

播音主持艺术技巧丛书

# 主持人语言

表达

技巧

吴郁 著

中国广播电视出版社

YUYAN  
BIAODA

播音主持艺术技巧丛书

# 主持人语言表达技巧

吴 郁 著

中国广播电视出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

主持人语言表达技巧/吴郁著. —北京: 中国广播电视出版社,  
2002. 1

(播音主持艺术技巧丛书)

ISBN 7-5043-3836-2

I. 主… II. 吴… III. ①广播节目-主持人-语言艺术 ②  
电视节目-主持人-语言艺术 IV. G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 082390 号

## 主持人语言表达技巧

作 者:	吴 郁
责任编辑:	高子如
封面设计:	郭运娟
责任校对:	谭 霞
监 印:	戴存善
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	86093580 86093583
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
印 刷:	地矿部保定地质工程勘察院美术胶印厂
装 订:	涿州市西何各庄新华装订厂
开 本:	850 × 1168 毫米 1/32
字 数:	150 (千) 字
印 张:	6.5
版 次:	2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷
印 数:	3000 册
书 号:	ISBN 7-5043-3836-2/G·1490
定 价:	13.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

## 前 言

主持人节目的迅猛发展，产生了许多为大众喜闻乐见的名牌栏目，与此同时，也培养和造就了一大批听观众赞扬有加的名主持人。主持人是当下广播电视节目传播中直接面对受众的炙手可热的公众人物，担当着节目传播最后的也是最灵活的一个环节。在新闻评论类节目中，在体育节目中，在文化、法制、科技、教育、文艺、农村等各类社会教育专题节目中，在综艺、娱乐、游戏、益智、谈话等类型节目中，在儿童、少年、青年、老年、女性等对象性节目中，无不活跃着节目主持人的身影，回荡着主持人的声音。节目主持人，一时间成为人们议论的热点、关注的热点，也成为许多年轻人梦想的职业。

主持人是广播电视媒体中直接出面与听、观众打交道的最活跃的人。主持人语言是节目的主干或主线，主持人语言的水准高低，从语言内容到语言形式都直接影响节目的整体质量。再从主持人节目传播方式及运作机制的角度看，主持人节目经常采用“开通热线”和“有现场观众”的形式进行，这样的节目形式，靠主持人在与听观众的交谈中推进节目的进程。在这种有听观众直接参与，与听观众直接交流的节目中，对现成稿件的依赖少

了，或者说根本不可能有经过领导层层把关的现成稿件，安全播出的风险和责任明显加大了。主持人能否把握住主题方向、较好地坚持舆论导向、政策分寸，是否善于调动现场气氛、灵活地控制节奏、把握时间，遇到突发情况能否应付裕如，妥善处理，总之，主持人说什么，怎么说，能否实现节目的传播目的，在现场几乎全靠主持人自己把关了。

节目主持人作为节目的重要组成部分，听观众在接受信息的时候，主持人作为信息载体，作为传输的“信道”，自然而然地被品头论足，说长道短。人们会议论些什么呢？从其所传达的信息内容是不是能让人轻轻松松地听明白，会追究主持人口齿是否清楚，理解力如何；从主持人的声音，会揣测主持人的性格是怎样的；从节目的选题，会推想主持人关注社会、关注生活的广度和深度；从主持人的谈吐、见识，能窥见主持人的思想水准、知识层次；从主持人的情感倾向，能推及他（她）的人生状态、道德品格；从主持人言谈话语、待人接物的态度，能判断主持人的文明教养、对听观众是否真诚；从主持人的服饰化妆，能直觉到他（她）的文化涵养和审美情趣，等等，不一而足。可以看得出来，主持人进入听观众听觉和视觉范围的信息，主要的和次要的，有目的的和下意识的，都可能引起受众的议论。议论的内容，既有信息内容层面的，也有主持人传达方式层面的；既有对主持人声音、形象直接感知层面的，更有对主持人内在综合素质思考层面的。不过，十分清楚的事实是，听观众对主持人的种种判断和议论，主要来自主持人的语言，包括语言的内容和形式（电视节目主持人的图像还提供着非语言符号的辅助信息）。

