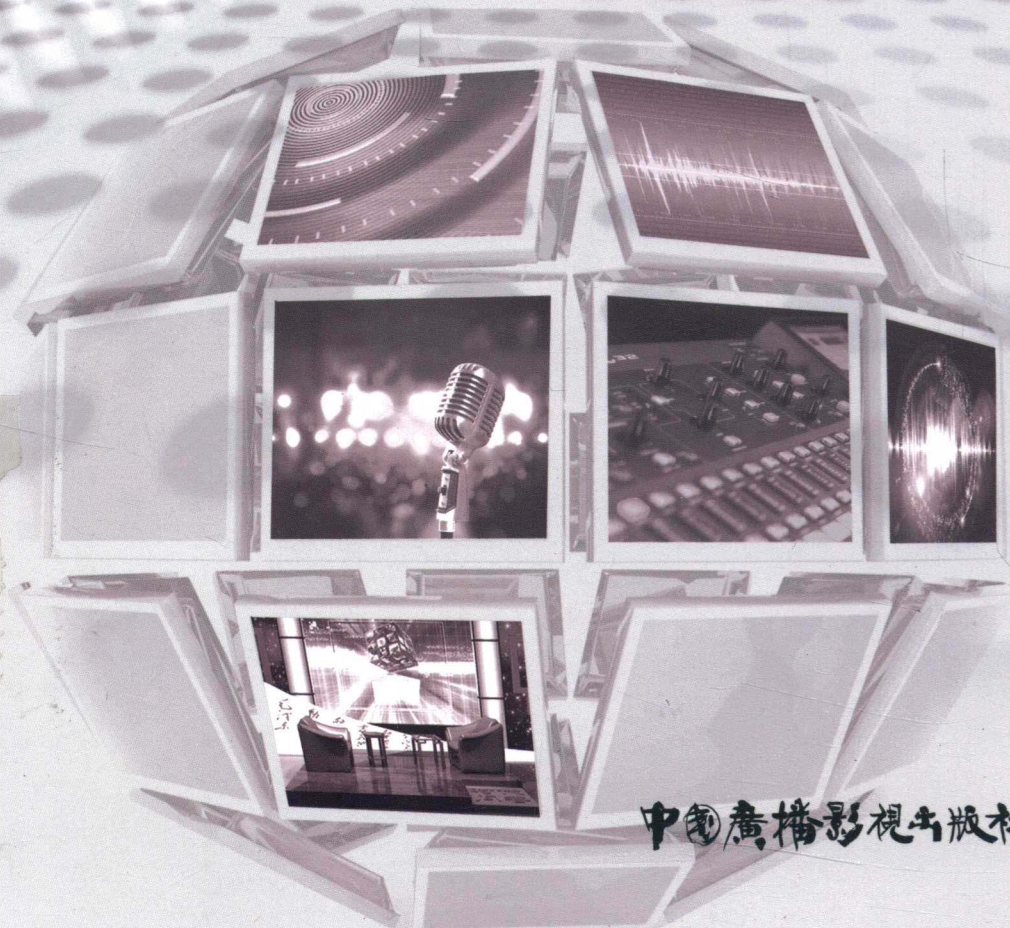


新媒体·新传播书系

*An Analysis of the Communicative
Competence of TV Talk Show Hosts*

电视访谈节目**主持人** 传播能力解析

熊征宇◎著



中国广播影视出版社



电视访谈节目主持人 传播能力解析

熊征宇◎著

G 222.2
327

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

电视访谈节目主持人传播能力解析 / 熊征宇著. —
北京: 中国广播影视出版社, 2015. 4
(新媒体·新传播书系)
ISBN 978-7-5043-7392-2

I. ①电… II. ①熊… III. ①电视节目—节目主持人—谈话法—研究 IV. ①G222. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 055289 号



出版发行 中国广播影视出版社
电 话 010-86093580 010-86093583
社 址 北京市西城区真武庙二条9号
邮 编 100045
网 址 www.crtip.com.cn
电子信箱 crt8@sina.com

