

广播电视播音主持系列

节目主持人 传播

陈虹著

复旦大学出版社
www.fudanpress.com

广播电视播音主持系列

节目主持人 传播

陈虹著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

节目主持人传播/陈虹著. —上海:复旦大学出版社,2007.6
ISBN 978-7-309-05480-4

I. 节… II. 陈… III. 节目-主持人-基本知识 IV. G224

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 052544 号

节目主持人传播

陈 虹 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 章永宏
总 编 辑 高若海
出 品 人 贺圣遂

印 刷 常熟市华顺印刷有限公司
开 本 787×960 1/16
印 张 15.25 插页 1
字 数 282 千
版 次 2007 年 6 月第一版第一次印刷
印 数 1—4 100

书 号 ISBN 978-7-309-05480-4/G·688
定 价 25.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

序一

童 兵

辞书上对“主持”的解读是“负责掌握或处理”，列举“主持人”。检视主持人的角色定位，大致承担的是这种职责。一部分专业人士倾向于把“主持人”局限于电视节目，所以1999年出版的由赵玉明、王福顺主编的《广播电视辞典》设置有“电视新闻节目主持人”和“电视文艺主持人”条，而不设置诸如“广播节目主持人”和“广播文艺主持人”条之类的条目。编撰者对电视新闻主持人的解释是：在电视屏幕上主持播发和串联新闻节目，发表一定言论的专职人员；对电视文艺主持人的解释是：能够掌握电视文艺节目现场气氛，并能够控制现场表演和录制进度，能将不同内容、不同类型的文艺节目用一定方式串联起来的人。经过近八年的实践探索和学术研讨，今天人们对“主持人”的理解和把握有了很大的发展。陈虹的博士后研究成果是这种发展的一个代表性成果。这一成果的出版，值得庆贺！

陈虹认为，节目主持人传播，存在于广播电视生产与传播的全过程中，它既是一个学术名词，又是一个实践活动领域；既涵盖广播电视媒体，又联结着更广泛的社会生活空间。在我国，节目主持人经过二十多年的探索与积累，在册主持人已超过2万人。2005年，国家广电总局人教司对符合条件的现职人员进行职业资格审核认定，有16000人取得《中华人民共和国广播电视播音员主持人证》^①，组成了一支宏大的主持人队伍。我们现在已经很难想象如果没有节目主持人，广播电视媒体如何进行有效的甚至正常的传播。正是节目主持人的出现，将大众传播与人际传播这两种传播方式巧妙地结合在一起，产生了巨大的传播效果。

节目主持人传播和其他传播最大的区别就在于主持人传播中有看得见的主持人要素即传播主体，如果把听众或观众作为一种独立的收受主体，主持人同他则成为一种典型的人际传播。而在所有的传播方式中，这种传播是受制最少、最易达到效果的。正是主持人的存在使媒体与受众的传播在一定程度上还原到了人际传播

^① 《2006年中国广播影视发展报告》，社会科学文献出版社2006年版，第82页。



的原始阶段,主持人成为广播电视表达亲近性和实现交流感的一个载体^①。

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的标志,对提升其社会声誉和传播效果有着不可低估的作用。美国著名新闻顾问艾尔·普里莫认为,“如果把构成一档新闻节目获得成功的因素考虑进去,并且给每一个因素增加一些分量,构成10个因素的话,那么主持人会占据其中8个因素,其他诸因素的总和只占2个。”^②节目主持人是电视台的人格化的一个特征,各电视台会越来越借助那些主持人的面孔、主持人的语言和主持人的视角,来确立这个媒体在观众中的某种权威度,从而来提高它在传播市场中的广告份额。在这个传播时代,随着人际传播分量的加重,主持人的位置将越来越重要^③。

