

广播电视新闻系列教材

# 主持人 节目学 教程

修订本

陆锡初 著

ZHUCHIRENJIEJIMUXUEJIAOCHENGZHUCHIRENJIEJIMUXUEJIAOCHENGZHUCHIRENJIEJIMU

中国广播电视出版社

广播电视新闻系列教材

# 主持人节目学教程

(修订本)

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 (修订本)

|       |                                 |
|-------|---------------------------------|
| 作 者:  | 陆锡初                             |
| 责任编辑: | 李晓霖                             |
| 装帧设计: | 郭运娟                             |
| 责任校对: | 张莲芳                             |
| 监 印:  | 张 杰                             |
| 出版发行: | 中国广播电视出版社                       |
| 电 话:  | 66093580 66093583               |
| 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:  | 河北省涿州市海洋印刷厂                     |
| 开 本:  | 850 × 1168 毫米 1/32              |
| 字 数:  | 220 (千) 字                       |
| 印 张:  | 10                              |
| 版 次:  | 2001 年 1 月修订版 2001 年 1 月第 1 次印刷 |
| 书 号:  | ISBN 7-5043-2776-X/G·1036       |
| 定 价:  | 19.00 元                         |

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

## 出版说明

为了适应我国广播电视新闻宣传事业的发展需要，促进从业人员职业素质不断提高，我社于 1995 年出版了这套“广播电视新闻系列教材”，首批共十种：《中国新闻事业史教程》、《中国现代广播简史》、《新闻理论教程》、《现代新闻采访学教程》、《广播新闻编辑教程》、《新闻评论写作教程》、《新闻专稿教程》、《消息写作教程》、《主持人节目学教程》、《音响报道教程》。这套教材出版后，以它的系统性、理论性和实践性强而受到广大读者，尤其是大专院校相关专业师生的欢迎，每种书都曾重印。为了使这套教材不断完善，面向 21 世纪，更好地满足读者的需求，此次重印，我社特邀请作者对原书作了程度不同的修订，或增补新内容，或替换掉一些旧资料，或改正一些不合时宜的内容，对整套书的体例也进一步加以规范，力求提高质量。

在这里，我们要衷心感谢作者的倾力支持，也衷心感谢读者的关心。欢迎读者指正。

中国广播电视出版社

2000 年 12 月

## 目 录

|                                         |      |
|-----------------------------------------|------|
| 第一章 主持人节目概论 .....                       | (1)  |
| 第一节 主持人节目界定 .....                       | (1)  |
| 第二节 我国主持人节目发育轨迹 .....                   | (3)  |
| 第三节 我国主持人节目发展与思考 .....                  | (9)  |
| 第四节 主持人节目优化途径 .....                     | (15) |
| 第五节 节目主持人的意义与作用 .....                   | (23) |
| 第二章 新闻性主持人节目 .....                      | (29) |
| 第一节 从名记者中培养新闻主持人<br>——西方新闻主持人成功经验 ..... | (29) |
| 第二节 新闻性板块节目基本特征 .....                   | (39) |
| 第三节 新闻杂志节目优势与《东方时空》定位 .....             | (59) |
| 第四节 新闻性节目主持人素质构成 .....                  | (63) |
| 第三章 新闻评论性主持人节目 .....                    | (69) |
| 第一节 新闻评论性主持人节目的地位与作用 .....              | (70) |
| 第二节 新闻评论性主持人节目的选题与栏目<br>定位 .....        | (73) |
| 第三节 新闻评论性节目主持人的素质要求 .....               | (78) |