经 销 全国各地新华书店
印 刷 高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

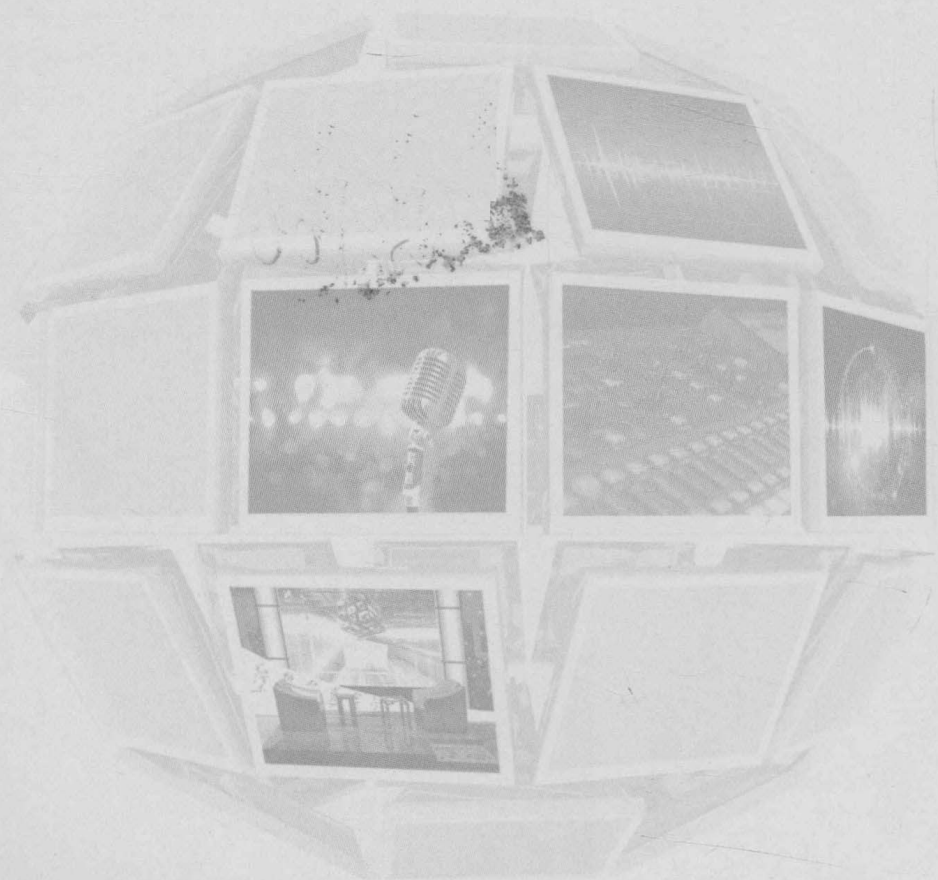
开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16
字 数 190(千)字
印 张 12.5
版 次 2015 年 4 月第 1 版 2015 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5043-7392-2
定 价 29.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

*An Analysis of the Communicative
Competence of TV Talk Show Hosts*

新媒体·新传播书系



自序

著名作家龙应台对“繁荣”的图书市场的一段描写让我记忆犹新：“书店明亮华丽，纸张昂贵、设计精致的书映眼满坑满谷，有点排山倒海的架势。新书上市不到一星期，已经被下一波更新的书淹上来，覆没，不见了，”进而作家开始自疑：“我写书，在这20世纪末的时空里，究竟有什么意义？”^①于是，在我整理这本书稿时也不禁发出这样的疑问：在铺天盖地的播音主持艺术方面的书中，我的这本书的坐标在哪里？它的价值是什么？是不是也很快会被湮没？这些不安促使我对这本书的缘起进行了梳理。

1980年7月12日，中央电视台开播《观察与思考》栏目，播音员出身的庞啸作为节目组被批准出镜的五名记者之一，首先被冠以“主持人”称谓。^②由此，电视节目主持事业经历了“初创阶段”（1980—1990）、“突破性的黄金十年”（1990—2000），直到今天的“继续发展并蕴含新机遇阶段”。跟随着电视节目主持人事业的蓬勃发展，主持人研究形成了“从节目主持本体出发”，“从电视节目制作、新闻传播出发”，“从艺术学角度出发”^③三个主要的研究路径，基于这三个研究路径，主持人队伍的培养也形成了三个对应的各具特色的培养方向。随着文化产业和新媒体技术的发展，播音主持专业的市场需求在不断地增加，近年随着播音主持专业的发展，中国播音主持院校如雨后春笋，发展到四百多所。^④报

