

播 音 主 持 学 术 文 丛 (第二辑)

当代播音主持 艺术新探

安红石 ● 主编

DANGDAI BOYIN ZHUCHI
YISHU XINTAN

中国传媒大学出版社



安红石，播音名红石，主任播音员。1986年毕业于北京广播学院。先后在黑龙江人民广播电台、深圳广播电影电视集团从事播音主持工作二十余年，荣获中国新闻奖、“五个一工程”奖等各类奖项三十余项。2007年起任教于深圳大学播音与主持艺术专业。现为深圳大学传播学院播音与主持系副教授、硕士生导师，深圳市朗诵艺术家协会理事。

播音主持学术文丛（第二辑）

当代中国语境下的广播主持人核心竞争力研究

全媒体视野下的语言传播艺术探究

技术条件下播音主持形态发展研究

微时代的口语传播

——第二届海峡两岸口语传播学术研讨会文集

►► 当代播音主持艺术新探



策划编辑：赵 欣

责任编辑：赵 欣

特约编辑：罗庆行

封面设计：**拓美設計**
TREASURE
TEL: 81760488

DANGDAI BOYIN ZHUCHI
YISHU XINTAN

当代播音主持 艺术新探

本书是年轻学子对当代播音主持艺术的观察和思考。关注的重点有：对传统媒体中综艺娱乐节目和真人秀节目主持现象的思考，对《奇葩说》《晓松奇谈》等网络节目主持热点的探析，对记者型主持人、韩国真人秀节目、美国脱口秀节目、英国旅游节目等主持职业难点的探究。本书视角独特，论述新锐，对于当代播音主持艺术的研究有一定参考价值。



上架建议：播音主持

ISBN 978-7-5657-1908-0



9 787565 719080 >

定价：58.00元

播 音 主 持 学 术 文 丛 (第二辑)

当代播音主持 艺术新探

安红石◎主编

DANGDAI BOYIN ZHUCHI
YISHU XINTAN

中国传媒大学出版社·北京·

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

图书在版编目(CIP)数据

当代播音主持艺术新探/安红石主编. —北京:中国传媒大学出版社,2017.3
(播音主持学术文丛)

ISBN 978-7-5657-1908-0

I. ①当… II. ①安… III. ①播音—语言艺术—研究
②主持人—语言艺术—研究 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 011445 号

当代播音主持艺术新探

DANGDAI BOYIN ZHUCHI YISHU XINTAN

主 编 安红石
策划编辑 赵 欣
责任编辑 赵 欣
特约编辑 罗庆行
责任印制 曹 辉
封面设计 拓美设计

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 15
字 数 261千字
版 次 2017年3月第1版 2017年3月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1908-0/G·1908 定 价 58.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序

入夏,深圳大学传播学院播音与主持艺术专业安红石老师联系我,邀我为他们将要出版的本科生毕业论文集写序。安红石老师是北京广播学院(今中国传媒大学)播音系1982级学生,当时我转入教师行列也才刚刚3年……转眼我已退休多年,近年更是先后推掉在北大、清华的兼课,钟情于到远处走走看看,专业上则很有些疏懒。然而,安红石的邀约有两点打动了我:一是本科生论文结集出版似乎还没有,此中学生与老师学术上的热情、勇气以及过程中的孜孜以求,可见一斑;二是论文作者的视角吸引了我,尤其90后学生的专业思考,于我颇觉新鲜和好奇,正好借此机会对年轻孩子们的视角来一次较为细致深入的关注与倾听。

