



主持业务

实训教程

李志强 \ 著



合肥工业大学出版社
HEFEI UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

主持业务实训教程

李志强 著



合肥工业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

主持业务实训教程/李志强著. —合肥:合肥工业大学出版社,2014.9
ISBN 978-7-5650-1953-1

I. ①主… II. ①李… III. ①主持人—教材 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 198277 号

主持业务实训教程

李志强 著

责任编辑 朱移山

出 版	合肥工业大学出版社	版 次	2014 年 9 月第 1 版
地 址	合肥市屯溪路 193 号	印 次	2014 年 12 月第 1 次印刷
邮 编	230009	开 本	710 毫米×1010 毫米 1/16
电 话	总 编 室:0551-62903038 市场营销部:0551-62903198	印 张	16.5
网 址	www. hfutpress. com. cn	字 数	314 千字
E-mail	hfutpress@163. com	印 刷	合肥星光印务有限责任公司
		发 行	全国新华书店

ISBN 978-7-5650-1953-1

定价: 35.00 元

如果有影响阅读的印装质量问题,请与出版社市场营销部联系调换。

序

李志强的新书《主持业务实训教程》即将出版,这使我感到既兴奋又惭愧。兴奋的是,因为要撰写序言,因此,可以提前畅读这本播音主持的新书;惭愧的是,我与李志强同在广播电视传媒界耕耘,他取得硕果累累,而我却在学术上建树甚微。

播音主持艺术,是一门新兴的语言艺术。这门艺术虽然借鉴了话剧、京剧、朗诵和评书等艺术的特点和规律,但却与这个瞬息万变的传媒时代有更加紧密的关系。对播音主持艺术的提炼和总结,从20世纪60年代才开始,至今不过几十年的时间。然而,在这个日新月异的时代中,播音主持艺术的飞速发展却让人感到目不暇接。究竟什么是播音,什么是主持,什么是播音员主持人的个人风格,什么又是播音主持应该遵循的艺术规律?这些问题,不仅困扰着我,也困扰着许多正在从事新闻播音、综艺主持、体育解说、文艺串场、专题栏目主持和访谈节目主持人。

今天,在传统的广播和电视之外,网络媒体和自媒体正方兴未艾。我的许多同事,已经转身投向网络,在更加丰富、自由的平台上,更加自主地发出声音、表达观点。而中央全面深化改革领导小组第四次会议,也通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》的文件,正在为全国新一轮的媒体发展和建设释放信号、指明方向。

在这样的大背景下,如何研究播音主持艺术,如何更准确地把握这门艺术的时代脉搏,成为每一个从事播音主持和播音主持教育工作的人急需研究的问题。李志强的这本新书,正是立足这样的时代背景,紧紧地扣住了艺术实践的真谛,从实际操作出发,引导播音主持的爱好者和初学者,在动手、动嘴、动脑的基础上,通过艺术实践,逐渐获得艺术理论的升华。从广播、电视到活动会议,各种不同层级的实战案例和细致分析,将新闻、服务、社教、谈话、娱乐等传播类型,将商业、婚庆、会议、晚会等不同场合的主持艺术,进行了相对系统和完整的分析和整合。

这本新书,既可以看作是播音主持的习练教材,更可以看作是一个播音主持艺术的研究样本。它的内容鲜活而生动、别致而全景式展示。无论是篇章的谋划还是案例的收集,都能够让我们感受到作者那一份与时代紧密结合的怦然心动。

尽管读过这本书后,让我感到了成书的艰辛和书稿的温度,但是,对于阅读、使用这本书的读者,我依旧有发自肺腑的赘言:播音主持仅仅是传媒大格局中的一个普通职业;再优秀的播音员、主持人,都无法靠单打独斗成为传媒的精英和骄子。在我和李志强学习的时代,“一专多能”是老师最为提倡的人才;但是,到了今天,媒体的快速发展,已经远远不再满足于“一专多能”这四个字。当今的传媒竞争,更重要的是各种高级专业化人才的高效率合作。正因为如此,今天,无论是在广播、电视还是互联网领域,对于主持人的要求变得更高、更精。它需要的不仅仅是念好稿子、正确表达,也不仅仅是能拍会写、播读准确,更重要的是,要能够和各个领域的高精尖专业人才实现无缝对接和相互激发,使得整个团队的效能最大化。