① 龙应台：《看世纪末向你走来》序，上海文艺出版社1996年1月版。

② 陈虹：《节目主持人传播》，复旦大学出版社2007年版，第29页。

③ 於春：《中国电视节目主持三十年发展史略》，《现代传播》2010年8月，第62—64页。

④ 李梅：《对播音主持专业教育现状的思考》，《新闻世界》2013年8月，第72页。

考人数众多是刺激高校开办播音专业的动力,但是市场需求与培养人才质量之间形成了巨大的反差,播音主持专业出现人才既过剩又紧缺的现象,一方面是播音主持专业就业率低,2014年10月,在教育部门公布的近两年来就业率较低的全国15个本科专业当中,播音主持专业名列其中;^①另一方面是电视主持人岗位求贤若渴,不少非科班出身的主持人深受青睐,而科班出身的毕业生却不被看好。

2 在人际传播中,个体进行传播时口脑互相配合运转,即大脑进行思考,喉舌负责发音。而在大众传媒——我国的广播电视中,正常的思考发声的语言链条由于专业的精细分工而变成编辑记者思考写作,播音员一字不差地按照稿件说话,替写作文稿的编辑记者说各种不同风格的话。这种分离在提高传播质量的同时,也有不利于传播的负面影响。长久以来,这种编辑记者写稿,播音员播稿的工作方式一直是广播电视节目制作的主要形式。但是从20世纪90年代至今,国内广播电视的节目形式、节目内容和制作方式发生了很大的变化,特别在新媒体层出不穷、媒体融合日趋紧密、本土化与国际化并举的今天,这些变化极大地影响着主持人的工作方式,导致主持人口脑分离的状况发生变化:主持人越来越多地参与到节目制作过程中,他们正从“新闻单位中的职业语言工作者,转变为以口头语言为表达工具的新闻工作者”。^②主持人可以在许多节目中脱离稿件,表达自己的看法。主持工作从单纯的喉舌功能向思考表达、口脑合一的方向发展,节目主持人有了可以部分或完全脱离稿件播讲的权力,可以主动参与到节目内容的选择、组织过程中,而不是被动地播稿。特别是电视访谈节目主持人的播讲方式更多采用与实际对象的双向交流,而不是像过去那样面对镜头和话筒,利用想象受众的心理技巧进行意念的交流。这种制作方式的变化,还原了广播电视口语传播的原本状态,使主持更接近人际传播的日常交谈,主持人在与主持现场内外的观众,在与嘉宾乃至在与电视合作团队的交往中都需要传播能力,主持人的传播能力涵盖了更广泛的传播关系,涉及了电视访谈节目主持人主观

① 《15个就业难专业出炉》,http://edu.gmw.cn/newspaper/2014-10/16/content_101471543.htm.

② 陈京生:《从职业能力需求看播音与主持艺术专业的学科定位》,《现代传播》2007年6月,第110页。

动机、认知能力、具体行为的整体呈现过程,直接影响工作效率和传播效果,是电视访谈节目主持人职业的核心竞争力。不可否认的是,主持人研究和教学工作由于历史短、语境复杂,传播能力的研究在深度、广度以及人才培养方面还有很大的上升空间。目前,我们在学校培养方面还缺乏行之有效的、系统规范的方法,多靠学生的自我积累,难以提供给学生触类旁通的提升路径。以电视访谈节目主持人的传播能力为切入点,以点带面,深入探讨主持人职业的核心竞争力是我这本书的主旨。

怎样和人沟通不只是说话这么简单,也不仅是发音器官的事,会和人沟通的人往往善解人意,但又不是一味地委曲求全,他能用恰切的语言把自己的关切、理解、疑问甚至不满表达出来,让对方心悦诚服地接受。电视访谈节目主持人的传播能力又不仅仅是生活中的人际沟通能力,它是大众传播平台要求的一种职业素养,身处更复杂的语境,面对更多的变量,有更高的要求。