|            |                  |       |
|------------|------------------|-------|
| <b>第四章</b> | <b>社教性板块节目</b>   | (81)  |
| 第一节        | 知识性板块节目特色        | (81)  |
| 第二节        | 知识性节目主持人素质与主持    | (92)  |
| 第三节        | 对象性板块节目结构与特色     | (94)  |
| 第四节        | 对象性节目主持人素质与主持    | (109) |
| <b>第五章</b> | <b>服务性板块节目</b>   | (114) |
| 第一节        | 服务性板块节目发育轨迹      | (114) |
| 第二节        | 服务性板块节目特色与主持     | (118) |
| 第三节        | 服务性板块节目策划构思      | (131) |
| 第四节        | 服务性节目主持人素质构成     | (138) |
| <b>第六章</b> | <b>综艺节目</b>      | (142) |
| 第一节        | 综艺节目基本特点         | (142) |
| 第二节        | 栏目型综艺节目构思与设计     | (147) |
| 第三节        | 晚会型综艺节目构思与设计     | (152) |
| 第四节        | 综艺节目主持人作用与素质     | (156) |
| <b>第七章</b> | <b>板块节目</b>      | (171) |
| 第一节        | 板块节目发育轨迹         | (171) |
| 第二节        | 板块节目的优势          | (174) |
| 第三节        | 板块节目构思与编制艺术      | (178) |
| 第四节        | 从《空中立交桥》看板块特点与主持 | (184) |
| <b>第八章</b> | <b>直播节目</b>      | (198) |
| 第一节        | 直播的传播优势          | (198) |

---

|           |                         |       |
|-----------|-------------------------|-------|
| 第二节       | 直播节目的话题与思考 .....        | (213) |
| 第三节       | 直播节目编辑工作运作方式 .....      | (217) |
| 第四节       | 直播节目主持人素质构成 .....       | (223) |
| <br>      |                         |       |
| 第九章       | 谈话节目 .....              | (227) |
| 第一节       | 谈话节目的兴起与发展 .....        | (227) |
| 第二节       | 谈话节目的优势与特点 .....        | (231) |
| 第三节       | 谈话节目的策划艺术 .....         | (237) |
| 第四节       | 谈话节目主持艺术 .....          | (240) |
| <br>      |                         |       |
| 第十章       | 节目主持人传播艺术 .....         | (246) |
| 第一节       | 节目主持人传播特点与技巧 .....      | (246) |
| 第二节       | 节目主持人的语言传播 .....        | (249) |
| 第三节       | 电视节目主持人的人体语言传播 .....    | (254) |
| <br>      |                         |       |
| 第十一章      | 发展有中国特色的主持人<br>节目 ..... | (265) |
| 第一节       | 主持人节目特征与中国特色 .....      | (265) |
| 第二节       | 广东新闻台主持人节目的岭南风格 .....   | (272) |
| 第三节       | 《早餐前后》板块节目的龙江特色 .....   | (279) |
| 第四节       | 金堂台节目特色与主持艺术 .....      | (286) |
| 第五节       | 佛山台现代广播意识与全天播音 .....    | (293) |
| 第六节       | 市场经济下主持人节目走向与思考 .....   | (299) |
| <br>      |                         |       |
| 后 记 ..... |                         | (311) |

## 第一章 主持人节目概论

### 第一节 主持人节目界定

节目主持人与主持人节目总是相伴诞生、一起发展的，彼此间存在着密不可分的依存关系。在构建主持人节目学理论框架体系中，首先应从理论上对主持人与主持人节目的内涵作出科学的界定，尽管目前理论界还尚无一个公认的权威性的答案，但从理论上深入探讨已刻不容缓。

所谓节目主持人是指“我”的身份在广播电视中组织、驾驭，掌握节目进程，与受众平等交流的大众传播者。主持人是以第一人称身份出现在广播电视媒体中的，他是节目的主人，主宰着节目，又是媒体的代表，成为“台”的标志。作为传播者，他与受众（受传者）之间是一种双向的互动传播关系，是一种彼此平等的朋友关系。

所谓主持人节目是指主持人主导、运用交谈方式进行双向传播的节目结构形态。它由主持人与节目两部分构成。它们之间有互为依存和因果的关系，节目是主持人成长的土壤，托起了主持人，主持人为节目增光添色。