因此,在读完李志强的这本新著后,我个人感到最有价值的,恰恰是每一章所附的完整案例。这些案例,不仅十分鲜活,更为重要的是,它完整地呈现了整个传播载体的各种细节和相互作用关系。有心的人,能够从中读出的,不仅仅是播音员、主持人的用词用语,更是整个团队的思想、灵魂、创意、追求,而只有在这四个层面上高度统一,才能够成为团队认可的优秀播音员、主持人。

当然,这是一种更为高远的追求,并非每一个播音主持爱好者或初学者都能够立即领悟和体会的。但是,这也正是这本书耐读的地方和具有文献收集价值的所在。

未来的媒体会如何发展,未来的播音主持会是什么模样,这些问题,我们谁都不知道。但是,我相信,以这本书为起点,李志强一定会为传媒教育领域贡献出更多的才智,发现更多的精彩。我也真心地希望,能够有读者在这本书的启发下,对新时代的播音主持艺术产生更多的兴趣。希望能有更多的人,通过这种文献性、实践性俱佳的新书,收获到属于这个时代的艺术观念的真谛。

心情起伏,下笔无状。只愿此书能给更多的人带来启发和升华。

是为序。

中央电视台资深电视人 陈 力

甲午年处暑日 于北京汇丰园寓所

目 录

第一部分 广播主持综合实训	(001)
第一章 广播节目主持理论总体回顾	(002)
第二章 广播新闻节目主持与制作实训	(007)
第三章 广播信息服务节目与制作实训	(028)
第四章 广播谈话节目主持与制作实训	(056)
第五章 广播娱乐节目主持与制作实训	(068)
第六章 广播音乐节目主持与制作实训	(080)
第二部分 电视节目主持综合实训	(092)
第七章 电视新闻节目主持与制作实训	(093)
第八章 电视社教节目主持与制作实训	(114)
第九章 电视谈话类节目主持与制作实训	(126)
第十章 电视文艺娱乐节目主持与制作实训	(137)
第三部分 活动会议主持训练	(150)
第十一章 商业性宣传广场演出(外场)主持与组织实训	(151)
第十二章 婚礼主持与组织实训	(170)
第十三章 会议营销主持与组织实训	(193)
第十四章 文艺晚会主持与组织实训	(210)
参考文献	(256)
编 后 语	(257)

第一部分

广播主持综合实训

第一章 广播节目主持理论总体回顾

一、广播节目类型

(一) 按节目表现方式分类

1. 广播新闻节目

广播新闻节目是指用声音表达内容、供听众收听的新闻广播形式。广播新闻节目包括两大类:一类单纯用有声语言报道新闻事实,表达思想感情,多数是一般新闻体裁如消息、通讯、新闻评论等适应广播特点的产物;一类同时应用有声语言和其他音响变现内容,如录音新闻、录音通讯、现场报道和以音响为论据的广播评论等。

2. 广播谈话节目

广播谈话节目是指以谈话的方式阐述对新闻事件或社会问题看法的广播评论形式,它以一定程度的交流感为特点,写作上要求坚持平等待人、平易近人、亲切感人的说理态度,坚持顺应听众思路、针对听众疑问展开论述,坚持调动设问、比喻等表达手段启发听众联想,使说理过程带有类似于日常交谈的思想和情感交流。

