

广播电视新闻系列教材之九

主持人 节目学教程

陆锡初 著

中国广播电视出版社 ★★★

531839



531839

广播电视新闻系列教材之九

主持人节目学教程

陆锡初 著



中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

主持人节目学教程/陆锡初著. —北京:中国广播电视出版社,1995.9

广播电视新闻系列教材

ISBN 7-5043-2776-X

I. 主… II. 陆… III. 电视-艺术-工作人员-电视节目-概论-教材 IV. J903

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 13506 号

主持人节目学教程

作 者:	陆锡初
责任编辑:	贺 明
装帧设计:	李燕平
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583 68013201
社 址:	北京复外大街2号(邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
刷 印:	地矿部保定地质工程勘察院美术胶印厂
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	212(千)字
印 张:	8.75
版 次:	1995年8月第1版 1999年8月第4次印刷
印 数:	16001—19000 册
书 号:	ISBN 7-5043-2776-X/G·1036
定 价:	13.50 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

目 录

第一章 主持人节目概述	(1)
第一节 我国主持人节目发育轨迹.....	(1)
第二节 我国主持人节目发展与思考.....	(7)
第三节 主持人节目优化途径	(12)
第四节 节目主持人的意义与作用	(19)
第二章 新闻性主持人节目	(25)
第一节 从名记者中培养新闻主持人 ——西方新闻主持人成功经验	(25)
第二节 新闻性板块节目基本特征	(34)
第三节 新闻杂志节目优势与《东方时空》定位	(53)
第四节 新闻性节目主持人素质构成	(56)
第三章 社教性板块节目	(63)
第一节 知识性板块节目特色	(63)
第二节 知识性节目主持人素质与主持	(73)
第三节 对象性板块节目结构与特色	(74)
第四节 对象性节目主持人素质与主持	(88)
第四章 服务性板块节目	(93)
第一节 服务性板块节目发育轨迹	(93)
第二节 服务性板块节目特色与主持	(97)
第三节 服务性板块节目策划构思.....	(109)
第四节 服务性节目主持人素质构成.....	(114)

第五章 综艺节目	(118)
第一节 综艺节目基本特点	(118)
第二节 栏目型综艺节目构思与设计	(123)
第三节 晚会型综艺节目构思与设计	(127)
第四节 综艺节目主持人作用与素质	(130)
第六章 板块节目	(144)
第一节 板块节目发育轨迹	(144)
第二节 板块节目的优势	(147)
第三节 板块节目构思与编制艺术	(151)
第四节 从《空中立交桥》看板块特点与主持	(156)
第七章 直播节目	(169)
第一节 直播的传播优势	(169)
第二节 直播节目的话题与思考	(183)
第三节 直播节目编辑工作运作方式	(187)
第四节 直播节目主持人素质构成	(191)
第八章 节目主持艺术	(196)
第一节 叶惠贤的节目主持艺术	(196)
第二节 鞠萍的节目主持艺术	(205)
第三节 金堂台节目特色与主持艺术	(210)
第九章 节目主持人传播艺术	(217)
第一节 节目主持人传播特点与技巧	(217)
第二节 节目主持人的语言传播	(219)
第三节 电视节目主持人的人体语言传播	(224)
第十章 发展有中国特色的主持人节目	(234)
第一节 主持人节目特征与中国特色	(234)
第二节 广东新闻台节目的岭南风格	(240)
第三节 《早餐前后》板块的龙江特色	(247)
第四节 佛山台现代广播意识与全天播音	(254)

第五节 市场经济下主持人节目走向与思考…………… (260)

第一章 主持人节目概述

第一节 我国主持人节目发育轨迹

在西方国家节目主持人产生三十多年后的二十世纪八十年代,中国的广播电台才开始出现节目主持人。主持人何以姗姗来迟?这是因为,长期以来受到“左”的路线干扰和影响,播音员说的每句话、每个字都要代表党的声音;常常是居高临下,习惯用教训人的口吻说话,因而就不可能让主持人在广播电视中以个人的身分同受众平等地交谈。在十年浩劫期间,广播电视则成了“四人帮”推行“全面专政的工具”,他们肆意篡改广播电台和电视台的性质、对象和任务,使广播电视严重脱离群众,严重损害了广播电视在群众中的声誉。经过十年浩劫,当时广播电视的现状是:节目单一、内容空泛、形式呆板,产生信息危机,收听(视)率极低。

