。主持人对节目、栏目乃至所在媒体的重要作用是显而易见的，一个著名的主持人甚至就是一家媒体或一档栏目标牌，对提升其社会声誉和传播效果有着不可低估的作用。正因如此，有人甚至提出，21世纪新闻人才的竞争将主要是主持人的竞争，谁拥有了大量优秀的主持人，谁就占据了新闻竞争的制高点；也正因如此，主持人及主持传播从诞生之日起，便引起了业界、学界的广泛关注，并涌现出了一大批研究者和研究成果。然而，限于条件，学界目前对主持人的研究大多集中在经验总结层面，往往失之零散，并偏重于实务性和操作性，能够将主持人的传播活动置于传播学理论范畴进行的研究并不多见，即使有，也大多不够系统，不够深入。

高贵武的《解析主持传播》一书则从大众传播与人际传播的结合点出发，在前人研究的基础上，将主持传播放入传播学的理论框架之中，借鉴社会学、心理学、传播学、修辞学、说服学等相关学科的知识，对主持传播的传播主体、传播客体、传播环境等进行了全面的考察，不仅深入地挖掘出了主持人及主持传播产生的社会根源，剖析了主持传播最本质的特点——是一种大众传播人际化与人际传播大众化的产物，而且提出了颇有见解的传播

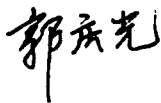
解析主持传播

策略，颇有见地地分析了主持传播现存的问题及其发展趋势，可谓从学理上剖析和揭示了主持传播的真相及主持人受人喜欢的秘密。因而，这本《解析主持传播》不仅是一部颇有价值的学术著作，对推动今后主持传播的研究和发展不无裨益，亦是一本对实际操作颇具价值的业务参考书，相信那些已是主持人或即将成为主持人以及想当主持人的人都会从中受益。

高贵武现为我院青年讲师，亦是我院为数不多的从本科一直读到博士的学生之一，他来自祖国的西北边陲，虽自幼家贫，但勤奋好学，勇于上进，在学业上曾取得不少佳绩。从我院本科毕业之后，他曾经只身前往东南沿海，在福建人民广播电台做了三年的编辑、记者和主持人工作，有过一定的新闻工作经验和主持节目的经历。在以优异的成绩考取母校的研究生以后，他又分别师从我院涂光晋教授和郑兴东教授，对主持人及主持传播做了大量深入研究，并取得了一定的学术成果。这本《解析主持传播》就是他在郑兴东教授精心指导下取得的成果，亦是他多年辛勤治学的结晶。自去年留在本院任教以来，高贵武努力工作，治学扎实，已在我院开设《新闻编辑学》、《新闻评论学》等课程，深得我院师生好评，并即将开设《播音与主持》。在他的新著《解析主持传播》一书即将出版之际，作为院长，我既为本院能有这样的青年后学而由衷高兴，更希望他在今后的教学、科研道路上能够勇坐冷板凳，稳扎稳打，取得更大的成绩。

是为序。

中国人民大学新闻学院院长



2004年夏于人民大学

目 录

序	/1
引言 (prologue): 大众传播的人际化与人际传播的大众化	/1
一、主持传播 (what's it): 大众传播与人际传播的“爱情结晶”	/5
——主持传播的现状扫描: 风景这边独好	/5
——主持传播是一种独特的大众传播方式: 大众传播与人际传播的有效结合	/14
——主持传播的主要特点: 让传者走下“讲坛”	/19
——主持传播的不足之处: 亲近生狎昵	/28
二、主持传播的动因 (it's reason): 没有信息爆炸, 就没有主持传播	/35
——主持传播是人类社会发展的产物: 终结“单面人”	/36
——主持传播是民主心理发展的产物: 约见“自己人”	/40
——主持传播是广播电视发展的产物: 再现“面对面”	/44
——主持传播是人类传播发展的产物: 回归“人际性”	/49

- 三、主持传播的主体——主持人 (it's subject): 接力赛跑的最后
一棒 /53
- 主持人的地位作用: “说话人头”, 还是节目总管? /53
- 主持人的角色定位: 教师、朋友, 还是情人? /67
- 主持人的印象管理: 给受众留个好印象 /86
- 四、主持传播的客体——受众 (it's object): “主”随“客”便,
还是“客”随“主”便 /108
- 受众在主持传播中的地位作用: 没有受众, 就没有主持传播 /108
- 受众对主持传播的心理期待: “下”有好者, “上”必甚焉 /113
- 五、主持传播的环境: (it's environment): 在什么山上唱什么歌 /147
- 主持人与媒体的互动关系 (大系统): 媒体造就主持人,
还是主持人成就媒体 /149
- 主持人与栏目的互动关系 (中系统): 栏目制约主持人,
还是主持人制约栏目 /153
- 主持人与嘉宾的互动关系: 善待嘉宾 /166
- 六、主持传播的策略 (it's strategy): 工欲善其事, 必先利其器 /176
- 语言能动策略: 语不惊人死不休 /178
- 符号能动策略: 一枝一叶总关情 /197
- 信誉能动策略: 以德服人, 中心悦而诚服 /208
- 情感能动策略: 精诚所至, 金石为开 /214
- 文化能动策略: 腹有诗书气自华 /217
- 七、主持传播的趋向 (it's tendency): 敢问路在何方 /222
- 主持传播的个性化发展方向: 不袭蹈前人一言一句 /223
- 主持传播的专业化发展方向: 主持传播的 EPS 之路 /226