主持人节目是相对播音员而言的，它具有以下五个基本特征：

### 1. 在节目中必须以主持人身份直接出现

主持人节目中的“我”具有双重身份，既是生活中真实的本人，又是大众传媒的代表和标志；作为大众传媒中的节目主持人，既有真实的个人所特有的气质、个性，又有媒体或栏目（节目）所赋予的特定内涵的规范，两者相融合且和谐一致。

2. 在节目中体现组织驾驭话题的能力，作为节目的核心，主持人的作用自始至终贯穿节目全过程

从节目的构思、策划到现场运作主持，从提出话题到讨论、解决论题的过程中，体现出主持人驾驭节目是否自如，控制是否有度的能力。最后播出的节目是否能达到预期设定的效果，是衡量主持人能力的标尺。

### 3. 交谈式播音，谈话体语言

播音员是“宣读式”播音，要求字正腔圆，主持人是“交谈式”播音，要求亲切自然。“交谈式”播音是新时期出现的一种新的播音方式，注重“谈”、“说”，它源于生活，高于生活，其特点是平等交谈，富有亲和力，对象感强。

“交谈式”播音要求谈话体语言。惟有谈话体语言方能谈得起来，书面语言是无法交谈的。谈话体语言既通俗又简洁明了，既有情味，又有个性。总之，主持人节目中的语言是交流味很浓的谈话体语言，以增强节目的亲和力。

### 4. 具有直接交流情态，交流感强，富有亲和力

这是主持人节目又一鲜明特点，何以如此？这是因为：首先，主持人在节目中是“一对一”、“面对面”地犹如朋友间的交谈，抑或向受众传播信息，提供服务，抑或回答受众的问题，帮助排忧解难，抑或就某个话题展开讨论，彼此交流看法，以求得共识。第二，主持人在驾驭话题，主持节目过程中始终“目中有人，心中有情”，真诚待人，以情感人，有浓浓的人情味，以特有的亲和力吸引受众朋友，成为他们的良师

益友。

#### 5. 具有鲜明的个性形象和主持风格

主持人长期主持某个栏目(节目),逐渐形成了与该栏目(节目)相吻合的个性特点。通过主持人的思维方式、个性、语言、主持艺术和风度,形成了独具魅力的个性化形象和主持风格。

个性形象和主持风格是在长期的主持实践中逐渐形成的,它是主持人成熟的重要标志。凡明星主持人无不具有鲜明的个性和独特的风格,也惟有如此,方能得到受众的认可和喜爱。

## 第二节 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 20 世纪 80 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份同受众平等地交谈。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。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。

多年来,我国主持人节目的发展大致经历了三个阶段:

第一阶段(1979~1986 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来。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：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，发扬着不同舆论工具作用的新闻机关。”<sup>①</sup>

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布局。二十多天后，台播部破天荒地收到

<sup>①</sup> 引自第十次全国广播工作会议上的报告《坚持走自己的路，发挥广播电视的长处，更好地实现四个现代化》。

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 1700 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，对台湾广播的专题节目全部采用主持人形式。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位、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 4000 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，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，他们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地印象。

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，无疑起了积极的推动作用。

总的来说，这一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12月～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3~4小时）；二是主持人；三是内容综合性。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糅合在一起，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的意义。

“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的时候，公开在社会上投票评选“我最喜爱的节目主持人”。10天内，有31万听众来信投票，从珠江台44名主持人中，评选出10名最受欢迎的主持人。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7万多个，其中有3000个是直接与主持人交谈的，已在《热线电话》中直接播出。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三十多万人。

尽管“珠江模式”不是惟一的广播模式，但它却影响到全国广播界，后来相继成立的七十多家经济电台，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，预示着广播的美好明天。

第三阶段（1992年至今），即1992年10月28日上海东方电台开播直至今天。这个阶段可称为：扬独家优势——电话参与与直播，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 2000~4000 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。

### 第三节 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：

## 一、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,以发挥更大的作用。

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。

## 二、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