节目主持人每天都在公众面前曝光,他们的名字与形象很快可以家喻户晓,但他们的缺陷与失误也比任何其他行业更显得无可逃遁。对于我国主持人的不足之处,中国广播电视学会常务副会长刘习良曾经将之归纳为:第一,政策理论水平欠缺;第二,思想修养、认识水平、审美情趣不够;第三,文化根底不厚实;第四,语言功底不扎实;第五,驾驭全局的魄力不足,应变力不强^④。主持人队伍的快速成长、主持人影响力的日益扩大,使得主持人传播中的泛人际化、同质化、低俗化现象日益突出。面对信息时代各种媒体的竞争角逐,面对受众分层的现实要求,面对中国社会政治、经济、文化格局的新变化,如何在适应特定生存境况的前提下,发挥最大的传播效益,这是主持人传播研究和探索的重要问题。如何提高主持人的传播效率、提升主持人的传播品格,已被提上议事日程。陈虹的论文,对这些问题进行了较为深刻的阐发。

在技术手段日益进步、媒体分布如此密集、媒介竞争更加激烈的今天,“传播什么”已经很难成为竞争的获胜因素。除了在信息管理制度极端严格的国家,信息会无孔不入,已经很难有什么东西会成为独家的秘密。因此,在继续重视传播内容的基础上,建立在明确的传播目的之下的“如何传播”的问题,逐渐显示出它应有的分量。正由于此,有学者深刻地指出,在当代,传播的视野、传播的态度、传播的方式日益成为传播行为的真正力量之所在^⑤。主持人传播的兴起和发展,正是这种新的科技革命语境下广播电视业的创新和进步。陈虹的探索,为我们开拓出一片新

① 孙玉胜:《十年——从改变电视语态开始》,三联出版社2004年版,第359页。

② 徐德仁、施天权:《时代的明星》,复旦大学出版社1990年版,第37页。

③ 于丹:《人际传播时代电视节目主持人的功能决策》,《主持人》2001年第9期,第568页。

④ 参见《中国广播电视学刊》1994年第5期,第7页。

⑤ 张政法:《有声语言大众传播的生命活力研究论纲》,《现代传播》2006年第3期。



的空间,展示出新的活力和新的前景。

节目主持人传播作为我国广播电视传播领域一场传播观念和传播方式的变革,自然也是新形势下社会发展诸种因素同传播相互作用的结果。主持人传播的发展是一个动态的过程,它随着社会经济发展、媒介生态变迁、受众需求变化、技术手段更新而同步变动发展。这种种变化,直接推动着主持人传播质的飞跃,推动着主持人传播这一传播新手段去提高效率,去优化品格,去更出色地完成传播任务。

陈虹的这些看法,来自她平日认真的学习和刻苦的思考。她作为全国广播电视主持人“金话筒”银奖获得者,又发表多篇学术论文的博士,2005年进入复旦大学新闻传播学博士后流动站深造。在此期间,她一边驻站研究,一边在上海电台主持节目,同时又在华东师大执教新闻传播学课程。但她不怕忙碌,不辞辛苦,抓紧时间往前赶,在规定的出站时间之前,就完成了出站研究报告。在此期间,还几次为全校博士后联谊会组织的活动担任主持人角色,深受同学们的欢迎。她的这些表现,为我们流动站其他在站研究人员树立了好的榜样。我作为流动站的站长和她的联系导师,深感欣慰。

诚然,陈虹的研究还只是探索主持人传播基本规律的第一步。节目主持人传播无论在理论层面还是在操作层面,都有许多问题需要继续讨论和深究。期待她能有更多的研究成果问世。

2006年11月30日于上海文化佳园寓所

(作者系复旦大学新闻学院教授、博导,国务院新闻传播学学科评议组召集人)

序二

白谦诚

一个多月前，本书作者陈虹给我寄来厚厚的一摞书稿，并附上一封情词恳切的信，嘱我为本书作序。不巧的是，年底前我的日程已排满，东奔西走，难以静下心来动笔。圣诞节刚过，“今日得宽余”，匆匆翻阅了一遍书稿，心灵有一种受到震撼的感觉。这种感觉已多年未曾有过，使我不由得联想起 11 年前为俞虹的《节目主持人通论》写序的情景。