## 二

语言，是人类最重要的交际工具，也是最重要的文化载体。也许你会说，没有语言障碍的人，人人都能说话，说话就像人们

吃饭、走路一样，是很普通的一件事，似乎并不是什么特别的技能。不过，我们清楚地看到，“走路”一旦到了“T型台”上就很有些讲究了，模特们的走路无不经过艰苦的特殊的训练；同理，“说话”一旦到了面向大众的广播电视节目里也会有“源于生活，高于生活”的要求。这是因为看来再平常不过的“走路”“说话”，都进入了一个从某种意义上说专门以“走路”或“说话”为职业的、面向大众的、任世人评说的新领域，因此都有必须遵循的该领域的基本规律，简而言之，要符合该领域的规范性和艺术性。

节目主持人所赖以存在并体现价值的广播电视领域有什么特点呢？首先，广播电视是当代最现代化、影响力最大的、面向最广大的受众的大众传媒，我国的广播电视事业具有中国特色的社会主义的根本属性，主持人所说的话在舆论导向、文化含量、格调品位等方面都应遵循这一根本属性，这是每一位正在从事及梦想从事节目主持人工作的朋友都应当明了的根本原则；其次，广播电视传播不受空间距离的限制，没有文化程度的局限，传播速度快、覆盖面广、感染力强，听众、观众遍布天南海北，他们的文化水准、理解能力参差不齐，他们的收听、收视心理不尽相同，因此主持人的语言要适应传播对象也就是服务对象的需求；再次，主持人的语言对全民族的语言水准有重要的示范作用和引导作用，主持人在节目中的语言状态并不能简单地与生活中的谈话状态划等号，这就决定了主持人的语言应是汲取书面语的精粹口语，是强调规范性的大众口语，是讲究艺术性的宣传口语，是富于个性的正式口语，是应对得体的机智口语；最后，电声设备、电子传播对语言的传播也会有或多或少的影响和制约……这种种相关因素都对主持人的语言表达提出了一定的要求，主要有：语言表达基本功层面的普通话水平、用气发声、吐字归音；有声语言表达形式层面的明晰性、交流性、艺术性；语言内容组合层面的平易性、贴近性、沟通性、服务性、亲和力、个性化、

幽默感，等等。那种以为“主持人嘛，就像生活中的朋友一样，想怎么说就怎么说，越自然越好，越随意越好，南腔北调也没关系”的说法是站不住脚的，是经不起实践的考验的，也是广大受众不能接受的。

主持人在节目中传播信息、表述观点、串联节目、与听观众的沟通交流，主要是通过语言来进行的。与此同时，主持人语言由于广播电视媒体无可比拟的覆盖面和影响力，以及主持人节目一定的传播优势，不管你是否意识到，都在社会上、在群众中有相当大的影响。这种影响是潜移默化的，是不胫而走的，她关系到民众的语言水准、格调和修养，是精神文明建设的重要方面。同时，由于主持人节目经常采用现场直播和开通热线的传播形式，主持人成为保证节目安全播出、顺利播出和高质量播出的重要因素，尤其在临场发挥、应急应变的关键时刻，主持人语言的质量几乎全系于主持人一身，主持人的语言运用正确与否，得体与否，优美与否，几乎全凭主持人自身的语言功力、思想素质和心理素质，主持人必须自负其责。总之，节目主持人是语言的使用者、示范者、创作者，是广播电视宣传中连接传媒与受众的中介，是实现和优化传播效果的关键，主持人应自觉地光大祖国语言的积极影响，用心地避免因个人造成的消极影响。

### 三

基于主持人在节目中的语言活动事实，本书要谈的主持人的语言表达技巧并不是狭义的，它包含语言的组合及语言的表达两大部分。笔者以为，主持人的语言运用，首先需要主持人对语言活动赖以存在的传播环境有充分的认识，因此我们将从第一章“主持人节目和节目主持人”这个视角切入，了解主持人节目的传播特色及主持人的职业角色，以及主持人语言活动的规律，毫不夸张地讲，这是认识和掌握主持人语言表达技巧的逻辑起点和