14年来,我国主持人节目的发展大致经历了三个阶段:

第一阶段(1979年至1986年)即十一届三中全会召开至广东珠江经济广播电台开播之前。这个阶段可称为广播逐渐摆脱报纸模式,尝试自己走路的探索时期。

我国的节目主持人是在党的十一届三中全会以后出现的。十一届三中全会,批判了“四人帮”的各种谬论,正本清源,拨乱反正,纠正了“左”的错误;提倡实事求是,解放思想,“开动机器”,决定了我党工作重点的转移,由过去的“以阶级斗争为纲”转到了以四化

建设为中心、以经济建设为核心的轨道上。广播工作者解放思想，从思想、作风、规章制度等方面进行了整顿，逐渐实现了两个恢复：即逐步恢复了党的实事求是的思想路线，坚持宣传报道的真实性，克服宣传工作中“假、大、空”的现象；恢复了“文革”前受听众和观众欢迎的一批名优节目，主要是一些知识性、服务性节目，使广播电视节目增强了吸引力和听众的信任感。

1980年10月召开的第十次全国广播工作会议上，提出了广播电视要“坚持自己走路”的思想。会议指出“我们不能躺在别人身上，我们应该像通讯社、报纸那样，成为一个具有不同特点的、发挥着不同舆论工具作用的新闻机关”^①

广播电视工作者正是在这样的社会背景和指导思想下，着眼于改革，积极探索，努力寻找新的节目形式，以进行更有效的宣传。

这阶段率先进行改革的是中央人民广播电台台播部和广东人民广播电台。1981年元旦，中央电台台播部的同志从对台宣传的实际情况出发，率先开办了由徐曼主持的《空中之友》节目。该节目的宗旨是：为台湾同胞解疑、解惑、解虑、解难。从此，在中国的广播史上，徐曼成了第一个节目主持人；《空中之友》成为第一个主持人形式的节目。

《空中之友》节目，很快就获得了成功。它打破了长期以来对台广播冷冷清清的局面。二十多天后，台播部破天荒地收到由国外辗转寄来的台湾本岛的听众来信。来信说徐曼亲切、甜美的声音“每天都在吸引着台湾一千七百万中国人……拨动那些想要会见大陆亲人的台湾人的心弦。”初次尝试的成功，更加鼓舞了中央电台台播部同志的改革热情。到1982年10月，对台湾广播的专题中全部采用主持人，实践结果，主持人收到岛内和大陆同胞来信之多，是对台湾广播开办几十年来所没有的。

1981年4月，广东电台由李一萍、李东主持的《大众信箱》节目正式开办。“二李”是继徐曼之后出现的我国第二、第三位节目主

持人。李一萍、李东采用口头语播讲,以“一对一”的方式和听众谈心,帮助青年人解决思想、学习、生活上的种种困难,很快受到青年朋友的欢迎,节目收听率明显提高。节目播出不到20天,就收到听众来信1800多封。1983年第一季度,听众来信竟达到13470封,平均每月四千多封。随之李一萍、李东成为广东省广大青年听众所信赖的朋友。

此后,四川、江苏、浙江、黑龙江等省,以及上海、北京市台和吉林市台、太原市台等也相继办起了主持人节目。但数量不多,总的社会影响也不大。

我国节目主持人的崛起阶段,从某种意义上讲,也可称之为“徐李”阶段。“徐李模式”影响全国,成为这个阶段的重要标志和显著特点。其原因有两条:一是徐曼、李一萍、李东是我国主持人节目的开拓者。他们率先主持节目,其主持手段、播讲方式以及节目的选题、编排技巧等影响全国广播界。当时,不少电台的主持人以及试办的主持人节目,都不同程度地带有模仿徐、李的痕迹。二是在这几年的全国优秀广播节目评选中,主持人节目的夺魁者总是徐、李,徐、李成为当时节目主持人的代表人物。期间笔者曾连续数次参加全国优秀广播节目评选会,并恰逢直接在主持人节目组工作,多次聆听与会领导和代表对“北徐南李”的赞誉,对徐、李主持的节目留下深刻印象。