3. 广播戏剧节目

广播戏剧节目是指依靠现代电声技术录制传送,以有声语言和音响效果、音乐等手段,表现内容,诉诸听众听觉的一种广播形式。典型的广播剧,在剧本方面采用戏剧文学的艺术技巧塑造人物、描绘场景、结构情节、揭示主题;在表演方面用声音塑造形象、表现环境、展示剧情,创造出以声传情的听觉形象,诱发听众的联想,从而产生闻其声如见其人、身临其境的艺术效果。

4. 广播娱乐节目

广播娱乐节目是指以娱人取乐为目的,迎合大众的趣味、借由声音形式表达的节目形式。广播娱乐节目既可以是单一内容的广播节目,如以讲笑话为主要内容;也可以是综合性的广播节目,夹杂有综艺、博彩、竞技、游戏等内容的节目。

5. 广播音乐节目

广播音乐节目是指以播放和介绍音乐为主要内容的节目形式。依据内容设置的不同,广播音乐节目主要分为欣赏性音乐节目、综合性音乐节目以及专题音

乐节目。

6. 广播对象性节目

广播对象性节目是指有明确指向的,为特定的、较为固定的受众群体开办的广播节目。从广义上说,广播电台播出的节目都有收听对象,都可以算是对象性节目;但从狭义上讲,则是依照年龄、职业、性别或特殊条件等因素而划分的节目,如儿童节目、妇女节目、老年节目等。

7. 广播广告节目

广播广告节目是指商品经营者或者服务提供者承担费用,通过一定广播媒介直接或者间接地介绍自己所销售的商品或者所提供的服务的商业广告。除此之外,还有的广告主是以非营利为目的来做广告,我们将此类广告称作非营利性广告或公益广告。

8. 广播信息服务类节目

从广义上来说,所有的节目都在传递着某种信息,因此,广播节目的播出就形成同一种信息服务;从狭义上说,广播节目是指通过传递各类信息或解决实际问题的形态来满足听众需要的节目形式。

9. 网络广播节目

网络广播有两种含义,即“网络化的广播”和“广播的网络化”。“广播的网络化”是指传统的广播节目与网络技术简单地嫁接;而“网络化的广播”则是指依据网络媒体的特质为其量身定制的广播节目。

(二)按播出性质分类

广播节目的表现方式随着社会的多元化以及文化的变迁不断演进,因此,我们在此只能罗列一般而不能述其整体。然而,广播节目类型的划分仍有一般规律可循,即根据广播节目的播出性质来看其本质和特点。依此,广播节目的类型可分为以下几类:

1. 新闻性节目

新闻性节目是指以传播新闻、报道真人真事为主要内容的节目总称,其特点为:传播客观存在的事物,以让大家知晓。

2. 教育性节目

教育性节目主要分为两大类:教学类节目和知识类节目,其特点为:传播知识或者观念,以增进听众的智慧。

3. 文艺性节目

文艺性节目主要根据艺术本身的分类情况确定节目种类,如音乐节目、戏剧节目等,其特点为给听众带来愉悦和快乐。

4. 服务性节目

服务性节目主要可以分为三类:为听众家庭生活提供固定信息的常规服务节

目,如天气预报;为个人或者经济生活服务的节目,如《证券信息》;为听众排忧解难的节目,如《汽车修理》。

5. 商业性节目

商业性节目主要分为硬性或软性广告类节目,其特点为:以商业诉求为主要节目宗旨。

一种广播节目形态可以凸显集中播出性质,比如,一些以谋求经济和社会双重利益为目的的教育类节目就必须兼顾娱乐性,以收到寓教于乐的播出效果。

(三) 按节目形态分类

1. 新闻报道

新闻报道即每天都安排在固定时间的新闻报道,又叫直述新闻或新闻节目。

2. 新闻评论

新闻评论即对新闻事件进行评论。

3. 新闻采访

新闻采访即对新闻事件的前因后果与过程进行细致的剖析。

4. 新闻专访

新闻专访即为报道新闻而将访问节目作为独立单元者。

5. 新闻座谈会

新闻座谈会即同时邀请数位专家学者或者相关人员,就某一新闻专题举行座谈会。

6. 新闻专题(新闻特写)