目 录

——主持传播的人文化发展方向：以人为本	/230
——主持传播的虚拟化发展方向：主持人真的要下岗？	/234
八、结语 (summary):	/240
一、将人际化进行到底？	/240
二、主持传播研究总结与展望	/242
参考文献	/258
附录	
一、调查问卷	/266
二、中外主持人索引	/269
三、CCTV 不同栏目主持人遴选及评价参考指标	/275
后记	/284

引言：

大众传播的人际化与人际传播的大众化

.....

A: (奶奶), 您出生的时候是在 1901 年, 那还是在清朝。

B: 清朝。

A: 您那个时候有什么印象?

B: 那个时候不能说。我没有吃过一天安乐茶饭。

A: 奶奶, 您说现在好不好?

B: 现在当然好了, 女人站起来了, 女人能够说话能够办事了。

A: 奶奶你看现在日子好了, 大家都想长命百岁, 所以大家特别羡慕你, 你能不能给我们讲一讲你的长寿秘诀, 怎么身体这么好?

B: 我没有什么讲究, 我吃的都是咸菜饭, 什么都可以吃, 包谷、棒子面, 我最喜欢吃这些。我就喜欢简单, 粗茶淡饭, 再好那些我都看不上。

A: 奶奶你刚才说了吃五谷杂粮, 然后心情愉快, 不生气, 还有什么秘诀呀?

B: 劳动, 我注意的是劳动。平时一秒钟都不停, 到现在衣

服还是我自己洗，不要别人给我洗。屋子的擦、扫，我哪个屋子都不要别人给我打扫，我都是自己打扫。^①

.....

这是一段祖孙二人之间颇为融洽的对话，也是我们日常人际交往或人际传播中常有的情景，如果不告知事情真相，可能很少有人能想到这段对话竟是中央电视台《实话实说》栏目曾播出的节目中的一个片段，也难以把这种实实在在的人际交流与大众传播联系起来，更不会想到这正是由于大众传播的人际化或人际传播的大众化为大众传播所带来的革命性的变化。

大众传播的人际化，即在大众传播中注入人际传播的成份，使大众传播越来越像人际传播，而人际传播的大众化，即将人际传播的情境通过大众传播媒介的传播加以放大，使人际传播的传播范围与传播对象实现无限伸展，以致于原本只能在人际间产生互动影响的人际传播同样亦能达到通常只有大众传播才能实现的广度与深度。以上面这段崔永元与老奶奶之间的对话为例。从大众传播的角度来看，这种传播形式与传统的大众传播形态存在很大不同，其不仅在总体形态上表现为人与人之间的自由交流，而且在传播的状态和内容上也存在许多人际传播才有的特点，如交谈双方地位的平等性、信息的对称性、语言的随意性、信息的不完整性等等，甚至还包括我们从这段文字所无法体验的谈话人的语调、神态、姿势等等；而如果是从人际传播的角度来看，我们则可以发现，这种传播方式显然与真正的人际传播又有所不同，它使崔永元与老奶奶之间的一次交谈完全超越了人际传播的局限，使亿万观众同时旁观了一次普通的人际传播，成了名副其实的大众传播，而这次普通的人际传播随之也取得了通常只有大众传播才可能有的传播效果。

① 本材料转引自《中国电视报》2001年第1期。

其实，只要稍加审视，我们不难发现，在目前的大众传播中，像这样大众传播人际化与人际传播大众化的现象随处可见。广播电视谈话类节目的方兴未艾、“说”新闻之风此起彼伏、报纸杂志的个人化专栏、编辑记者的出镜采访、嘉宾受众的演播室坐客、网络论坛中的与版主对话等等，都可谓大众传播人际化与人际传播大众化的真实见证。而在大众传播人际化与人际传播大众化的诸多形态和类型中，最能代表这种大众传播新特点和大众传播发展总趋势的莫过于广播电视媒体的主持人传播。因此，在本书对大众传播人际化与人际传播大众化的研究中，我们将以主持人传播作为研究的主要对象，主要通过对主持人传播的研究来透视这种独特传播方式的独特魅力。为了研究方便，也为了更加深入透视这种独特的大众传播方式，在接下来的研究中，我们将把这种以主持人节目形式出现的传播方式取名为“主持人传播”，或简称“主持传播”。

