

节目主持艺术探

吴郁 著

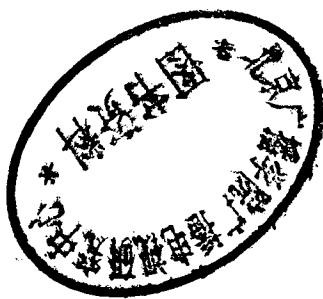
北京广播学院出版社



526037

节目主持艺术探

吴 郁 著



北京广播学院出版社

(京)新登字 148 号

0715 1/171

0715 2 1/171

节目主持艺术探

吴郁著

北京广播学院出版社出版发行

北京市朝阳区定福庄南里 7 号

(邮编: 100024 电话: 65779405 或 65779140)

中国科学院印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本: 850×1168mm 1/32 印张: 10.375 字数: 249 千字

1997 年 9 月第 1 版 1999 年 2 月第 2 次印刷

印数: 3001—8000

ISBN 7-81004-717-5/G·392

定价: 16.50 元

序

主持人节目和节目主持人是一个热门话题，谈论、探讨、研究、论述，充满在日常的谈天与报刊文论之中。世人的关注，正说明了这个话题的重要与新鲜。据我所知，这关注大约有两类。一类是赶时髦，不说几句不足以表明自己具有当代意识与改革思路，于是越说越奇，好像主持人节目可以包罗万象，节目主持人成了万能的智者；另一类是求完美，不断追逐着实践的每一个脚步，放开眼界，努力捕捉那每一朵闪烁阳光的浪花，让发见的喜悦溢于言表。吴郁的论文，当属第二类。

吴郁的论文，总是从具体问题着眼，一笔一划地描摹那值得记述的节目或栏目，紧紧抓住大大小小的特征，进行有理有据的分析。然后，适时适度地给以概括，朝着共性，向着规律，实实在在地前进。这种符合马克思主义认识论的研究，确能取得事半功倍的效果，远比那些高谈阔论、综观纵览之类的东西，坚实得多、深刻得多。

主持人节目和节目主持人方面的研究，像许多其他应用学科、实践性强的学科一样，研究者自身首先必须有切实的感受与体验。毫无实践经验的人，再有理论的锋芒，再有生花的妙笔，说出话来讲出理来，总不免给人以隔靴搔痒、纸上谈兵的印象，在圈外绕弯子，走不到核心里去。吴郁有多年的播音经验，近些年，在中央人民广播电台主持《法制园地》栏目，在中央电视台的《东方之子》栏目中作过特邀主持人，采访，主持了12集《杰出女性系列访谈》，积累了不少话筒前、镜头前的感受与体

验。因此，她的论文，都是她心灵碰撞的火花，都是她春种秋收的果实，其中闪现着实践的顿悟，以及耕耘的热情。

个案研究，应该是主持人节目和节目主持人研究的主攻方向，不如此便不能实现由量变到质变的飞跃。正是许多个案的剖析，才会产生那些带有规律性的认识成果。只有这些成果，才称得上达到了某种成熟。

主持人节目是一种形式，它只适合于那些适合它的内容，也就是说，并非所有的节目都唯此唯佳。节目主持人只是主持人节目中设置的特定传播主体。这里并没有排它性，也不可能有同一律。众说纷纭、莫衷一是的探讨，是仍然显露着稚嫩的必然，但并不拒绝合理的理性思考。吴郁有坚实的播音学理论功底，她善于把问题引向核心，她从未忽略，而是常常强调节目主持人的语言功力，然后给以传播学、语体学的诠释。这在心态浮躁、重文轻语的人们看来，会觉得未与传统观念决裂，而广大的节目主持人却会从中得到明白无误的裨益。

吴郁的系列性论文终于要出版了，这是我早就盼望的了。抑止不住的兴奋，促使我匆匆写下这拉杂的文字。其中，更包含着我的期待，期待着吴郁，也期待着那些有志者，在主持人节目和节目主持人的研究中，取得更丰硕的成果。

张 颂

一九九七年八月卅日

目 录

序.....	(1)
--------	-----

主持艺术基础理论篇

优势与挑战.....	(3)
热线谈话与主持人素质	(10)
广播节目直播、热线“热”中的冷思考	(21)
从市场竞争看播音系教学改革	(26)
主持人成长需要良好的外部环境	(37)
关于主持人发展的多样化和规范化	(48)
主持人的“名人效应”及其运用	(55)
主持人与节目的相互关系	(61)
主持人与受众的关系	(79)

主持人语言研究篇

播音创作中的激情与控制	(99)
主持人节目播音断想.....	(111)
“字神”的微妙 ——关于声调的再认识.....	(122)
播音中的“固定腔调”	(132)
听评优秀播音(主持)作品后的思考.....	(138)
播音语感及培养.....	(145)
说说主持人的语言修养.....	(178)
主持人即兴口语特点探讨.....	(183)