创造性地运用表达技巧的大前提。

第二章至第四章，我们用三章的篇幅从普通话、用气发声、语言表达技巧几个不同的层面重点讲解主持人应具备的有声语言的各项基本功。俗话说“手艺巧，还要家什妙”，声音是主持人最重要的劳动工具，拿主持人的声音形式来说，“手艺”好比是“停连、重音、语气、节奏”等表达技巧，“家什”就是“富于弹性”的声音。没有一定的用气发声的基本功，声音这个“家什”就不会达到得心应“口”的程度，那样的话，当内心或环境需要声音形式有一定变化时就会感到“捉襟见肘”，就会产生主持人所特有的“语言痛苦”。比如，有的综艺节目主持人声音不够宽厚，加之缺乏训练和技巧单一，运用声音只能“平拉开”，即只有音长的变化，不敢有高低错落、强弱起伏的语气变化和节奏变化，因而影响了语言的表现力、感染力；有的晚会请新闻或其他专题节目的主持人客串主持，由于他们平时主要以日常谈话状态工作，往往因其不谙声音变化的科学方法，激情来了就“喊”，声音不给劲儿，肯定难逃“沙嘶劈哑”的“噩运”。其实，在日常工作状态下，主持人的声音同样需要较为丰富的变化，只不过变化幅度与晚会的要求有所不同罢了，从声音气息控制的角度看，主持人激情状态下的用声，需要“强控制”的基本功，一般工作状态下的用声，需要“弱控制”的基本功，后者绝非不需控制、不需基本功，而是更精细、更灵巧而不露痕迹的用声基本功。

在锤炼语言表达基本功的基础上，我们围绕主持人节目传播特色以及主持人职业角色来透视主持人的语言活动；第五章“主持人语言组合特点”，首先强调“写作能力、有声语言表达能力、即兴口语能力”是主持人应当具备的语言功力，而后深入剖析主持人语言在“组合”层面的特点和规律，即主持人语言表述必须遵循的“平易性、沟通性、创造性”特色，以及“平民化”“幽默感”的把握分寸；第六章“主持人语言表达特点”，针对主持



人的语言实践，着重讨论了“有稿主持表达技巧”和“主持人的即兴口语”的实际操作，“有稿主持”集中解决复现性口语中有声语言语言与思维、情感脱节的难题；而“主持人即兴口语”，则着力分析机智口语的生成条件、质量标准，提供了节目主持中“临场发挥”和“即兴应变”的思路和语料。

众所周知，新闻节目从来是广播电台、电视台的重头节目，是传播者发布信息、受传者获取信息最直接、最迅捷的渠道，也是广播电视节目中语言量最大、最密集的传播形式，同时还是不分男女老幼听观众最多、收听率、收视率最高的节目。随着广播电视改革的深入，近几年，消息类节目的播报方式呈现出多样化的格局和发展，“说新闻”一时成为一种时尚，然而人们对此莫衷一是，褒贬不一。笔者曾在1999年发表题为《我看“说新闻”》的文章（该文于2001年获全国广播电视优秀论文一等奖），因其中的观点与主持人语言运用关系密切，故作为附录收入书内。

总而言之，关于主持人的语言表达技巧，直接可感的声音形式层面的基本功、声韵传情的语言感染力、说服力，是语言内涵得以传播的物质性载体，而声音形式所负载的思想、情感、观念、情趣是语言传播的内涵本质所在。故此，对主持人的语言问题必须从内容和形式两个方面去看：其一，语言特别是有声语言（电视节目主持人还要包括体态语）是否具有传播素质，是节目主持人从业的重要条件，缩小或者忽视有声语言在主持中的实际作用，比如南腔北调、吐字含混、语言缺乏感染力，即使文化素养再高，也是不适合从事直接面对听观众进行传播的主持人工作的，改做平面媒体或退居幕后不失为是清醒的选择，同样能成为传媒界其他方面的优秀人才；其二，仅靠有声语言得天独厚的条件，不肯在语言组合的表达层面下工夫的人同样不可能胜任主持人的工作。尤其当广播电视节目竞争日益激烈的情况下，受众细分化、栏目专业化、节目精品化已成为发展的趋势，主持人的语

言能力更受到空前的考验。一个人的语言能力是其综合能力的集中体现，若想成为一个广大听观众喜爱的节目主持人就应当既重视语言本身，又超越语言，到生活中去，到群众中去，脚踏实地学习语言，感悟生命，向古今中外的优秀文化学习，张开语言内涵及声音形式之双翼，使自己的语言富于魅力，达到“叙事能让人仿佛目睹，说理能让人心悦诚服，只言片语让人久而不忘，长篇大论可以听之不倦”（语言学家吕叔湘语）的语言艺术佳境。

2001年10月4日晨书稿杀青



## 作者简介

吴郁, 1945年5月生, 北京广播学院播音主持艺术学院教授, 节目主持艺术研究方向硕士生导师。广州师范学院新闻传播系兼职教授, 广电总局太原干部管理学院兼职教授。