进入 21 世纪,传播技术日益进步,媒体类型日趋多样,新媒体的发展日新月异,它们与传统媒体一起共同构成了新的传媒生态,也使电视节目主持的发展面临更多的机遇和挑战。不管外界的媒体环境、社会环境如何变化,电视访谈主持人拥有强大的传播能力就一定能背靠传统媒体,在享有信息生产上强大的专业优势的同时,又获益于新媒体在传播渠道上的突出优势,通过“主持人”这个特殊的载体,扬长避短,盘活资源,实现传播效果最大化,应对新媒体对电视等传统媒体的冲击,获得共赢发展。

二、电视访谈节目主持人传播能力研究 / 25

第四节 本书研究安排 / 30

一、研究内容及章节 / 30

二、主要观点及创新之处 / 30

三、研究方法 / 30

四、材料收集 / 31

五、研究局限 / 32

第二章 电视访谈节目主持人传播能力的内函和外延 / 34

第一节 主持人传播能力发生的语境 / 35

目录 CONTENTS

第一章 绪 论 / 1

第一节 名实之争——电视访谈节目定义辨析 / 4

一、宽窄之分 / 4

二、名称差异 / 5

第二节 电视访谈节目研究现状 / 9

一、宏观领域 / 10

二、中观领域 / 13

三、微观领域 / 14

第三节 传播能力研究综述 / 23

一、传播能力的国内外研究现状 / 23

二、电视访谈节目主持人传播能力的研究 / 25

第四节 本书研究安排 / 30

一、研究内容及章节 / 30

二、主要观点及创新之处 / 30

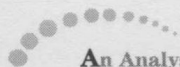
三、研究方法 / 30

四、材料收集 / 31

五、研究局限 / 32

第二章 电视访谈节目主持人传播能力的内涵和外延 / 34

第一节 主持人传播能力发生的语境 / 35



一、宏观语境——电视访谈节目的社会背景 / 35

二、微观语境——电视访谈节目的传播模式 / 40

第二节 传播能力与传播关系 / 46

一、主持人和电视观众的依存关系 / 47

二、主持人和嘉宾、观众的同盟关系 / 48

第三节 传播能力的定义 / 50

一、媒体立场的展现 / 50

二、团队意识的执行 / 50

三、人格化的表达方式 / 51

第四节 与传播能力相关的要素辨析 / 52

一、必备素质与传播能力 / 52

二、主持技巧与传播能力 / 53

三、语言功力与传播能力 / 54

四、表达能力与传播能力 / 56

第三章 电视访谈节目主持人传播能力的构成 / 57

第一节 传播能力的历时构成 / 59

一、准前台的传播能力决定节目成败 / 59

二、传播能力以宽广的后台积累为依托 / 60

三、前台对主持人传播能力欠缺的屏蔽作用 / 61

第二节 传播能力的共时构成 / 63

一、认知能力 / 63

二、执行能力 / 80

第三节 共时构成与历时构成纵横谈 / 96

一、各种能力的阶段性选择 / 96

二、听知能力的桥梁作用 / 97

三、认知过程和执行过程之间的双向互动性 / 99

四、各种能力在前台阶段的闲置 / 99

第四章 影响电视访谈节目主持人传播能力的因素 / 100

第一节 内因的影响 / 101

一、传播动机的驱动作用 / 101

二、人文素养的核心作用 / 103

三、移情能力的基础作用 / 107

四、所主持领域的背景知识的重要作用 / 109

五、鲜明个性的特殊作用 / 111

六、语言与非语言——实现手段 / 113

第二节 外因的影响 / 126

一、宏观环境 / 126

二、微观环境 / 129

第五章 电视访谈节目主持人传播能力评估 / 136

第一节 评估指标体系的确立 / 139

一、评估的主体 / 139

二、评估的内容 / 141

三、评估的方式 / 144

四、评价的影响因素 / 144

第二节 传播能力的层级结构 / 150

一、信息共享 / 151

二、认知共识 / 152

三、愉悦共鸣 / 156

第三节 传播能力的改善 / 158

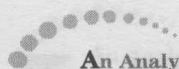
一、传播能力的不良现象 / 158

二、传播能力的提升 / 163

第六章 结 论 / 178

第一节 研究结论 / 178

一、定义 / 179



二、电视访谈节目主持人传播能力的构成 / 179

三、影响电视访谈节目主持人传播能力的因素 / 181

四、传播能力的评估 / 182

第二节 研究的局限性 / 183

第三节 研究展望 / 183

参考文献 / 185

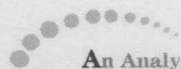
后 记 / 190

第一章

绪 论

对话与独白不仅是人类表达自我的两种基本方式，也是贯穿社会科学领域的两种不同但相互补充的研究理念。从 20 世纪开始，西方哲学发生了重大的变革，一方面，从主体理性哲学转向存在主义哲学；另一方面，从认识论哲学转向语言哲学，继而导致了后现代主义哲学思想的流行。从关注独白到关注对话的这种转变，引起了各科学领域研究新的变化，而这些重大的转向是依托于看待世界的方法的变革而进行的。