1983年3月召开的第十一次全国广播工作会议的报告中,充分肯定了主持人节目这种形式,指出广播电视宣传适合用谈心和对话形式。采用节目主持人形式比念稿子的办法好,主持人可以报道事实,也可以发表议论,再加上音响或图像,可以增强吸引力和信任感。在这方面,我们有广阔的天地,可以大有作为,要努力提倡创新精神,注意摆脱文字新闻的框框,努力办出自己的特色来。会议首先提出要培养优秀节目主持人,这次会议对我国节目主持人的发展,无疑起了积极推动作用。

总的来说,这个阶段我国的主持人节目还处于试验和探索阶段。除徐曼、李一萍等主持的节目较成熟外,多数主持人节目的特色不鲜明,社会影响也不大。这阶段广播电台有了自己的“腿”,欲摆脱报纸模式,尝试“自己走路”了,并在学习走路过程中开始尝到了甜头。但还仅是部分省市电台的部分节目开始自己走路,主持人节目还尚未普及。就广播整体而言,还未摆脱报纸模式,基本上仍走报纸模式的路。

第二阶段(1986年底—1991年)即广东珠江经济广播电台开播至上海东方广播电台开播前。这阶段可称为按广播模式办广播,开始走自己的路的新时期。

1986年12月15日,广东珠江经济广播电台开播,使我国广播进入了一个新时期。珠江台一改传统的节目布局,把全天的节目划分为八大板块,全部由主持人主持。每个板块的内容都是综合的,由新闻、专题、文艺、天气预报等多种内容组合而成,多话题,勤转换,适合听众收听。

珠江台采用以新闻、信息为骨架,以大板块节目为肌体的节目总体结构。以新闻、信息为骨架,就是:全天每隔半小时有一次新闻或信息,逢半点播出新闻,逢整点播出信息;以大板块节目为肌体,即每天节目由几个大板块构成,它的特点:一是长时间(最长的每块有三到四小时);二是主持人;三是内容综合性。就是由主持人在新闻、信息以外的大段时间里,把各种教育性、知识性、娱乐性的话题和适量的广告揉合在一起,说说唱唱,又议论问题又播放音乐,又传播知识又播广告,让听众在赏心悦目的娱乐之中不知不觉地增长知识、接受教育、得到服务。

珠江台的开播,使广东电台在珠江三角洲的收听率由过去的46%上升到78%,而同时香港广播在此地的收听率由过去的53.3%下降到22%。在珠江台开播一周年的研讨会上,与会理论工作者认为它是中国广播按广播规律和受众需要办广播的第一

家。“珠江模式”标志着我国的广播与报纸模式的决裂，它的出现具有划时代意义。

“珠江模式”的核心是采用主持人制，重视和发挥主持人的作用。珠江台在筹办期间，一举从社会上招聘了 24 名主持人，这在当时的广播界是一项大胆的创举。在珠江台开播一周年时，公开在社会上投票评选“我最喜爱的节目主持人”，十天内，有 31 万多名听众来信投票，从珠江台 44 名主持人中，评选出 10 名最受欢迎的主持人。一批有影响有魅力的主持人有可能成为“明星”主持人。同年，寄给珠江台的来信超过 100 万封，绝大部分都是寄给主持人的。珠江台接到听众电话七万多个，其中有三千个是直接主持人的。珠江台接到听众电话七万多个，其中有三千个是直接主持人的。珠江台开播后，多次开展户外广播，全年直接参与活动的听众达 30 多万人。

尽管“珠江模式”不是唯一的广播模式，但它却影响到全国广播界，后来相继成立的 70 多家经济电台，基本上均采用“珠江模式”，并获得成功。“珠江模式”的出现及其表现出来的强大生命力，标志着我国广播电台按广播规律和特点办节目，开始走自己的路了，预示着广播的美好明天。