主要从事播音基础理论及节目主持艺术的教学和研究, 出版专著《主持人的语言艺术》、论文集《节目主持艺术探》与人合著《新闻广播电视语言与形体传播教程》, 主编《播音学简明教程》、《中国播音学》主要撰稿人, 《广播电视辞典》副主编; 在核心期刊发表论文四十多篇。《主持人的语言艺术》获北京市哲学、社会科学优秀成果二等奖, 多篇论文获全国广播电视优秀学术论文一、二等奖。

# 目 录

前言	(1)
第一章 主持人节目与节目主持人	(1)
第一节 主持人节目	(1)
第二节 节目主持人	(12)
第二章 主持人语言表达基本功(上)	(20)
第一节 主持人必须说好普通话	(21)
第二节 普通话语音知识之一——声母	(25)
第三节 普通话语音知识之二——韵母	(33)
第四节 普通话语音知识之三——声调	(42)
第五节 普通话语音知识之四——语流音变	(47)
第三章 主持人语言表达基本功(中)	(55)
第一节 气息控制	(56)
第二节 口腔控制	(65)
第三节 吐字归音	(72)
第四节 声音的运用技巧和嗓音保护	(76)

第四章	主持人语言表达基本功(下)	(90)
第一节	停连	(91)
第二节	重音	(104)
第三节	语气和节奏	(115)
第五章	主持人语言“组合”特点	(129)
第一节	主持人的语言功力	(129)
第二节	主持人语言组合的平易性、形象性	(134)
第三节	主持人语言组合的沟通性、服务性	(140)
第四节	主持人语言组合的创造性、个性化	(149)
第六章	主持人语言表达特点	(165)
第一节	主持人的“有稿主持”	(165)
第二节	主持人的即兴口语	(172)
附: 我看	“说新闻”	(184)

# 第一章 主持人节目与节目主持人

## 第一节 主持人节目

### 一、主持人节目发展的社会背景

主持人节目的出现和兴起，无论在西方还是东方，无论在 50 年代的美国和欧洲，还是在 80 年代的中国大陆，其根本原因都是社会的进步和发展，我国主持人节目的兴起和发展，主要有以下三个方面的原因：

1. 最根本、最重要的，莫过于党的改革开放政策带来的思想解放和经济腾飞。十一届三中全会以后，党的改革开放政策带来了思想解放、经济腾飞、科技发展的生机勃勃的局面。社会的进步带动了广播电视事业的发展，也引起传播观念的变化，并为主持人节目的出现提供了社会的、经济的和理论的基础。这样的大环境，既对广播电视宣传改革提出了挑战，更提供了节目改革和发展的极好机遇。

2. 广播电视改革的深入发展。二十年来，我国的广播电视宣传发生了可喜的变化，这些变化波及和带动了广播电视宣传的各个层面，从传播观念到传播手段，从指导思想到具体的节目制作。比如传播功能的多样化，过去我们的广播电视传播功能较为单一，只是突出其宣传功能、教育功能，现在则注意适应社会主

义市场经济，适应大众需求，走与人民群众密切联系的新路，同时发挥曾被冷落和忽视的信息服务、娱乐欣赏等多种功能；又如广播电视节目从内容到形式提倡“三贴近”，贴近群众、贴近实际、贴近生活；传播方式上，吸引受众参与，充分发挥“人际交往”在现代广播电视传播中双向沟通的作用，赋予大众传播“人情味”的亲切、新颖、多元的色彩。

3. 科学技术的进步与革命，使现代传播观念有了得以转化为事实的物质和技术保证。通讯事业的发达，以及电子高新技术在广播电视节目制作中的应用，不仅能够使受众直接、同步地参与与节目播出中来，使传受之间的双向交流甚至多向交流（热线直播中，听众与主持人，听众与听众的多向交流）成为完全可能的事，而且，神奇地缩小了人们交往的空间距离；现场报道、热线直播，加上卫星传输、数字技术，使远在天边的人和事跃然眼前，且有“高保真”的效果……可以预料，科技的发展还将为主持人节目提供更多的物质保障和新的思路。此外，国际上广播电视传媒的激烈竞争，卫星技术实现的跨国、跨洲传播，也激励着我们节目改革的紧迫感、责任感。

正是在这样的社会背景和科技进步的条件下，立足于建设有中国特色社会主义广播电视事业的根本任务，放眼世界和未来，借鉴国外主持人节目的发展，我国的主持人节目与节目主持人，应运而生，大踏步地走到听众和观众面前，因而也成为广播电视改革的重要成果之一。