为避免“主持传播”这几个字可能在字面上造成的误解，我们有必要首先对“主持传播”的字面意思做一番说明。这里的“主持传播”是一个偏正式的名词性词组，即“主持式的传播”，而非动宾式的名词性词组，即“对某种传播活动的主持”。为了便于理解和加深印象，我们不妨在见到“主持传播”时联想一下“主持人”这三个字。只要想到“主持人”是“从事主持活动的人”而非“对人进行主持”，我们就不容易把“主持传播”理解为“对传播活动的主持”。

还需说明的是，我们这里所研究的主持传播作为一种传播方式虽然在理论上应包括所有大众传播媒介（包括报纸、杂志、广播、电视乃至网络）的主持传播，但考虑到不同媒介的主持传播所具有的共性以及广播、电视主持传播的典型意义，我们的研究将重点围绕广播、电视的主持传播，尤其是电视主持传播而展开，采取“解剖麻雀”式的由特殊到一般的演绎研究方法，只在

解析主持传播

必要时才有区别地提及其他主持传播。因此读者在理解本书涉及的主持传播时，似应在逻辑上做某些由特殊到一般的思维准备，立足广播、电视媒介，尤其是电视媒介的主持传播，并在必要时推广到其他媒介的主持传播。

一、主持传播

大众传播与人际传播的“爱情结晶”

有效的传播节目往往是大众传播与人际传播的结合。

——主持传播的现状扫描：风景这边独好

主持传播，或曰“主持人传播”，顾名思义，是一种以主持人或主持人节目形态而出现的传播方式。在这种传播方式里，主持人是传播的主体，由主持人直接出面组织实施传播，并与受众发生某种“面对面”的传播关系。在此定义里，主持人是居于核心地位的关键词。主持人，按照《现代汉语辞典》关于“主持”的解释“负责掌握或处理”，应该是“负责掌握或处理的人”，这是主持人在生活中的一般意义。主持人在大众传播中如何定义，历来存在很多说法，也曾经在学术界引起过很多争执。为了能有科学完整的主持人定义，甚至有过主持人研究学会向社会征集主持人定义的事情。^① 在综合考察了较流行的几种说法后，我们

^① 应天常，《节目主持语用学》，第41-54页，北京广播学院出版社2001年版。

解析主持传播

认为还是新近出版的《广播电视词典》对主持人的解释较为科学。按照这本词典的解释，主持人，或节目主持人是“在广播电视节目中，以个体行为出现，代表群体观念，以有声语言为主干或主线驾驭节目进程，直接面对受众，平等地进行传播的人”^①。此定义之所以能被大多数人接受，就在于其在某种程度上抓住了主持人的本质特征，即“以个体行为出现”、“代表群体观念”、“直接面对受众”、“平等进行传播”和“驾驭节目进程”。虽然比较科学全面，但此定义还是忽略了一点，如未将印刷媒体和网络媒体的主持人包容进去，因而在对诸如印刷媒体等媒介的主持人做界定时还应根据媒体的性质，对此定义中的“以有声语言为主干或主线驾驭节目进程”做些适当调整。

有了对主持人的完整理解，让我们回过头再看主持传播。主持传播，即主持人传播，简单地说，就是由主持人组织和驾驭的传播，也即不管主持人有几多类型，勿论主持人节目的形态有几多变化，只要参与传播的传播者符合主持人的条件，那么其所进行的传播活动就可称为主持传播。注意，我们这里所说的是“符合主持人条件”，而非传播者自称或不自称主持人。如用更直接的话，主持传播的定义似乎可以说成是：不管正在实施传播的传播者原来的身份是什么，也不管其当下以怎样的称号出现，只要传播者在传播中以个人身份出现、实际起到了组织和驾驭传播的作用，其所从事的传播便毫无疑问是主持传播。如此定义主持传播或许会招致这样的诘问：倘若不称主持人的传播也可以是主持传播，那么在“主持人”这三个字出现以前岂不就有主持传播了吗？问题是没错，但任何的研究都应该有自己的研究范围，也应该有研究的起始点，否则就可能陷入一种类似“蛋生鸡还是鸡生蛋”的无休止争议中。因无意陷入这种无休止的争议，我们这