主持人, 您是否悠着点?	(193)
音乐节目主持人语言漫议	(195)
主持人语言个性的层面分析	(203)
有感于语言的“生活化”、“口语化”	(218)
直面主持人语言现实 研究主持人语言规律	(226)

主持艺术评议篇

亲切中见独到 平易中见深刻

——写在《说你说我》开播之初	(243)
探寻《一丹话题》的源头	(248)
责任·品位·魅力	(258)
令人耳目一新的《时讯快递》	(263)
评《面对面》中的白岩松	(270)
精选的角度 到位的主持	
——听《与李素丽共话人生》有感	(279)
崔永元的魅力	(286)
试论《环球》主持人的定位、功能	(297)
主持人转型的启示	(305)
愿游戏娱乐节目健康成长	(313)

后记	(322)
----------	-------

主持艺术基础理论篇

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

优势与挑战^①

十多年来，随着广播电视的节目改革，电台、电视台的播音队伍发生了很大的变化。

首先，播音员工作的业务范畴有所扩大。有部分播音员参与到现场报道中来，他们不是像以往那样，坐等在家里，把记者在现场采写好的稿子转化成声音，制成录音报道，而是以记者身份直接到现场采访，搞现场口头报道。播音员搞现场报道固然是临时性任务，并未纳入播音员的本职工作范围，但是它已透露出播音员业务范畴可以与记者业务有所交叉。

其次，是播音员的工作体制也开始发生了变化。近些年，许多台陆续办起了板块节目或成立了经济台。为了工作方便，一些台原有的播音部（组）分了家——部分播音员“留守”，专门播新闻节目与天气预报等服务性节目，其他人则以主持人身份分别加入到各个板块节目的制作群体当中。还有个别台，播音员全部分到新闻和各类专题节目的编辑组中去了。他们的工作，或以播音为主，兼做部分编辑、通联工作，或者成了节目主持人。

本文想就播音队伍发展变化着的现实，围绕提高在职从业人员业务素质及培养后继人才问题谈谈自己的一孔之见。

① 本文刊于《中国广播电视学刊》1992年第2期。

现在，无论是中国，还是世界上，在广播电视节目中与受众直接沟通的专职以有声语言进行传播的人，基本上有两种：播音员和主持人。二者的业务领域、业务素质有交叉之处，也有不同之处。对这两个行当的区别与联系，必须以冷静的态度，做出客观全面的分析比较，才能使我们的认识和行动更符合发展着的现实要求。

首先，从业务领域角度分析。

播音员的基本职责，是把编辑部门采访、编辑好的各个节目的文字稿件转化为有声语言向受众传播。这种话筒前、镜头前的有声语言传播活动是播音员的主要任务。但有时也要求播音员参与采编制作工作，或临时担任竞技类、晚会类节目的主持人，而且《播音员职务评定条例》对中高级播音员都提出了掌握采、编、制作或主持节目能力的要求。

主持人的职责，概括地说主要有两项：参与节目采编制作；直接面向听、观众主持节目。

不难看出，播音员与主持人业务领域上的交叉点，主要体现在面对听、观众的传播过程，他们同是节目的直接传播主体。不同点主要表现在以下几个方面：第一，二者与节目（栏目）的从属关系不同。播音员从工作编制上属于播音部（组），播音员可以为编辑部的各个节目播音，但同时又游离于各个节目的制作群体，与节目的合作是临时性的。主持人则是节目（栏目）制作群体中的一员，往往编制上也归属于此，除偶尔被请去客串晚会或竞技节目做主持人外，一般与自己主持的节目形成稳定的关系。第二，二者业务领域不同。要真正发挥主持人节目的优势（其优势本文不再赘述），主持人必须参与节目的采、编、制作工作，

他们对自己主持的节目应有全盘的了解和主动的关注，积极参与节目宗旨、计划、选题等讨论。而非主持人节目，记者、编辑、播音员之间的关系则是“铁路警察——各管一段”。

如果我们进一步深入到播音员与主持人的业务交叉点——话筒前、镜头前的传播过程观察，就会发现，所以称之为交叉点，就因为其中有同也有异。相同的是对影响语言信息传播质量，传播效果的声音形式方面的诸多要求，诸如语言的清晰、生动、态度的亲切、自然、声音（或含形象）给人以美感，等等。不同的是指传播主体语言发出的心理过程有一定差异。播音员的有声语言传播活动，一般是由稿件转化而来的，是以现成的文字语言为依托的。主持人的有声语言传播，既有由稿件转化来的，也有由即兴的内部言语转化来的，再有就是二者兼而有之的“提纲+资料”式的脱稿、半脱稿传播，它一方面有稿件作为参考，一方面在表述形式上有较大的自由和灵活性。不言而喻，主持人的有声语言活动，在心理过程上要显得更复杂些。