当年，俞虹是杭州大学的副教授，为教学工作的需要，赶写了“通论”一书。此书我通读之后，“怀着七分喜悦、三分激动的心情”，向全国广播电视节目主持人推荐这本好书，引荐这位新人，序言的题目就叫“一本好书，一位新人”。11 年过去了，俞虹经过自身的努力奋斗，现已升任教授，拿到了博士学位，并已荣任北京大学的博士生导师，成为全国主持界的知名学者。如今，又一位“新人”捧着一本“好书”，站在我的面前。这真是：“长江后浪推前浪，一代更比一代强。”如果说俞虹是“前浪”，那么陈虹就是当之无愧的“后浪”。陈虹的《节目主持人传播》，运用传播学等多种学科的知识，对“主持人传播”所涉及的方方面面的问题，作了深入和富有创见的探讨。其实，这也不足为奇。陈虹的书产生于 21 世纪初叶，她站在前人的肩膀上，理应后来居上。我相信，陈虹的这部书将奠定她在节目主持人研究领域“后起之秀”的位置。

陈虹取得今天这样的成就不是偶然的。我认识陈虹有七八年了，记得第一次见面是 1999 年 8 月在武汉机场。那一年，是中华人民共和国成立 50 周年大庆，节目主持人委员会组织几十家城市广播电台联办“祖国颂”文艺节目。我们在武汉召开了评委会，会后，赶去厦门参加第四届“金话筒”奖广播百优主持人颁奖会和广播谈话节目研讨会。在机场候机时，巧遇湖北人民广播电台的两位女主持人，一位是谈话节目主持人宇涓，另一位是文学节目主持人陈虹。她们二位同获银奖，名列百优，此次是去厦门领奖。我与宇涓过去见过，与陈虹是第一次见面，但我听过她的参评节目，知道她是位拥有“硕士”头衔的主持人。

第二次见到陈虹，她已调到上海东方广播电台了。接下来，她积极参评“金笔



奖”论文评选,两次荣获一等奖,被节目主持人委员会聘为理事和学术委员。后来再次见面时,她已读完了博士,当了“博士后”了。每次见面,陈虹都有“新情况”,她飞速前进的步伐,令我瞠目。她在给我的约稿信中说,她现在一面在华东师范大学教书,一面在上海电台主持节目,一面在复旦大学从事博士后研究,正是这种“产学研一体化”的方式,催生了这部书稿。

我历来主张节目主持人要练笔,不但要有口才,还要有文才。经过多年的倡导,主持人舞文弄墨已蔚成风气,但撰写学术专著者,尚屈指可数。陈虹以其主持人兼学者的优势,堪称其中的佼佼者。我为主持人队伍能培养出陈虹这样的学者而感到欣慰和骄傲。

陈虹和俞虹一样,都是我在主持人研究这一学术领域的“忘年之交”,俞虹已日臻成熟,重任在肩;陈虹更年轻些,是一颗正在冉冉升起的新星。我衷心地祝愿陈虹以此书为新的起点,再接再厉,攀登更高的山峰,为构筑节目主持学的理论大厦作出新的贡献。

2006年12月26日于北京

(作者系中国电视艺术家协会主持人专业委员会常务副主任兼秘书长、原中国广播电视学会节目主持人委员会理事长、“金话筒”奖和“金笔奖”创始人)

目录

第一章 节目主持人传播的研究对象和基本问题

1

- 第一节 节目主持人传播的界定与内涵 1
 - 一、“节目主持人”的定义 1
 - 二、节目主持人传播的定义 4
 - 三、节目主持人传播的内涵 5
- 第二节 研究主持人传播的意义和方法 10
 - 一、研究主持人传播的意义 10
 - 二、研究主持人传播的方法 14

第二章 节目主持人传播历史及现状

17

- 第一节 西方主持人传播史 17
 - 一、西方节目主持人产生的背景 17
 - 二、西方节目主持人的发展脉络 19
- 第二节 中国主持人传播史 26
 - 一、中国节目主持人产生的背景 26
 - 二、中国节目主持人的发展脉络 28
- 第三节 中国节目主持人现状分析 33
 - 一、主持人多元化来源 33
 - 二、保持合理的年龄结构 36
 - 三、构建和谐平衡的性别结构 40
 - 四、建立健全合理完善的制度 46