^① 赵玉明、王福顺，《广播电视辞典》，第212页，北京广播学院出版社1999年版。

里只好沿用约定俗成的说法，把主持人真正出现后实际上由主持人实施的传播活动定义为主持传播，而把在此之前出现的与主持传播有相似之处或接近主持传播的传播活动皆视为准主持传播或主持传播的萌芽与发育状态。

这样，我们就可以分辨出主持传播与其他由播音员、主播或记者、编辑等出面直接对受众实施的传播之间的区别与联系，也可省去这些传播是否为主持传播的争议。主播、播音员或某些记者、编辑面对镜头实施传播的时候，其传播活动虽然也是以“个体行为出现，代表群体观念，以语言为主干或主线”，但他们有时与受众的地位并不平等（如播音员），更没有实现对传播进程的驾驭，所以他们所从事的传播只是具备了主持传播的某些特点，或在某种程度上有类似主持传播的效果，但还没能达到真正的主持传播状态，因而只能是一种准主持传播。反过来，如果播音员、主播或记者、编辑在面对受众实施传播时，实际上已经实现了以个体身份平等传播和驾驭整个传播进程，那么，即使其在称呼上没有出现主持人三个字，我们仍可将其传播活动视为主持传播（有很多节目实际上就是由记者、编辑出面主持的）。或者，我们还可以说，主持传播其实就是一种实现了传播主体的人格化，并在传播过程中处处体现人性化特点的大众传播方式。当然，要对这种传播方式有比较充分的认识，还有待于我们进一步对其进行分析。

在初步界定了主持传播的定义，或对主持传播的内涵指向有了一个稍微清晰的勾画之后，让我们再把目光重新转向大众传播媒介，看看主持传播在大众传媒中究竟处于何种地位。

一个不容忽视的事实是：如今，只要我们打开电视，将手中的遥控器对着电视随便一按，我们轻易地就会发现十几甚至几十个笑容可掬的主持人，正端坐在镜头前对着我们说话。而对于广播，只要我们稍稍改变一下收音机上选台装置的位置，同样可以

听到许许多多主持人在用各种动听的声音在向我们诉说。甚至在有些报纸、杂志的某个版面或栏目，我们同样可以轻易地找到“主持人”这三个字，如《经济日报》的《读者点题》、《北京晚报》的《超薄阅读\新闻到底》以及《新闻战线》的《服务热线》等等。即使在新兴的第四媒体中主持人也无处不在，我们除了可以见到像“安娜诺娃”、“言东方”这样完全以人的面目和声音出现的虚拟主持人，甚至可以在网络的任何一个角落发现各种形形色色的“斑竹”（即版主），如人民网《强国论坛》的李晶等等。从某种意义上来说，“斑竹”其实正是主持人中的一种，其所实施的传播实际上也正是主持传播的一种状态。

为了对主持传播在大众传播活动中的重要程度有个具体而感性的认识，下面我们不妨先来看看中央电视台和中央人民广播电台一套节目在任意一天（2004年5月13日）的节目安排。

中央电视台一套节目时间表^①

06:00:00	科普系列：天工开物 2004-25
06:15:00	科技博览：2004-133
06:25:00	今日说法：2004-118
07:00:00	焦点访谈：2004.05.12
07:15:00	东方时空：2004.05.13
08:00:00	新闻早8点：2004.05.13
08:34:00	夕阳红：2004.05.13
09:04:00	天天快乐：2004-141
09:25:00	40集电视剧：霹雳菩萨（30）
10:16:00	40集电视剧：霹雳菩萨（31）
11:10:00	同一首歌精华版：2004-18

^① 以下资料来自 www.cctv.com 和 www.cnr.cn。

一、主持传播

- 12:00:00 新闻 30 分: 2004.05.13
12:37:00 今日说法: 2004 - 127
13:02:00 电视剧: 金粉世家 (5)
14:05:00 电视剧: 金粉世家 (6)
14:53:00 环球: 2004 - 17
15:23:00 人与自然: 2004 - 17
15:59:00 东方时空: 2004.05.13
16:49:00 天天饮食: 2004 - 94 牛肉面
16:59:00 半边天: 2004 - 94
17:35:00 动画城: 2004 - 115
18:09:00 大风车: 2004 年第 127 期
19:00:00 新闻联播: 2004.05.13
19:38:00 焦点访谈: 2004.05.13
19:56:00 19 集电视剧: 大姐 (15)
20:51:00 19 集电视剧: 大姐 (16)
21:49:00 科技博览: 2004 - 134
22:00:00 晚间新闻: 2004.05.13
22:35:00 幸运 52: 2004 - 19 (一套)
23:26:00 见证: 2004 - 83 生于六十年代 (上)
00:01:00 43 集电视剧: 水浒传 (2)
00:51:00 43 集电视剧: 水浒传 (3)
01:45:00 讲述: 2004 - 105