近两年有一种声音,认为艺术类本科生不必写毕业论文,而应由作品定高低。当然这背后有众多原因,诸如:音乐、舞蹈、美术毕业生论文写得再好,莫如用作品说话更有力量;论文写作时间与就业创业纠缠在一起,分身无术,难保质量;在纠结浮躁中难免抄袭暗流的侵蚀……不过,绝大多数播音与主持艺术专业坚持了论文写作这个毕业环节。为此,我必须击掌点赞!理由大致有三:一是播音与主持艺术专业并非真正意义上的艺术类,对此,透过播音主持工作的本质意义不难理解,至于将它归属艺术类招生的历史原因,这里不做赘述;二是纵观播音员主持人能力素质,随着传媒事业的深入发展及飞速变化,对思维品质、思维能力的要求占有重要位置,其权重比例愈加明显,对此学生们的论文也多有论述;三是论文写作过程,恰是一次集中的、相对深入全面的思维与学术的学习、操练与检验。论文撰写,从论题选择、收集资料、构思布局到见诸文字的各个环节,与当今的主播、主持人参与节目选题策划、收集筛选信息、加工处理,直至以深入浅出、引人入胜的方式呈现给受众,两者不是有颇多相通之处吗?

我对这些论文的总体印象如下:首先,论文选题的多样令我欣喜。记得大约十年前的本科生毕业论文,大多在传统专业理论框架之内从实践角度阐释,而对实践中的新动向和有争议的现象则少有涉及,以求“理论正确”。深圳大学

2012 级播音与主持班学生论文选题的面很广,不仅对当下日新月异的节目形态及主持艺术现象级的变化十分敏感,做出集中剖析(如“主持群”现象、真人秀节目),也对网络媒体主持人节目充满热情,勇于探知(如网络脱口秀、网络自制节目),还有些论文关注了主持人职业发展、专业教育与就业等较宏观的问题。相比之下,毕业生论文选题从较为单一转向多样化,恰恰从一个侧面反映了时代的变化与播音主持教育的进步。其次,论文的展开视野广阔。当下的、历史的,中国的、外国的,热点的、冷门的,文献的、实践的……纵向横向、方方面面,学生们认真勤奋地收集资料,掌握信息,体现出活跃的学风和发散思维的运用。再次,同学们能够注重研究方法。一些现象研究或个案研究的论文(如关于主持群、《奇葩说》、《晓松奇谈》、《拉呱》中的小么哥),材料丰富,梳理归纳得当,提炼准确,逻辑链条一环扣一环,观点鲜明,论证清楚,论述较有系统性和深入性;有的同学自己设计问题做了问卷调查,不止步于文献检索,更不是主观臆测;还有的同学尝试做比较研究……总之,看罢 33 篇论文,这些 90 后孩子雄心勃勃且能静下心来思考写作的形象跃然纸上。其中有几篇论文堪称优秀,有较好的学术思维。为了保有阅读论文时的“痛苦”与快乐,恕我不做一一评说,相信读者自会明了。

当然在整个本科学习过程中,毕业论文的写作完成,既是规定动作,又是综合考查学生多方面能力的高难度动作。故此,学生毕业论文存在一些不足也在情理之中,论文导师都有认真的评点。这里容我对其中普遍性的问题再重申二三。

逻辑训练是提高思维品质的重要方面,它不会一蹴而就,应当一直贯穿在我们的教学之中,尤其在完成毕业论文时必须重视逻辑上的深层训练。如论文在搭建核心论点的逻辑平台、确定逻辑起点时,需要相关事物的梳理(沿革、分类等),有的论文却忽略于此。比如,讨论真人秀却不做必要的进一步的分类。其实不同类型的真人秀节目,诸如选秀型、竞技型、探险型、游历体验型、亲子型等,主持人在其中的功能有较大区别,有的仍沿袭以往的串联控场功能,有的被嘉宾评委取代,职业主持人遭边缘化,退居幕侧,有的更由专业歌手或教师所取代。原因是多方面的,如若不加以具体分析,“一锅烩”地粗糙研判,必然无法真正触及实质,结论的轻率偏颇也就在所难免。此外,在逻辑顺序、逻辑关系方面,需帮助学生做出主次详略的确定与布局,有的论文大篇幅以借鉴的材料说明新媒体的种种,铺垫多、外围多,而不能围绕核心概念层层深入。