从媒介演进过程和传播形态发展的角度看，电视作为一种成熟的大众传播媒体，它的发展与改革也顺应着社会文化思想领域的转折。在电视媒体早期，“权威”而“严肃”的独白式表达占据主导地位，常以“官话”“套话”为主要表现形式，相当程度上充当着纸质媒体的视听版，以至于传递的信息的魅力大大降低。但人们面对面言说和关注个体生命状态的渴望，消解着大众传媒对社会化整体意识所做出的构建，推动着电视传播方式的拓展。在此背景下，模拟人际传播方式的大众传播应运而生，电视访谈节目的出现就是这一变革的最有



力的代表作。

电视谈话节目最先诞生在美国,1948年,美国无线电公司和NBC的大卫·萨尔诺夫首先推出了第一批电视谈话节目,具有代表性的就是由艾德·萨利文主持的《小城大腕》(即后来的《艾德·萨利文节目》),这个谈话与杂耍结合的节目为今天谈话类节目样式开创了先河。到了20世纪60年代,美国出现了大量的娱乐类脱口秀节目,这些节目经常由明星担纲主持,主要在夜间或清晨播出;80年代,美国的谈话类节目主要以名人类谈话节目为主,而且多以18~49岁的观众,特别是女性观众为主要对象;80—90年代的脱口秀变得更有对抗性、更尖锐,节奏更快,充满了流言蜚语和丑闻,以及令人震惊的自我招供。^①电视访谈节目在国内电视上出现大约是80年代,到90年代就已经成为十分活跃和普遍的一种节目样态。我国第一个电视专访节目是1980年4月在中央电视台《交流》栏目中播出的《轻工业部部长梁灵光答电视观众问》。^②电视谈话节目起步较晚,1993年上海东方电视台开播的《东方直播室》是国内最早的谈话节目,真正在观众中引起反响的电视访谈节目是中央电视台《东方时空》节目1993年推出的人物专访栏目《东方之子》和1996年推出的谈话节目《实话实说》。从此以后,各电视台、各频道争相效仿,电视访谈节目呈现出一派繁荣景象,“你方聊罢我登台”。CSM媒介研究的相关统计数据显示,仅在2009年1月1日至4月10日的一百天内,在全国153个城市市场上,在电视收视比较集中的晚间18~24时段,就有190个谈话类节目在全国数百个频道进行了5400余小时的播出,与新闻、电视剧和综艺等多种类型的节目逐鹿市场,竞争力不可小觑。^③

电视访谈节目使具有同等价值的、各自独立而又不相融合的声音和意识之间进行相互作用,虽然起步较晚但影响巨大,其意义不仅是节目层面的,还对社会文化、思想精神等诸多领域产生了影响。访谈节目开创了大众传播中拟双向交流的模式,是对话与传媒特质相结合的产物,因而极具渗透性和影响力。

① [美] 吉妮·格拉汉姆·斯克特:《脱口秀——广播电视谈话节目的威力与影响》,苗棣译,新华出版社1999年版。

② 赵雪:《电视访谈节目语境研究》,中国戏剧出版社2006年版。

③ 左瀚颖:《我国电视谈话节目现状分析》,《新视听》2009年6月,第50—53页。

电视访谈节目通过表达样态的拓展,进行着从关注主体性到关注存在性的变革,其核心是回归生活性和现实性,正如哈贝马斯所说:

不管怎样,大众传媒充当了个人疾苦和困难的倾诉、生活忠告的权威人士:它们提供了充分的认同机会——在公共鼓励和服务的基础上,私人领域获得了再生。原先内心领域与文学公共领域之间的关系颠倒了过来:与公共领域相关的内心现象逐渐让位于一种以内心领域相关的客观化现象。在某种程度上,私人生活的问题被吸收到公共领域当中,在新闻机构的监督下,这一问题即便没有得到彻底的解决,也至少被公开化了。另一方面,正是通过这样一种公开化的过程,由大众传媒建立起来的领域获得了次内心领域的特征,而私人意识也得以提升。^①

当然我们也应该看到,近些年电视访谈节目进入了瓶颈期。与数量上的红火局面形成鲜明对比的是,电视访谈节目的质量还有很大的提升空间,如何保持持续的吸引力是该类节目面临的重大挑战。曾经是国内访谈节目代表的《实话实说》几经辗转,并于2009年9月29日正式退出荧幕,是令人关注的警示性事件,由此引发了业界对国内电视访谈节目大规模深层次的反思。在电视访谈节目式微的同时,中国网络技术的迅猛发展,数字化与网络化催生了网络电视,大量的网络平台也开始陆续制作各种类型的网络节目,网络访谈节目异军突起,对电视访谈节目形成巨大挑战。反思网络访谈节目给电视访谈节目带来的冲击,探讨如何汲取网络访谈节目的优势,提升电视访谈节目的质量,扩大其影响力,成为学界和业界重点探讨的议题。电视访谈节目主持人作为电视访谈节目的灵魂人物,是节目成败的关键,本书拟对“电视访谈节目主持人的传播能力”进行研究,研究对象主要是从事电视专访和电视谈话节目的主持人,主要以中国内地的电视访谈节目主持人为主,需要时也会涉及网络访谈节目主持人。

^① [德] 于尔根·哈贝马斯:《公共领域的结构转型》,曹卫东译,学林出版社1999年版,第198页。

第一节 名实之争——电视访谈节目定义辨析

电视节目的分类一般采取两种方式：一种是以节目的内容进行分类，如新闻、娱乐、体育节目等；另一种是以节目形态进行分类，分为消息、专题、访谈、晚会和竞赛节目等。电视访谈节目显然是属于后一种分类类型的。与电视访谈节目音义相近的类似提法还有电视谈话节目、脱口秀等，关于它们之间的关系、异同以及所指节目的细致差异，业界专家们也是各抒己见。在此，我们首先对本书中电视访谈节目的样态进行比较明确的界定。

一、宽窄之分

总体来说，电视访谈节目的界定存在广义和狭义之分，两种定义的根源在于对“交谈”外延的不同认定。

徐舫州的《类型学》将电视节目划分为电视新闻资讯节目、电视谈话节目、电视文艺节目、电视娱乐节目和电视纪录片等八大类，这本书的宗旨就是要最大化地涵盖现实中的各种节目样态，使它们都有一个明确的定位。^①他对电视谈话节目给出了一个宽泛的定义：“电视谈话节目是以电视媒介为传播手段，通过话语形式，以语言符号和非语言符号双渠道来传递信息，整合大众传播与人际传播，营造屏幕内外面对面人际传播的信息‘场’的一种电视节目类型。”^②显然在此定义中，电视谈话并不局限于两人或多人在电视上交谈，主持人一人以交谈的语气和电视观众也可以形成交谈关系，像一些单口秀节目，比如《世纪大讲堂》《李敖有话说》《说吧》等也被归入了电视谈话节目中。这个定义的核心在于主持人以什么样的语言样态和观众交流。

这种宽泛的定义方法的优点在于可以给一些难以归类的节目，如“平民

^① 徐舫州：《电视节目类型学》，浙江大学出版社2006年版。

^② 同上，第57页。

自拍对着镜头自我言说的节目”、“单口秀”、“单簧戏”甚至“根本不用主持人的节目”等，都找到类别归属，但也失于笼统，全面的同时显得不够严谨。

首先，该定义忽略了大众传媒的特性，对大众传播中的拟态人际交流和现实生活中的人际交流的差异没有明确区分。“大众传播的特点是点对面的传播，这是一种以单向为主的职业化的社会性传播，虽然存在反馈，但是偶然的、辅助性的。”^① 电视节目中的主持人和电视外的观众建立起来的信息场显然和我们生活中的人际交流信息场是不同的，现实生活中人际交流的对象可以看到对方的反馈，及时调节内容、语气，而大众传播的交流对象是一个群体，形象模糊，根本无法及时反馈，这种交流和真正的人际交流不同，屏幕内外构建的“人际交流的信息场”只能是虚拟的。像《李敖有话说》的主持人即使是在“说”，但还是“自说自话”，无法听到观众的意见，看到观众的表情，这不是真正的人际交流。如果按此定义，《天气预报》也可以划归谈话节目，因为主持人的说话方式是谈话式的，而不是播报式的。