新闻专题属于深度报道,即有条理、深入地报道一定的新闻主题。

7. 新闻实况转播

新闻实况转播即对新闻内容进行现场实况转播。

(四) 按制作方式分类

广播节目的生产过程是立体的,不仅需要诉诸文体,更要诉诸市场以及团队合作。因此,广播节目的制作方式是极为重要的一环,而根据制作方式的不同,广播节目的类型也可以有以下的划分方式:

1. 内制内包(制作方式)

定义:由电台编制内的节目制作人员制播节目,广告业务由电台业务部承揽。

优点:电台有绝对控制权,对节目的品质亦能掌握。

缺点:机制传统,难以产生新思维与新创意。

2. 内制外包(制作方式)

定义:由电台编制内的节目制作人员制播节目,广告业务由广告公司负责承揽。

优点:电台可以既坐收广告费之利,同时又掌控节目理念。

缺点:由于节目水平不一,广告公司压力大。

3. 外制内包(制作方式)

定义:由电台委托制作公司或者个人制播节目,广告由电台的广告部承揽。

优点:节目制作内容多元化,引入外部竞争,整体制作水平有望提高。

缺点:节目风格难以确立。

4. 外制外包(制作方式)

定义:将电台的广播时段以签约的方式由制作公司买断。

优点:电台不必负担广告业务风险,坐收时段费。

缺点:经营理念难以贯彻,节目风格难以确立。

二、广播节目策划书的撰写

广播节目策划书的撰写是实施广播节目策划系统的书面形式,能够体现广播节目制作者的创意能力和综合分析能力。完备的广播节目策划书可以使节目的制播过程有条不紊甚至事半功倍。广播节目策划书的内容一般包括以下几项:

(一) 节目构想

节目的构想往往是由节目制作人的突发灵感而得来的。但灵感不是“灵光一闪”那么简单,往往要经过对事物的调研、观察、分析、整理之后才能得出理论。有人说,现在社会不再是注意力经济社会,而是创造力经济社会,因而创意本身就是一种巨大的财富。广播节目的创意过程要遵循以下原则:

- (1)符合时代潮流;
- (2)符合目标听众群的需要;
- (3)符合电台的节目需要和整体风格;
- (4)经费来源有保障;
- (5)有独创性。

(二) 节目名称

为节目取名称,需遵循以下原则:

- (1)与节目内容相符;
- (2)简洁、响亮;
- (3)易懂;
- (4)具有时代感。

(三) 节目对象

目前,广播电台越来越向专业化靠拢,目标听众群的年龄层、职业、知识背景、所在区域、生活状态等情况对节目策划尤为重要。

(四) 节目类别

节目属于哪种播出性质、哪种播出方式。

(五) 节目宗旨

节目宗旨即制作节目的目的,而目的的核心点在于为听众服务,即能给听众带来什么。

(六) 节目长度

根据节目类型所播放的时段,节目长度不等。

(七) 播出频率

播出频率即选择在哪种类型的频率播出。每个频率的节目风格和宗旨都有相异之处,因此,节目策划要与播出频率的整体架构相吻合。

(八) 播出时段

广播节目的播出要讲究内容和时段的完美结合,好的节目也应该在合适的时间段播出,才能收到较高的收听率。

(九) 预期效果

预期效果是指节目播出后,听众的反应会如何,对其他电台同类型节目是否有竞争力,产出是否能够与投入成正比。

(十) 经费预算

经费预算包括播出时段费、主持费、制作费、资料费等等。

(十一) 制作团队简介

制作团队的人员构成是衡量和预测节目制作水平的关键所在;同时,在有意购买节目的情况下,节目制作公司的实力亦是预计节目播出效果的佐证。

(十二) 主持人简介

主持人是节目的灵魂,节目的节奏和气氛都需要主持人来把握,主持人的主持风格与节目的风格息息相关。

(十三) 节目内容(单元流程)