其次，从业务素质的角度分析。

播音员要播各类节目的稿件，不仅稿件内容、形式、风格不同，传播对象也不同。这种种的不同汇集到播音员这里，就必须以各具特色的播讲方式及丰富的语言表现力去适应各个节目的具体要求。播音员主要以有声语言为手段为听众、观众服务，以自己的声音表现为节目增添光彩。播音员的业务范畴和工作职责要求播音员有相当强的驾驭有声语言的能力。“音有万态之殊”，有声语言微妙精细的变化可以传达极其丰富的内涵。正因为如此，对播音员业务素质中“播音能力”的要求是很高、很细致的。拿播音员的专业基本素质来说，有声音本质条件、用气发声方法的要求，有语音吐字的要求，有语言表达技巧的要求……这里既有先天因素的制约，更须后天学习积累的功夫。“功夫在诗外”，播音能力当然是以广博深厚的思想、学识、艺术修养为后盾的。

主持人的业务范畴和工作职责要求主持人的业务素质的面比较宽，业务能力必须是多方面的，采访、编辑、制作、播音、主持，样样要懂，样样要会。自然这种多面手的各项能力并不一定是“齐头并进”的。如果起点高，或发展快，能与专职的记者、编辑、播音员媲美，当然更是求之不得的。但主持能力应是其中较为突出的、有专业特色的特殊素质。主持能力是指在节目具体过程中的语言能力、组织能力、驾驶能力、应变能力。心理学认为，能力是顺利完成某种活动所必需的，并直接影响活动效率的个性心理特征。具体到主持能力，有先天遗传素质和后天环境的影响，但更重要的是靠社会经验、业务实践和多方面的知识功底做基础，同时它具有明显的专业性，要有对电视、广播传播特性的了解和适应，并通过反复多次的学习和实践才能形成。

以播音员和主持人的业务素质做比较，主持人工作要求的业务素质项目比播音员多，选拔和考察主持人能力的项目比对播音员的选拔考察面广。而单独抽出相同的一个业务素质项——播音能力来比较，则对播音员的要求一般要高于主持人。

主持人和播音员都有语言定势，不过表现的层次、内容不同。播音员常表现为新闻性语言定势，初涉足艺术性语言时，似不够“活”。主持人由于固定主持一个节目，节目的传播对象、节目的风格个性较为鲜明，因而若不注意提高自己的语言表达功力，那也会形成某种语言定势。如长期主持幼儿节目的出色的主持人，客串主持成年人的文艺晚会时态度语气就会显得不甚得体。这是语言定势的消极作用。播音员的素质要求中，先天因素、不可变因素占有相当的比重，例如声音条件，更多的取决于遗传因素所给予的发声器官的构造形状，后天的学习训练只能在原有的生理基础上使发声能力得到增强，声音有一定程度的改善。不采取任何生理或物理措施，想使沙哑的声音变得圆润动听，总有些“天方夜谭”的味道。有人认为采、编、制作和现场

主持等能力，更多的取决于后天的学习和经验积累，只要肯学习，就可以获得这些能力。而播音员的某些先天条件可不是靠努力能够得到的。这种说法不无道理，但播音员不可盲目乐观于“独特的语言优势”，故步自封，靠爹妈给的生理素质与人谈优劣。

二

到底如何看待播音员的语言优势，关系到在职播音员应怎样提高自己的业务素质，以适应现实发展之需要的问题，应该认真对待。

语言优势，实际上应包含口头语言和书面语言两个方面，并有语言内容及语言形式两个层次。语言能力是一个人的思维、学识、情趣、个性等诸种因素的综合表现。人们所说的播音员的语言优势，主要是指口头语言的表现形式方面的优势：一副圆润动听的好嗓音，一口标准纯熟的普通话，清晰灵巧的吐字，比较传神的、富于感染力的口头语言表达技巧。这里讲的是：“有稿播音”，是由文字语言向口头语言转化时播音员的优势。语言功力还包括书面语言能力，以及由思维的内部言语直接转化为外部有声语言的即兴口语能力。

我们不妨从语言功力中截取口头语言这个层面来分析，很多播音员在“无稿（文字稿件）播音”面前常显得手足无措，底气不足。因为“无稿播音”时，“说什么”是没有文字依托的，是要由自己大脑思索的。播音员更擅长的是在给定了“说什么”的前提下，发挥“怎么说”的语言表达技巧的功力。要提高人们的讲话能力，从表面看似似乎是训练“舌头”，究其实质是训练人的思维，如思维的敏捷性、思维的逻辑性、思维的准确性、深刻性等等。为什么一些播音员离开稿件就“不会说话”呢？难道播音