第三章 节目主持人传播的特性

53

第一节 人格化	53
一、人格化传播的含义	53
二、人格化传播的特征	54
第二节 个性化	58
一、个性化传播的含义	58
二、个性化传播的意义	58
三、个性化传播的特征	59
四、个性化传播的误区	63
第三节 对象化	64
一、对象化传播的含义	64
二、对象化传播的特征	64
第四节 全息化	67
一、全息化传播的含义	67
二、非语言传播的手段	67
三、非语言传播的特征	72
四、非语言传播的四项原则	74
第五节 互动性	76
一、互动性传播的含义	76
二、互动性传播的特征	76

第四章 节目主持人传播的过程

80

第一节 主持人传播的构成要素	80
一、特殊传播来源	80
二、特殊传播方式	83
三、特殊传受关系	86
第二节 主持人传播的模式研究	88
一、模式研究的意义	88



二、大众传播的经典传播模式与主持人的地位	88
三、节目主持人的传播模式	91

第五章 节目主持人传播的主体 94

第一节 主持人传播者的作用空间	94
一、组织串联作用	94
二、策划设计作用	95
三、人际互动作用	96
四、随机应变作用	96
五、驾驭控制作用	97
六、协调沟通作用	98
七、采访提问作用	99
八、信息整合作用	99
第二节 节目主持人的角色定位	101
一、角色定位	102
二、角色误区	104
三、角色对策	107
第三节 节目主持人的品牌价值	110
一、品牌节目主持人的特征	110
二、品牌主持人和名牌节目的关系	112
三、品牌节目主持人的培育机制	114

第六章 主持人传播与受众 117

第一节 大众传播中受众观念的转变	117
一、西方媒介受众观念的发展	117
二、中国媒介受众观念的发展	120
三、广播电视受众特点	122
第二节 受众对主持人传播的心理期望	125



一、受众期望的内容及其实质	125
二、受众期望的形成	126
三、受众基本心理期望	127
第三节 受众对主持人形象的期望	130
一、受众认同的主持人形象	131
二、受众对主持人形象的影响	134
第四节 节目主持人对受众的移情作用	135
一、移情的内涵	136
二、移情的应用原则	136
三、移情能力的培养路径	138

第七章 节目主持人传播与媒体 142

第一节 主持人与媒体的互动关系	142
一、主持人是传媒自身的个人化形式	142
二、主持人自身的传媒化蜕变	145
第二节 主持人与栏目的互动关系	147
一、主持人与栏目之间的关系	147
二、主持人与栏目其他环节之间的关系	150
第三节 主持人与嘉宾的互动关系	152
一、嘉宾的选择	153
二、嘉宾的作用	153
三、主持人和嘉宾之间的关系	154

第八章 节目主持人传播的效果 158

第一节 主持人传播中的效果分析	158
一、传播效果的早期“魔弹论”	158
二、传播效果的“有限效果”模式阶段	159
三、传播效果的议程设置理论	160



第二节 主持人传播效果构成与评价	162
一、检验	162
二、程度	164
三、评价	165

第九章 节目主持人传播策略

173

第一节 语言传播策略	173
一、通俗	173
二、规范	177
三、文化品位	178
四、艺术个性	180
第二节 情感传播策略	182
一、寻找情感共鸣	183
二、突破受众心理防线	184
三、情感与理智结合	186
四、真诚面对受众	186
第三节 人文传播策略	188
一、关注人的命运	189
二、注重传播中“人”的色彩	190
三、展现人格魅力	191
第四节 文化传播策略	192
一、节目主持人的文化功能	193
二、节目主持人的文化价值偏向	195
三、节目主持人的文化超越	197