一定要重视专业理论基础。播音主持理论来源于实践,同时有传播学、新闻学、语言学、艺术学、心理学等多学科的支撑,但绝非是这些学科的简单叠加,

播音主持有其固有的、特定的规律与特点,她的工作性质、职业定位、创作方式方法,不是相近专业可以取而代之的。举个简单的例子,胡海泉跨界主持《我是歌手》、蒋昌建主持《最强大脑》得到观众的好评,但是接踵而来的几位跨界主持却没有得到观众认可,其中一个重要原因,是他们不清楚作为主持人与艺人的区别,在节目构成的诸多元素及多方面的复杂关系中,主持人该如何恰当摆放自己与观众、嘉宾的位置,怎样平衡各种关系,以及机智应对突发情况等。播音主持是一门实践性很强的学科,从历史与发展的眼光看,她一直在不断充实调整中与时俱进,其中的继承、发展、创新,是不应被割断或忽视的。我们有的毕业论文反映出学生对专业的历史及理论学习不够扎实。如主持人发展不平衡是个客观存在,其中的工作机制、主持空间及主持人本身能力的差异,使主持人有“统领型、主创型、单一型”之分,有的学生却将“单一型”主持人的刻板印象,一股脑地套在新媒体出现之前的播音员主持人头上,武断地认为“主持人只是一个受过良好训练、普通话发音标准的读字机器”,显然,这是不符合事实的误判,其结论的片面是不言而喻的。

当然,不能绕开的还有学风、学术规范问题,遵守相关纪律不仅仅是常识,科学严谨的态度更映射着诚信与人品。我们知道研究中一定的借鉴是必要的,但需要特别强调独立思考的重要、强调调查研究第一手资料的可贵。单说对播音主持丰富多彩现状的研究,获取第一手资料,比如与研究对象相关的节目音视频,抑或与一线工作者的交流,不是特别困难吧?如关于“新媒体在传统媒体中运用”的选题,能够直接找到该方面已走在前面的主持人讨教一番,对自己的论文无论观点还是实例都会有相当大的裨益,何乐而不为呢?

目前播音主持专业的设置,遵循的显然是社会需求逻辑,是面向职场的专业教育。不过基于当前与未来的职业发展走向,拓宽与分流并存,就业与创业并存,专业教育融合创业教育,势在必行。在现阶段如何通过专业教育实现通识教育的大目标,需要学生与老师一起,在人格培养、知识探究、能力建设几方面共同努力,相信一定会使我们的毕业生成为受社会欢迎的适应性、综合性都强的人才!

吴 郁

写于 2016 年头伏中伏之交

目 录

CONTENTS

上编 传统媒体播音主持现象再思考

论我国电视娱乐节目“主持群”现象的优势与弊端	黄璐婕 / 3
浅析中国内地娱乐节目主持群的特征及发展趋势	易 达 / 9
电视娱乐节目主持人的当下表述与角色转型	刘嘉莹 / 16
电视综艺节目主持人的发展困境与思考	杨 柳 / 22
中国电视综艺节目主持审美的嬗变	杨诗诗 / 29
品牌综艺节目的成功因素探析 ——以《快乐大本营》为例	庄丽莎 / 36
主持人对“新闻娱乐化”倾向的正确把握	李 至 / 42
泛娱乐化时代下真人秀节目主持人价值探究	陈若林 / 49
电视明星真人秀节目中的主持人价值重构	谷 程 / 55
浅谈真人秀节目主持人的角色定位与功能转化	王嘉俊 / 62
“春晚”主持人语言表达流变探析	郝 锐 / 68
从小么哥看方言电视节目主持人的成功因素	富家邦 / 75
关于我国法制类电视节目主持人角色定位的思考	郎昕怡 / 82
“听众缘”于广播主持人的职业意义	李佳阳 / 88
电视公益节目主持人形象认知分析	杨佳林 / 94
全媒体时代广播节目主持人的生存挑战	田江悦 / 101
新媒体时代电视节目主持人的素质要求	隋媛媛 / 108