第三阶段(1992 年至今)1992 年 10 月 28 日上海东方电台开播至今。这个阶段可称为：扬独家优势——电话参与直播，广播坚持走自己的路时期。

珠江台的开播引发了全国办经济台的热潮，但对人民台的触动不大；珠江台从开播之日起尽管也设有热线电话，但并未大规模地采用，广泛性不够，在全国也并未引起听众电话参与热。进入 90 年代，南京经济电台大量采用电话参与，使该台在南京地区的收听率上升到 64%，仅比南京电视台的收视率差一个百分点；浙江西湖之声电台大量采用热线电话参与，在杭州地区出现了“西湖潮”，获得了轰动效应；北京电台的各个系列台（如时政台、音乐台、经济台等）除《北京新闻》、《天气预报》少数节目外，所有的节目都有电

话参与,在北京地区出现了街头巷尾听广播、议广播的现象,使北京广播一下“火”了起来。北京电台的“星期三热线办公”节目,邀请城近郊区的区长及有关局、公司的领导到电台直播室参与主持节目,并现场回答听众提出的问题。该节目在社会上引起很大反响,还召开了专题研讨会。与会者认为节目成功的原因是:内容上的贴近性,抓住了政府和群众的结合点;传播上的开放性,充分发挥了广播扬己之长的优势。

上海东方电台的开播,使我国广播再度掀起了改革大潮,把大规模的听众参与电话热(包括热线点播、热线专访、热线谈话、热线咨询投诉者)推向高潮,给广播带来了全新传播效应,于是众多媒体评说“广播实现了回归”。上海新闻界一些人士认为“东方广播电台的诞生是新闻界改革中最新鲜的大事,可称作‘东方现象’”。《人民日报》发表专文,称1993年为中国广播年。

无疑,东方台的诞生为中国广播增添了色彩。东方台的成功与影响是多方面的,且不说它在领导体制和运作方式上的改革,且不说它采取全天24小时主持人直播和整点新闻的滚动播出带来的传播效应,也不说它首创的三小时新闻性板块如何汇天下之精华,这里单说它在运用热线电话方面产生的广泛影响。

东方电台的新闻板块、专题板块、文艺板块的题材内容非常贴近上海市民的生活和思想实际,符合现代人的心理需求;节目的传播方式及表现手法新颖活泼;各类电话参与节目和风格各异的热线主持人,吸引了大量听众参与广播。据上海市电话局定时测定,上海东方电台热线电话开通时,每分钟有2000到4000个电话试图打入。在5分钟的“东方大哥大”节目期间,每10秒钟就有800多个电话拨打“大哥大”热线。据“东广”统计,热线电话中有80%的电话属舆论监督方面的。主持人通过热线电话深入千家万户,广大听众通过热线电话参与广播,使广播真正走向群众、走向社会。

这个阶段的明显特点是电话介入广播,人际传播和大众传播

有机结合,相得益彰,使广播真正发挥了独特的传播优势。

广大听众主动参与广播,标志着中国广播由“以传者为中心”向“以受众为中心”的改革历程,“以受众为中心”是新闻媒体对受众的争取,是大众传播领域里改革的成果。

第二节 我国主持人节目发展与思考

目前,我国主持人节目的发展呈现哪些新趋势呢,主要反映在以下四个方面:

1. 新闻性主持人节目。伴随着我国广播电视新闻深化改革,各种新闻类型主持人节目(栏目)相继出现。新闻类主持人节目的出现是当前各种新闻传播媒介激烈竞争的结果,可以更好发挥主持人在传递信息、传播新闻方面的优势。主持人开始突破文艺性、知识性和服务性节目的范围,向更广阔的领域开拓,以发挥更大作用。

新闻性节目主持人具有采编播评(议)素质,既要参与制定选题,进行现场采访,又要编辑和负责播讲节目。一个新闻性主持人必须具有较高的新闻素质,有较强的新闻敏感,善于在错综复杂的大千世界中捕捉新闻,深刻地反映最新的最有价值的新闻;有较强的新闻采编能力,既善于现场采访、提问、议论,又善于采写、编稿;有独到见解和即席评论的本领,敏于思考,贵在对新闻的报道有思想深度。