第十章 主持人传播的未来发展趋势

200

第一节 传媒生存环境的变化与主持人创新	200
一、传媒生存环境的变化	200



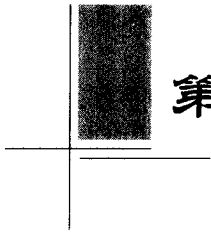
二、节目主持人创新	202
第二节 受众细分与主持人专业化发展	208
一、受众细分的现实要求	208
二、主持人专业化发展	210
第三节 社会经济转型与主持人文化品格的提升	212
一、社会经济转型的自觉选择	212
二、主持人文化品格的提升	213
第四节 传播手段更新与主持人可持续发展	217
一、传播手段的更新换代	217
二、主持人可持续发展	219

参考文献

223

生命的传奇(代后记)

229



第一章 节目主持人传播的研究对象和基本问题

任何一门学科都是对一定的自然或社会现象的研究和探索。任何一门新学科的诞生都是随着人类认识客观世界的需要而产生和发展的。主持人传播也是如此。作为一种传播方式,主持人传播的诞生与发展既与社会方方面面如政治、经济、文化等等血肉相连,又与不断发展和蜕变的传播形式和传播观念互为因果,特别是与广播电视媒介自身的发展密切相关。

那么主持人传播究竟是怎样的一门学问?它与其他传播有哪些区别?它的研究对象和要考察的基本问题是什么?本章将对这些基本问题进行逐一的分析和阐述。

第一节 节目主持人传播的界定与内涵

一、“节目主持人”的定义

作为一个外来词汇,80年代以前,“节目主持人”在我国还鲜为人知。随着广播电视媒介自身的发展,“节目主持人”已成为现代汉语中曝光率极高的常用语,然而,要给它下一个确切的定义,是不容易的。

一是因为节目主持人职业本身具有多面性、交叉性、复杂性。二是由于节目主持人理论研究的薄弱性。我国的节目主持人事业起步较晚,相关理论性著作不多。三是缺乏具有参照性的国际主流理论和相关著述。美国是电视节目主持人的诞生地,但是研究“主持人”整体理论的专著在美国却极为罕见。著名主持人杨澜曾这样描述她在美国哥伦比亚大学主修国际传媒期间遭遇的困惑,“作为常青藤名校之一的哥伦比亚大学的藏书量不可谓不丰,我却没有找到一本所谓主持人理论方面的书籍。有关主持人的著作除名人传记外,只有一本《采访的艺术》带有一点理论色彩。”^①因为

^① 杨澜:《主持无艺术》,转引自《主持人系列丛书6》,中国广播电视出版社,第256页。



在英美等西方国家,有关主持人的概念与我们业已形成的中国主持人概念有所区别。

与中国不同,西方新闻、娱乐、谈话等类型节目及主持人之间基本不存在一个共同的组织或者近似的来源,而是作为职业身份的一种高级表现形式而出现的。比如,在英语中,新闻节目主持人 anchor 一词的原意为“锚”,或为稳定或主要的支撑。后用来表示担任竞赛中的最后出场者。

“anchor”这个词作为主持人的意义,最早是由哥伦比亚广播公司的新闻部制片人唐·休伊特(Don Hewitt)于1952年提出的。唐·休伊特把电视新闻传播这种形式安排比作接力赛跑队,其中最强的队员跑最后一段赛程,也就是“新闻节目主持人”。当时正值美国共和党全国代表大会和第34届总统大选。休伊特认为,电视新闻对重大事件的报道既分散又呆板。应选择一个人将不同地点、不同角度的新闻报道组织到一起,形成一个整体。“让最有力的记者在最后把所有的报道串联在一起,高度概括起来。”^①可见,anchor这个词从一提出就已具备了明确的含义:即电视节目传播中最关键的人物,能够在传播过程中真正起到积极的主导作用,是从记者这个职业中脱颖而出的佼佼者。美国哥伦比亚广播公司的沃尔特·克朗凯特被公认为世界上第一位电视新闻节目主持人。