其次，这种定义不具有排他性，书中有不少自相矛盾的地方，出现了一个节目有多个归属的情况。比如像《非常男女》《绝对挑战》等节目既是谈话节目，又是真人秀节目（娱乐节目）。虽然在现实生活中，电视节目的类型不是非此即彼的，各种节目类型之间往往有交叉和融合，有些节目是多种节目样态的整合，但是界定时还应以一种类型为主。

狭义定义将交流限定在两人或多人之间，并且认为访谈节目是“将这种交流本身直接作为节目的内容和形式的节目形态”。^② 显然，狭义定义更符合访谈节目的样态特点，也更符合大多数学者对电视访谈节目的认识。

二、名称差异

明确了这种节目形态的“实”，我们再来考察它的名称。

一种是以叶子、吴郁为代表的观点，他们认为：电视访谈节目包括电视专

^① 陈力丹：《传播学是什么》，北京大学出版社2007年版，第155页。

^② 朱羽君、殷乐：《大众话语空间：电视谈话节目——电视节目形态研究之二》，《现代传播》2001年2月，第120页。

访和电视谈话节目两种类型。这种界定最早出自叶子对新闻访谈节目的分类，她指出了电视专访和电视谈话的区别在于：电视专访就是电视访问；电视谈话节目又叫论谈节目，是在主持人主持下，邀请嘉宾和观众，就群众普遍关注的问题以平等对话的方式进行交流，充分表达各种意见、观点和见解。^① 后来吴郁对其观点进行了扩展，她认为访谈节目是广播电视节目中专访节目形态和谈话节目形态的统称，“以两人或多人沟通交流的谈话方式为主，实现信息共享、观点共识、情感共鸣的广播电视节目形态”。专访是“主持人与特定的采访对象就一定的主题在特定场景进行谈话的一种节目形态”。而谈话节目指“由主持人邀集嘉宾及受众，围绕公众普遍关注的重要问题，在轻松和谐、平等民主的氛围中展开讨论的群言式言论节目”。^② 两位学者都强调了主持人在节目中的中心、主导地位。

6 另一种观点认为，电视谈话节目是上位概念，下面包括访谈节目和脱口秀节目，以朱羽君为代表。她定义为：“电视谈话节目是将人际间的谈话交流引入屏幕，并将这种交流本身直接作为节目的内容和形式的节目形态。”“所谓访谈节目是指由记者或主持人对一位或几位被采访者的访谈构成节目主题内容的节目类型。”^③ “脱口秀节目是指特邀嘉宾和现场观众在演播现场，就某一主题在主持人的引导下，阐述和讨论观点的节目类型。”^④ 显然这里朱羽君的谈话节目相当于吴郁的访谈节目，而访谈节目相当于吴郁的专访节目，脱口秀相当于吴郁的谈话节目。类似的观点还有，石长顺认为，电视谈话节目是“把人们私下的谈话搬到电视这个大众媒介上，借助人际传播来实现大众传播的一种传播形式，它是一种一般由主持人、嘉宾和（或）现场观众就一个主题进行讨论或辩论的电视节目形式”。^⑤ 王群和曹可凡说“凡是围绕一个话题，以谈话作为节目主题内容和形式的都应该属于谈话节目”。^⑥ 只是他们没有明确区

① 叶子：《电视新闻学》，北京广播学院出版社2004年版。

② 吴郁：《提问：主持人必备之功》，中国广播电视出版社2008年版，第1页。

③ 朱羽君、雷蔚真：《电视采访学》，人民出版社1999年版，第256—267页。

④ 同上，第263—264页。

⑤ 石长顺：《电视栏目解析》，武汉大学出版社2008年版，第237页。

⑥ 王群、曹可凡：《谈话节目主持艺术》，上海社会科学研究出版社2002年版，第4页。