## 二、主持人节目的界定

20世纪80年代初期，主持人节目这种形式一出现，就得到听观众的关注和喜爱，更为节目制作者所青睐。一时间主持人节目天南海北在广播电视中迅速铺开。从广播到电视，从中央一级到地方省、市台，甚至县级台、企业台，从较易于操作的服务性节目到相对复杂一些的综合类、新闻类节目，都纷纷采取节目主持人形式。

主持人节目在我国的发展速度可以用“迅猛”二字来形容，许多广播电视节目纷纷打出“主持人节目”的旗号，出声露面的传播者则冠以“主持人”的头衔，并告诉听观众“我是×××，这次节目由我来为您主持”……毋庸讳言，我们听到、看到的主持人节目及主持人有相当大的差异，必须承认，主持人节目的发展是不平衡的，一段时间内对主持人节目本质特征的认识是模糊的。当时，理论研究者对主持人节目的界定上存在争论，有的从节目形式角度强调“第一人称”“固定栏目”，有的从语言样态上强调“谈话体”，有的要求主持人“采、编、播、控合一”，有的强调主持人在节目中的地位和作用；主持人节目的实践者对此也莫衷一是，但是他们不管理论的争论，按自己的认识和受众的实际需要做节目。实践是检验真理的惟一标准，主持人节目经过十几年的发展，无论节目制作者，还是广大受众，抑或理论研究者通过对实践和理论的思索，能够在一些基本问题上达成共识。显然，在一定的发展阶段上为主持人节目作出界定的时机业已成熟，这对于主持人节目的健康发展、主持人队伍的成长，都有积极的、导向性的实践意义和理论意义。1999年9月，中国广播电视学会组织有关专家学者和第一线的主持人代表共同研究，针对实践中主持人业务与播音员、记者业务的交叉，提出了主持人节目的四点特征：

1. 传播者在节目中以主持人身份出现；
2. 体现出主持人在节目中的主导作用；
3. 语言表达方式以谈话体为主；
4. 具有直接的话语交流情态。

从一定意义上说，这个界定直接服务于主持作品的评选工作，它反映了主持人节目形式上的一般特征——主持人身份、人际交流特色的谈话体语言样态、与听观众的直接交流；更强调了主持人节目的本质特征——在节目中的主导作用。

随着主持人节目形态的多样化发展，特别是直播型、谈话型



节目的广泛采用，依据既定稿件单纯“串联式”的主持已不能很好适应工作的需要，也难以在节目中真正起到主导作用。主持人要实现在节目中的主导和驾驭作用，关键在于主持人能否称得起是节目的“主人”，具体体现在主持人对节目的参与程度和生产过程中的实际作用。有的主持人与节目处在“隔膜”状态，只是在最后阶段来“出声露脸”，有的主持人只有“浅层次参与”，即主持人在或采或编的过程中较为被动，提不出有价值的见解或建议，比较典型的被戏称为“话筒架子”——完全依赖别人拟定的问题出镜采访或背词串联。虽然他也是以主持人身份出现，虽然他运用谈话体的口吻，但是，对节目缺乏真正的投入、深刻的理解和整体的把握。实际上，能够有深层次参与的主持人在节目中才能够处于主创地位。据此，我们有理由说，主持人只有在节目中真正起到主导作用，这才是主持人的本质特征。这个界定是主持人节目操作的下限，它不应成为主持人节目发展的框框。主持人在节目中有“深层次参与”这种工作状态，应该说是我国节目主持人在相当长的时期内能够达到的理想的工作状态，因为它符合我国国情，符合广播电视节目制作实际。

### 三、主持人节目的传播特色

1. 个性化。在改革开放的新时期，人们获取信息的渠道增多，思维活跃，视野开阔，越来越厌烦人云亦云的东西。节目主持人是传播者队伍中的新成员，是最具亲和力的传播者，职业的分工要求主持人以淡化了官方色彩、媒体色彩，而颇具“个性化”特色的形象出现。作为媒介向大众进行传播的中介人物，主持人以朋友的身份及与大众平等的关系，以个性化的视角和个性化的叙述方式进行传播，因此，给予观众十分贴近的人情味和吸引力。不过必须强调的是，主持人的个性化传播是指主持人的创作个性，个性化是相对于一般化而言的，个性化并非传播目的，而是优化传播的手段。个性化不等于“个人化”，它首先是栏目个性风格及传播对象的认识和遵从，并符合社会主流的价值取