节目内容是详细说明节目内各部分的进程时间以及程序。

1. 消息

广播消息的特点是迅速、简洁、易懂。迅速是指广播媒介要尽量发挥其反应快速的特点,追求新闻时效;简洁是指新闻稿件的写作必须简明扼要;易懂是指广播新闻的写作要利于声音的传播,“为耳朵而写”。

2. 专题

广播新闻专题是指运用语言、音响和音乐深入、具体、详尽地报道具有新闻价值的事件、人物等的新闻体裁。

第二章 广播新闻节目主持与制作实训

一、理论回顾

(一) 新闻节目主持人应具备的素质

1. 庄重而不失变化

新闻播报不同于其他类型的节目,要求主持人具备权威感和信任感,因此,主持人在播报过程中切忌任意发挥、信口开河。庄重是新闻主持人所应有的风格,然而,广播新闻节目也有不同的节目内容,如令人欢快的、引人悲伤的。因此,广播新闻的播报要善于在庄重中寻求变化。

2. 权威感

新闻事实的客观性决定了主持人必须建立起权威感。权威感来自于新闻主持人对新闻的熟悉程度和理解深度。只有当新闻主持人对新闻的背景、来龙去脉都有了透彻的了解,才会自然而然地在新闻播报中强调重点、抒发情感,从而建立起自信,建立起权威感。

3. 时间操控力

如果广播新闻需要直播,那么新闻播报人就需要严格掌握播报的时间,从开始到结束,不差毫厘。因此,播报的熟练程度、节奏、时间长度、轻重缓急等都在考虑范畴之内。

4. 灵活应变

新闻时间多变化,尤其是在直播过程中,会出现各种意想不到的状况,诸如新闻讯息中断、遗漏稿件、放错磁带等等。因此,主持人要有镇静的风范,做出恰当的反应,否则将会贻笑大方。

5. 思想性

对于广播新闻主持人来讲,无论是单纯的播报还是夹杂议论的播报,都应将自己的思想融入其中。前者的思想可以体现播报技能,后者的思想则可体现评论的技能,寥寥数语即可展示主持人对新闻的驾驭能力与表达风格。

(二) 广播新闻评论的风格

广播新闻评论是对新闻事件或者公众普遍关注的社会问题与话题发表议论、

做出分析、讲明道理的节目形式。

广播新闻评论的必要性在于与普通的广播新闻播报相比,更具有解决功能、表态功能、深化功能、引导功能与协调功能,除了新闻本身的价值,新闻评论因其诸多功能而具有更高的社会价值。

新闻评论既然是评论,就要讲道理,就要有论点、论据和论证。而论点、论据和论证用什么方式表达出来,则依托一定的风格。总的来说,广播新闻评论的风格有正统和非正统之分。

1. 正统风格

正统的广播评论要求广播新闻评论的写作及播报秉持鲜明的政策性、指导性 & 权威性,在语言风格上做到严谨、认真、端庄。

在众多广播新闻评论类型中,倾向于运用正统风格,大致有“本台评论”“编后话”等。因为以上广播新闻评论类型均为不署名新闻评论,代表着广播电台或编辑部的立场,责任重大,不可兼容个人色彩。因此,在进行评论时要按照思想、政治、伦理的角度严谨地阐明对事物的看法,强调说理,议论由理而生,体现客观、公正的风范。

2. 非正统风格

所谓广播新闻评论的非正统之说,并非指可以完全张扬个性色彩,大发离经叛道的议论,而是在一定新闻评论类型的包容下,用多样化的表达方式就新闻时间发表客观、公正的评论。

此种新闻评论类型可以是署名的新闻述评、谈话类新闻评论、舆论监督节目等。

非正统的表现形式主要有以下几种:

(1)娱乐性 在说明新闻基本事实的基础上,强调新闻的情节性、趣味性,以求增强新闻本身的吸引力。新闻评论一方面生发议论,一方面则解析新闻事件,起到“戏剧旁白”的作用。这便将广播新闻评论节目故事化的做法,目的是让“硬性新闻软着陆”。广播节目竭力从严肃的政治、经济新闻中挖掘出娱乐价值,让评论不再秉承政策性、指导性以及权威性而是倾向于娱乐性。

(2)平民性 选取社会新闻、人物事件等作为新闻评论的对象,强调新闻内容的贴近性,用听众喜欢的平民风格播报新闻评论,比如“新闻”;亦可借用老百姓的思维解析新闻事件,言辞具有地域特色或者人物风格,非说教而是寓教于乐。

(3)艺术性 在进行新闻评论的过程中,可以运用广播所具有的艺术手段,如音乐、音响等艺术效果烘托新闻事件以及新闻评论,目的是让新闻事实因音乐、音响的烘托而更具有听觉冲击力,从而使听众伴随着艺术效果受到情绪上的感染。

然而。非正统风格的广播新闻评论虽然日益成为“时尚”,但从业人员仍要

避免为了娱乐大众而导致新闻评论丧失客观性,违背事实,或者形式大于内容,失去新闻的价值。

二、训练项目内容及要求

1. 项目一:新闻(专题)评论节目主持。

项目时长:每次 10 分钟。

项目要求:

(1)以故事加评论的方式进行栏目和节目策划,撰写文案和台本并录制。

(2)故事编辑符合试听习惯,情节清晰,层次清楚,主题明确,评论有一定的深度和广度。

(3)节目制作中报头符合节目特色,节目的有声语言与广播的其他元素能够有效结合。

项目结项方式:栏目策划案、一期节目策划及台本、10 分钟节目音频、600 字项目自评总结。

2. 项目二:新闻(消息)节目主持。

项目时长:每次 10 分钟。

项目要求:

(1)以新闻消息讲述加评述为主进行栏目和节目策划,撰写文案和台本并录制。

(2)评述表达要富于个性化,节目风格和形式要有特色和创新。

(3)新闻消息编排顺序合理,串联得当。

(4)节目制作中报头符合节目特色,节目的有声语言与广播其他的元素能够有效结合。

项目结项方式:栏目策划案、一期节目策划及台本、10 分钟节目音频、600 字项目自评总结。

三、项目实训案例参考

【案例 1】

广播节目策划

策划人:安广院 11 级小课组

1. 节目名称

名称为《媒体纵览》。

2. 节目类型

属于新闻评论类广播节目。

3. 节目长度:

每次 10 分钟。

4. 节目定位

《媒体纵览》是一档新闻评论类广播节目,时长 10 分钟,以说新闻为主,旨在面向受众生活的方方面面,向受众传播发生在大家身边的大事小事,并且借用节目主持人代表媒体进行评论,从而将新闻事件进行更深层次的剖析,让受众对时下新闻热点话题了解得更加透彻和全面。

5. 节目特色

(1)从时长上来说容易让人消化和接受,没有烦琐的新闻内容和冗长的新闻评论,《媒体纵览》的节目内容要求的是“简而精”,希望听众能够在最短的时间内了解并且明白我们所评述的新闻观点,效率提高就不难达到最佳的传播效果,提高收听率。

(2)从内容上来说,《媒体纵览》的新闻内容会严格地进行制作,会选用网络和报纸中最新鲜和热门的资讯,贴近百姓的生活,但不会选用过于严肃的重大新闻事件,而是选用听众喜闻乐见的话题,从而让受众容易跟随主持人融入评论中,并且对新闻产生兴趣。

(3)从节目形式上来说,我们的新闻会以说新闻的方式呈献给听众朋友们,并且在稿件编排上,即使是严肃的新闻,也是以最大程度的口语化播出,这样不但可以扩大受众面,还很容易让受众接受;在新闻评论上会尽量挖掘受众在新闻中看不到的一面,从而加深节目的深度;另外我们会加设与听众朋友的互动环节,让听众自己发表对新闻的看法和对节目的建议,让听众参与其中,以增强节目的互动性。