从新闻主持人需要的素质考虑,其人才来源应注重有条件的记者、编辑以及有新闻工作实践经验的人员中选择和培养。美国三大广播公司的明星主持人,无一不是名记者、名编辑,他们的成功得力于良好的新闻素质和丰富的新闻实践经验。考虑到目前我国的节目主持人大部分来自于播音员的现实状况,应该创造条件让

他们到新闻第一线,去锻炼、提高。通过实践来弥补自身的不足,更好地完善自我,做一个合格的新闻主持人。这是我国节目主持人面临的新课题。

2. 热线电话节目。近年来,随着我国城乡电话机的普及,热线电话节目应运而生,发展势头方兴未艾。电话与广播电视的结合,可以充分发挥人际传播与大众传播的综合优势,使广播电视具有独特的优势。其最大的优势是可以增强受众的参与感,让受众直接走上广播电视。热线电话直接深入千家万户,成为信息反馈、互相沟通的“桥梁”、“纽带”。总之,热线电话开通了一条方便、迅速、影响广泛的对话渠道,具有多方面的政治功能、经济功能和社会功能,受到了广大听众、观众的喜爱。

按其内容,热线电话节目一般可分为四大类型;

①社会热点问题讨论型。诸如干部下海、股票热、房地产热和第二职业等问题的讨论。

②信息知识传播型。如经济科技、交通信息的传递咨询以及各类知识竞赛等。可设现场热线电话、电话抢答、心理咨询、问题投诉等。

③思想感情交流型。以社会人生问题为主线,涉及社会生活方方面面,如工作、学习、家庭、恋爱、婚姻、道德、人际关系等,通过热线电话交流思想、沟通感情、增进了解。

④文化娱乐服务型。通过热线电话点播歌曲和文艺节目,直到演播室参加电台、电视台举办的游戏、猜谜、答题等活动,如热线点歌、“热线卡拉OK演唱”等。

热线电话节目主持人的基本素质要求:一是态度要真诚、热情,要以诚待人,以情感人,积极引发对方的兴趣,为双方交流营造良好气氛;二是要有良好的稳定的健康的心理素质,无论遇到什么意外情况,始终保持镇定;三是要善于引导对方说话,鼓励对方的交流行为和愿望,还要处处保护对方的利益。

3. 主持人直播节目。从传统的播音员录播节目发展到主持人直播节目,不只是形式上的变化,而是广播电视传播上的一次历史性的变革,意义深远。主持人直播节目的优势十分明显,它具有良好的社会效益和经济效益。这种形式的出现并很快风靡世界广播电视,具有它自身的必然性。

开办直播节目自然要冒一定的风险,作为改革者要有胆量和气魄。直播节目对主持人的素质提出了更高的要求:要反应灵敏,有较强的应变能力,善于在各种突如其来的情况面前,保持沉着、冷静,以敏捷的思维和高度的应变能力去处理各种突发性事件;要有较强的口头表达能力,有出口成章、即席谈话的本领,在无稿的情况下,主持人能临场发挥,准确地表达报道意图。尤其是由播音员改做主持人的,更要注意改变长期以来只会念稿、无稿不会说话的习惯。

4. 经济科技类主持人节目。我们正处在一个以经济建设为中心的现代化建设新时期,广播电视报道要始终把经济科技放在重要位置。办好经济科技节目,选择培养熟悉经济科技的节目主持人是当务之急。

以1992年中国广播奖为例,经济类节目有25个,其中主持人节目就有20个,占80%;科技类节目13个,其中主持人节目10个,占77%。这一趋势表明,各级电台十分重视经济科技主持人节目,主持人在经济科技报道中的优势和作用日益明显,他们的出现带有鲜明的时代特色。

作为经济科技节目主持人,应有一些特殊要求与素质修养:要掌握经济科技方面的基本专业知识,并尽可能地成为这方面的行家;要了解国内外经济科技发展的最新动向,熟悉有关的方针政策;还要与经济界、科技界的各方面人士广交朋友;加强联系,得到他们的信任和支持。就当前我国经济科技节目主持人的现状来说,存在的主要问题是缺乏专业知识修养,还远不能适应经济改革发