员的思维就比主持人逊色吗？当然不能一概而论。很显然播音员的工作职责、工作方式是造成某些播音员思维惰性的客观原因之一。从事播音工作的人，或播音系（专业）的学生一般都是“百里挑一”挑出来的，不仅在语言方面都有“灵气”，也不缺乏做采访、编辑等工作的潜能。可是播音员岗位明确的职责长久以来就是“播稿”，加上没有形成优胜劣汰的机制，学习和工作时压力都不大。一来二去，工作方式的模式化固定了播音员的素质状态，掩盖了一些潜在的、待开发提高的素质，甚至窒息了处于萌芽状态的某些能力。这实在是令人遗憾的！

实践经验证明：播音员要提高自己的业务素质，除了应当在播音本职岗位上努力创造“第一等的工作”之外，还必须从编播的角度比较鉴别，博采众长，领悟好广播电视语体、节目编采制作等方面的特点，开阔自己的思路，提高自己的思维能力，使业务经验丰厚起来，从而有效地提高自己的思想、文化、业务素质，这样说，丝毫没有要大家脱离播音岗位的意思，而且我认为，只要有广播电视，就必有播音员的存在。关键是播音从业人员及未来的播音员不要满足于自己某些语言优势，而应看到自己不足的方面。面对飞速发展的时代，要有危机感和紧迫感。

三

随着人的文化素质、审美情趣的提高，社会上有很多人自觉不自觉地对自己的言谈，从内容到外部表现形式都有较高的追求，他们在有意无意之间，耳濡目染、潜移默化地接受和养成了较好的语言习惯，再加上自身的学识修养，因而具有较高的语言造诣。在有些节目的采访录音里，被采访者侃侃而谈，出口成章，见解深，逻辑强，大方自然，生动形象，用声自然，吐字清晰，语言很有魅力。说话的水准在某种程度上代表民族的文化素

养。不经专门训练而有较好的语言表现力的人多起来，这对整个民族来讲是可喜的现象，而对播音员、主持人则是个严峻的挑战。

我们看到，近几年一些未经播音或主持的专门训练的年轻人，加入到播音队伍和主持人队伍中，带来清新的气息，显示出勃勃的生机。他（她）们大都具有大学文化程度，有较宽的知识面，有多方面的才能，有刻苦敬业的精神，他（她）们的起点较高。如中央电视台《正大综艺》的主持人杨澜、《综艺大观》的主持人倪萍，北京电台新闻节目《北京，您早》主持人张卫宁，都表现出或热情、大方、或优雅质朴、或清纯敏锐的气质，都给人以脱颖而出的感觉。当然这些崭露头角的年轻人在业务上还有许多待改进的地方，尤其有必要学习掌握话筒前、镜头前有声语言活动的特殊创作规律。

面临这种挑战，播音员、主持人都有必要调整自己的阵脚，客观评价自身素质中的“强项”和“弱项”，加强自身修养，努力提高素质。如果说其中的天赋素质是不可变的话，那么后天学习训练中获得的素质则是可变的，是可以通过人的意志控制的。人的生理条件、生活能力、劳动能力、思维能力是人的基础素质，对特定岗位的适应能力是岗位素质。从心理学角度看，素质是处在变化之中的，如果不及时调整素质结构，加强整体素质，原有的素质就可能发生退化，就不能适应从业岗位的要求，实践已经验证了这个道理。

热线谈话与主持人素质^①

曾几何时，由听众点播歌曲开始，热线电话在广播电台的节目中初试锋芒，时隔不久，热线电话已在广播中热气腾腾地发展起来了。现在广播节目中的热线电话可谓内容品类纷繁，形式多样，成为吸引听众参与广播的一个极富生命力的手段。

—

林林总总的热线电话，大体可视为四类：热线点播（含竞猜）、热线采访、热线咨询（含投诉）、热线谈话。

热线点播，以娱乐功能为主，但也早已不以简单地“谁谁”点歌，祝“某某”生日快乐为限了，有时点歌者向主持人倾吐心中块垒，主持人乃巧妙的以赠歌抚慰，在娱乐中加强了情感沟通、知识评介、鉴赏指导的色彩。

热线采访，以新闻报道功能为主，利用先进的通信技术跨越空间距离，把新闻人物的心声或新闻事件进程直接展现在听众耳畔。

热线咨询，以信息服务功能为主，既有购物指南、医药指导，也有各类投诉电话，在为听众排忧解难方面架桥铺路，大显身手。它还疏通消费者与经营者、生产者的关系，并架起了群众与政府职能部门直接联系的桥梁。

① 本文刊于《中国广播电视学刊》1993年第4期。