中编 网络播音主持热点再探析

从辩论节目《奇葩说》看网络节目的主持特色	陈静雯 / 117
从《晓松奇谈》看网络脱口秀节目主持人应具备的素质	马旭彤 / 124
网络媒体主持特色探析	李梦怡 / 131
浅析网络脱口秀节目主持人的风格特点	张思奇 / 138
浅析网络自制节目兴起为主持人带来的机遇和挑战	覃陆璐 / 144
移动媒体节目主持人的定位	
——以车载媒体为例	张钦玮 / 151
试论自媒体快速发展于主持人影响之利弊	何雨萌 / 158

下编 播音主持职业难点再探究

全媒体语境下“记者型主持人”专业能力新探究	陈 琪 / 167
电视节目主持人“跨界”现象辨析	尉 冰 / 174
我国“主持人明星制”进化论	
——从“凤凰模式”到“浙江模式”	刘静遥 / 181
中英旅游节目主持人的语言与个性	
——以《勇闯天涯》和旅游卫视节目为例	张 璇 / 188
可供借鉴的韩国电视节目主持风格与技巧	
——以韩国真人秀节目 <i>Running Man</i> 为例	付斌鑫 / 195
中美脱口秀节目主持人幽默感差异分析比较	韩 黎 / 201
播音与主持艺术专业本科生就业出路探析	苏锦紫薇 / 208
主持人培养何不“播音主持+”	刑天歌 / 214
知名主持人在传媒产业经济发展进程中的角色及作用	李凯山 / 220
后 记	/ 229

上 编

传统媒体播音主持
现象再思考

论我国电视娱乐节目“主持群”现象的优势与弊端

◎ 黄珺婕

随着新媒体的出现,在媒体融合的时代背景下,综艺节目不断发展壮大。为了适应新媒体的发展,满足观众和节目的需求,由多名主持人共同主持节目的现象越来越频繁,这一现象在娱乐节目中体现得尤为明显。在竞争日益激烈的娱乐时代背景下,实现娱乐节目的创新已是刻不容缓。近年来出现的“主持群”现象,为实现当下中国电视娱乐节目的创新提供了重要参考。

一、我国电视娱乐节目主持群现象简述

随着娱乐时代的到来,娱乐节目的内容与形式也更加趋于多样化,而此前作为其中最为稳定不变的主持人也面临着改变,这是由嘉宾、观众和节目内容的不断改变及其诉求所造成的。以往作为恒定因素的主持人在节目主持方式上力图创新或许应该成为一种理论和实践的自觉。如今,娱乐节目已经不止是各电视台之间的相互竞争项目。在日趋激烈的竞争中,夺得观众缘的目的使得娱乐节目成为电视台赢得竞争的重要手段。娱乐节目主持人所起到的作用不再仅限于串联节目,而更多地开始承担提升节目的品牌价值,发挥主持人的个人魅力和影响力的任务。为了迎合新媒体的发展,满足节目复杂多变的内容要求、观众日趋多样的信息消费诉求,由多名主持人共同主持节目的主持群现象应运而生。

2008年,在中国《新周刊》电视风云排行榜中,湖南卫视以汪涵为首的“天天兄弟”主持群荣获“最佳娱乐秀主持人”的奖项。电视节目中的主持群这一现象也逐步成为我国娱乐节目主持的一种发展趋势。比如,安徽卫视红极一时的户外节目《男生女生向前冲》,浙江卫视掀起一阵全民歌唱热潮的《爱唱才会赢》,江苏卫视的《世界青年说》《看见你的声音》,湖北卫视的《非正式会谈》,台湾中天综合台的《大学生了没》和《雅典娜轰趴》……在这些节目中,主持人这个角色都由三个或者三个以上的人担任,这种主持方式也受到了广大观众的追捧。