展的需要。

广播电视主持人节目发展趋势,给广播电视工作者提出了许多新课题、新的启迪与思考,下面着重谈三点:

第一、更新观念,进一步提高对主持人节目和主持人意义的认识,重新估价其在广播改革中的地位和作用。八十年代初当这棵新苗在神州大地刚萌发出幼芽时,不少人持怀疑、观望、等待的态度,经过十多年实践,如今新苗已枝叶繁茂,鲜花芳香四溢,人们对其的认识发生了很大变化。尽管如此,还有必要从理论上进一步加深认识。

我们认为主持人节目和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场深刻革命,也是我国广播电视深化改革,走向世界的必由之路,意义深远。主持人节目的出现,对提高电台、电视的知名度,对提高广播电视的竞争力及其扩大社会影响,均具有举足轻重的作用。八十年代初,主持人节目的出现,给当时处于低谷的广播电视注入了新的活力,为振兴我国的广播事业立下了一功。今天,办好主持人节目,创办名牌节目,提高主持人的素质,已成为广播电视改革的潮流,时代的呼唤,是促进广播电视事业繁荣的必经之路。

第二、要把节目主持人的素质作为选拔主持人的首要条件。怎样选择主持人,按什么标准选拔主持人,这是个至关重要的问题。这里有必要指出业已存在的两个误区。误区之一是以貌取人。即过于注重外表、容貌、长相,非俊男倩女不能入选。因而忽视了内在素质,尤其是气质、修养。误区之二是以声取人。即把声音作为首要的先决条件,唯有音质音色好且字正腔圆者方能入选,因而忽略了整体素质和综合能力。

据日本同仁介绍“目前日本观众对主持人的欣赏标准同十年前相比发生了很大变化,对容貌的俏丽端庄及音质的甜润、纯正的要求已退居到次要地位,而需要能和自己坦诚交心,对新闻事件有

独到见解和较强分析能力的主持人。至于在播报过程中口误等则认为是无关紧要的事”^②

众所周知,节目主持人的素质直接影响到节目质量,选拔主持人应把素质放在首位。这里的素质是指其综合素质,主要包括政治素质、文化素质、新闻素质、心理素质、语言素质以及仪表风度等。

选拔节目主持人应广开渠道,不应只限于播音员队伍,还可以从具有丰富新闻工作经验、有较高口语表达能力、思维敏捷的记者、编辑队伍中选拔,还可面向社会各行各业招聘人才。现在许多省市电台、电视台通过举办节目主持人比赛的活动,从中选拔主持人,有的从社会中直接招聘主持人,这些作法值得称道。总之,我们应更新观念,广开渠道,不拘一格选拔主持人,采用多种方式培养主持人,尽快提高主持人队伍的整体素质。

第三、建立“主持人中心制”、“主持人责任制”。时至今日,这个问题显得尤为迫切。这是因为提高主持人素质,办好主持人节目是一项系统工程,涉及到方方面面的问题。如果广播电视的内部体制,尤其是节目运行机制不改革,不做相应调整,就必然会影响到阻碍节目主持人的发展,无法确保主持人的主导作用。应该正视这样的现实,国内不少主持人至今还是有名无实,只是个“陪衬”、“摆设”,仅是出场念稿背稿而已,同播音员并无异样。建立“主持人责任制”,至少有两个前提:一是领导要提高对主持人意义的认识,敢于放权,充分信任主持人,并从各方面维护主持人的中心地位;二是主持人要尽快提高自身素质,更好地挑起新的重担,能独立主持好节目。

建立“主持人责任制”,要明确主持人的“责、权、利”,主持人要对整个节目负责,不仅要参与组织节目,而且对节目有决定权。当然也要对节目的成败负责,使责任、权利和利益有机地结合在一起,建立“责、权、利”紧密结合的新型体制。

建立“主持人责任制”,并非主持人包揽一切,在主持人周围必