现在,世界各国电视节目主持人发展非常迅速,目前用于描述主持人概念的英文词汇不下十几种,包括 host, anchor, moderator, compere, presenter, journalist, analyst, newscaster, sportcaster, VJ 等。这些英文单词虽然都是指节目主持人,其称谓却各不相同。

节目主持人自诞生之日起,便依照所主持节目性质的不同而分门别类,各司其职,承担着不同的传播任务,主持着不同类型的节目。broadcaster, host 是谈话类节目主持人,anchor 是新闻节目主持人,emcee 是娱乐节目主持人,commentator 是解说员,announcer 是宣读员,weatherman 是气象节目主持人,showman 是演出主持人,moderator 是游戏竞赛类节目主持人,等等。即便有着统一分工,不同国家也有着不同称谓,如英国把游戏、竞赛、讨论和辩论节目中的主持人称为 presenter,德国则称为 moderator。

中国的主持人概念是由模糊的舶来语汇逐渐演进而来的广义概念。“主持人”一词是陈汉元和于礼厚先生先后从海外华人刊物的报道和归国华侨的介绍中了解来的。在20世纪80年代初广电改革的大氛围中,它主要是被用来表达与传统“播音员”概念的不同而提出来的,试图包含“播音员”所不能包含的内容与表现形式,

^① 赵淑萍:《新闻权威与个人魅力——美国电视新闻主持人成功之路》,华文出版社,第182页。



主要关注于播出方式如语气、语调、语态等方面的突破。

把主持人节目和节目主持人作为一门学科来建设,我国在世界上是独此一家。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争议。为了能有一个科学完整的主持人定义,甚至有过主持人研究会向社会征集主持人定义的事情^①。比较流行的有如下几种说法:

于礼厚先生 1985 年在《新闻工作手册》中对主持人下了这样一个定义:“在广播或电视中出场为听众或观众主持各种节目的人,叫节目主持人。主持人不是一个表演者,也有别于新闻通讯和文章的播报者。主持人是以他自己的身份、自己的个性直接面对听众或观众的人,主持人在节目中处于主导地位,他的职责是组织、串联一次节目的各个部分,但也直接向观众或听众传播信息。”^②这种表述不够精准、完善,但是揭示了节目主持人的角色定位和工作职责,明确了主持人和表演者以及播报者之间的区别,较早地触碰到节目主持人的本质属性。

在甘惜分主编的《新闻学大辞典》中,关于电视节目主持人一词的解释则强调了主持人的功能与作用:“电视台中以某一个人的身份在摄像机前固定主持、串联某一新闻节目的播讲者。是该新闻节目制作群体的中心人物或前台人物,在节目中处于主导地位。或是节目的主要编辑,负责整个节目的采编、制作和播讲;或主要负责编辑、播讲;或只参与采访和负责播讲,要播报新闻提要、开场白、串联词、结束语和评论等,编排播出各种电视新闻,导引现场记者或其他播音员播报新闻等。又被称为‘新闻主持人’、‘首席新闻广播员’。”^③也就是说,主持人主持节目应该充分发挥主观能动性,掌握节目、驾驭节目、主动发挥。

随着广播电视媒体自身的发展以及传播观念的演进,关于主持人的关注点逐渐转向传播特点、传播手段、传播流程等方面。俞虹在《节目主持人通论》中的观点是:“节目主持人是在广播电视中,以个体行为出现,代表着媒介群体观念,用有声语言、形态能动地操作和把握着节目进程,直接、平等地进行大众传播活动的人。”^④主持人是以传播者的身份对接收者进行面对面的传播活动,这种沟通是直接的、平等的,而不是间接的、有距离感的^⑤。

最能被大多数人接受的是《广播电视辞典》里对于主持人的解释,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

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

② 刘洁:《电视节目主持人》,武汉大学出版社 2004 年版,第 2 页。

③ 甘惜分主编:《新闻学大辞典》,河南人民出版社 1993 年版,第 240 页。

④ 俞虹:《节目主持人通论(修订版)》,中国广播电视出版社 2004 年版,第 7 页。

⑤ 同上书,第 9 页。