6. 栏目时段分析

周一至周五下午五点半,在人们结束一天的工作和学习之后,可以打开广播收听我们的《媒体纵览》,总结一天的热点话题与听众交流互动,让忙碌了一天的人们不用太仔细听我们在说什么,就可以准确理解我们想要传递的信息,从而参与其中。

7. 预期效果

希望《媒体纵览》可以成为人们茶余饭后了解最热门新闻的主要渠道,并且希望通过我们的节目让大家看清新闻事实,向受众传递更多的正能量。

8. 主持人的选择和条件

- (1)具有新闻媒体人工作经历(最好是新闻类主播);
- (2)具有极高的新闻敏感度和对新闻的评论能力;
- (3)主持人要有鲜明的个性魅力,通过新闻评论吸引受众;
- (4)字正腔圆,口语表达能力强。

【栏日期策划】

评析新闻,讲述观点,欢迎收听《媒体纵览》。

选题:央视“你幸福吗?”调查引人深思。

选题意义:探究人们心底对于“幸福”的定义到底是什么。随着时代的进步和社会的发展,人们越发觉得很难有“幸福的感觉”,越来越不知道真正的幸福是什么感觉,还有“我姓曾”的回答一出,引起人们热议的同时,也引发人们深思,是否人们心中的幸福感越来越弱,还是这个社会越来越物质化,越来越功利化,渐渐消减了人们心中的幸福感?值得我们思考。

文本内容:

评析新闻,讲述观点,欢迎收听《媒体纵览》

近来,央视“你幸福吗”的调查在中秋、国庆双节这一重要的时间节点与观众见面,受访者千奇百怪的回答,持续成为网络传播的热点。面对这一调查,一些人本能地质疑媒体的初衷,认为相关记者编辑缺少了某一根弦儿。但在我看来,如此重大的话题,从事这一调查的媒体记者,包括后续的编辑等环节,怎么可能会缺乏思考?从调查话题的选择,到得到受访者离奇的回应,再到把如此离奇的调查播放出来,难道不需要揣度和考量?这一调查播放出来可能要遭遇的质疑与非议,或许早在人家的预料之中。而敢于面对质疑,敢于把受访者这些离奇的答案播放出来与公众见面,接受公众的议论,引发更多的思考,不能不说这中间存在着良苦用心,存在着媒体人的一种理想和担当。

再看受访者的回应吧。至于共有多少人接受了调查,这种离奇的回应到底有多少,我们无从得知,但从那些所谓的“神回应”当中,不难读出受访者面对“幸福”字眼“王顾左右而言他”的本意。其背后,或许存在着对自己幸福感的种种不太如人意的尴尬,以及不愿将其明言出来的狡黠。希望有更尊严的工作,有更加幸福的生活,这是我们所有人的共同追求。但现实并非坦途,理想之光并不总能顺利地照进现实。这是我们所有人都无法左右的过程,也是我们很多时候必须始终努力向前的动力所在。其实小到一个人,大至一个国家、社会,理想与现实的差距正是奋进的动力源泉。试看西方一些国家,在经过多年的发展之后,国民的生活更为富足,国家发展进入高福利阶段。人们在享受到美好生活的同时,随之而来的是国家发展进入趋缓期,尽管这中间的原因可能更为复杂,但社会发展的动力减弱或许是一个绕不开的问题。

男:近日,2013年国家公务员考试具体职位表公布。在职位表的描述上,“常年出差”“需常赴抢险救灾现场”“能够坚持节假日加班”“需要晚上值班”“不提供宿舍”“条件艰苦”等字眼尤为惹人注目。有考生抱怨:“这哪里是所谓的金饭碗?简直是史上最苦金饭碗啊!”