二、我国电视娱乐节目主持群的角色分配

在主持群中,由一个主持人担任最核心的角色,他在节目中处于主导地位,而他的任务是控制节目流程和进度、串联整个节目内容,让节目流程朝着既定方向发展。因而,这个核心主持就需要具备掌控全局、随机应变等必要能力。在《快乐大本营》的主持群——“快乐家族”中,何炅、谢娜、李维嘉、吴昕和杜海涛各司其职,但何炅一直担任最核心的角色。何炅有着北京外国语大学阿拉伯语系的专业背景的语言优势和曾担任大学老师的经历,以及超强的语言表达能力、极其敏锐的思维能力。自《快乐大本营》开播以来,何炅当仁不让地成为节目的主导角色,成为该主持群中的领导者,也成为“快乐家族”的顶梁柱。

既然有核心主持,那么肯定有围绕在旁的副主持,而副主持中又分为配合者、搞笑者和可爱者。配合者作为一档节目中的联合主持者,其主持风格较为稳定,能在协同核心主持者主持的基础上顾全节目整体,推动节目流程,更好地完成自身与主角之间的衔接工作。配合者一般主持功底较强,较为细心。最为明显的例子就是《快乐大本营》中的李维嘉,他给我们的感觉就是四平八稳。他是除何炅以外主持《快乐大本营》时间最长的主持人,他的主持经验在副主持中也最为丰富。

搞笑者这一主持角色是娱乐节目中必不可少的组成部分,往往也是节目的主持群吸引观众的关键性因素。我们所熟知的主持群中,承担搞笑者身份的主持者有很多,首要的便是湖南卫视《快乐大本营》的主持人谢娜。在节目中,谢娜经常因为嘉宾的一句话就联想到最新的笑点,然后自己会开怀大笑,进而带动全场大笑,起到很好的烘托节目气氛的作用。搞笑者除了要能够幽默地完成对话之外,还要能随时根据需要进行模仿、扮丑等工作,以吸引观众注意力,从而最大限度地提升节目的“笑”果。以此来看,搞笑者不仅对于娱乐节目起到画龙点睛的作用,还是一档娱乐节目成功与否的关键因素。

说到小可爱类型的主持人,这是很多娱乐节目主持群中都需要的一个角色。令观众印象最深刻的小可爱类型的主持人便是《快乐大本营》中的吴昕。她在节目中主要负责卖萌,属于新秀主持人,因此在话语权上稍弱,搭话能力也稍显逊色,而可爱俏皮的外表和率真懵懂的性格使她拥有相当一部分支持者。究其原因,在娱乐节目主持群中,主持人若都搞笑,观众易产生审美疲劳,而小可爱类型的主持人让观众在观看了大段娱乐的内容后缓解了疲劳感。小可爱类型的主持人在节目中插科打诨,在节目中的游戏环节往往作为失败的对象被调侃,给观众带来新奇的体验。小可爱类型的主持人一般呈现出单纯、亲民的

形象,在吸引年轻的观众方面,他们当仁不让。

三、我国电视娱乐节目中群体主持的优势

一档娱乐节目的内容由各式各样的娱乐元素组成,包括歌曲、舞蹈、游戏等。随着娱乐节目的发展,节目内容的选择范围越来越广,形式也愈加新颖。因此,主持群应运而生,有效缓解了单一主持人面临的压力。总体而言,群体主持的优势主要体现在以下三个方面:

1. 实现主持效果的多元化

主持群频繁地在节目中给观众以场面热闹、人数众多的直观感受,因而娱乐语言表达的多元化优势也顺势而生。在《天天向上》中,因为天天兄弟来自不同地区和国家,他们的语言表达特性给人们留下深刻的印象。汪涵是湖南人,他在节目中经常讲湖南方言,还擅长运用湖北话、四川话等方言以增加节目的趣味性;欧弟的语言是典型的闽南话;钱枫则在节目中常表现上海话;小五因为是韩国人,具备更加独特的语言特色。纵观单人和双人主持的娱乐节目,我们不难发现这些节目的主持人在语言表达上相对单一,再加上主持人还要顾及节目流程,有时很难迅速地接包袱以制造新笑点。相较之下,主持群的合作则能大大缓解这个问题。在主持群中,总体上易产生单人和双人主持很难拥有的优势互补、查漏补缺的优点,也能够避免娱乐节目中最忌讳的冷场状况的发生。在湖南卫视《快乐大本营》中,何炅的主持灵活稳重,李维嘉的主持平和细心,谢娜的主持搞笑而不拘小节,他们在节目中的配合很默契,而且在主持特色上互为补充。但是一旦谢娜自己主持节目,她的劣势便暴露无遗。2016年,谢娜在东方卫视的《娜就这么说》节目中一人独挑大梁。在第1期节目中她因为紧张忘词而造成重新录制的后果,在重新录制过程中她也因为上一次的失败选择不要现场观众,这对于节目来说势必影响其贴近受众的效果。李维嘉作为核心主持和谭薇共同主持《中国新声代》时,也显得稳重有余,趣味不足。因此,从节目效果上来说,主持群确实更易发挥多元特性的优势,更能增加节目的观赏性。

2. 满足更多观众的收视需求

主持群中的主持人分别代表不同受众喜欢的主持人类型。他们组合在一起,为观众提供了比单、双人主持更多的可看性,从而使之前可能只喜欢其中一两个主持人的观众逐渐喜欢整个主持群。这既满足了观众的收视期待,也为达到节目的娱乐效果贡献了力量。

在《快乐大本营》中,快乐家族中的何炅是灵活的,谢娜是“疯狂”的,李维嘉是细致的,吴昕是可爱的,杜海涛是搞笑的,而他们每个人都拥有自己的粉丝群,这也充分证明快乐家族主持群的成功。如今,观众在观看电视节目时的选择众多。当一个娱乐节目无法吸引他们,他们可能在短时间内调换到下一个频道。如何满足大部分观众的收视需求,让观众感受更多样的主持风格,以挽留住“挑剔”的观众?主持群的出现就很好地解决了该问题。主持群增加了主持风格和特色的多样化,同时也促进了受众面的扩大。每一位主持人都有支持者,主持人人数的增加则叠加了各个主持人的支持者,这对整个节目的受众面和影响力产生了重要影响。在《世界青年说》的主持群中,彭宇掌控大局,非常机智;沈凌具有亲和力,具备扎实的播音主持专业功底;柳岩则因自身的“宅男女神”标签和“全球 100 美”的名号吸引众多宅男粉丝,她还在 2 位男主持和 11 位男嘉宾的谈话中起着重要的作用。

3. 促进节目品牌的塑造

品牌一词,从市场的角度来看,指电视产业中产品的商标;而从受众的角度来看,它则是受众心中信赖并且喜爱的消费对象。^①

随着电视节目走向品牌化的发展路线的逐渐确立,各电视台都在争相打造属于自己的金牌主持人和王牌节目。中国电视节目的品牌化经营正在成为媒体提升自身形象、提高竞争力的重点战略。如今,娱乐节目越来越符合观众的娱乐需求,越来越受到观众的喜爱,随之而来的便是娱乐节目主持人的受欢迎程度的日益攀升。主持人作为电视媒介与大众之间的沟通桥梁,扮演着节目品牌代言人的角色,因此他们在品牌经营方面有着重要的作用。而主持群的出现,则将这一优势放大。许多节目利用主持群中每个主持人的自身品牌,最大化集体品牌的影响力,真正实现“1+1+1”大于 3 的品牌宣传效果。快乐家族主持群利用湖南卫视的平台优势,推出歌唱专辑《快乐你懂的》。同时,这首歌曲还被运用于《快乐大本营》的开场秀表演中。此外,湖南卫视还让快乐家族参演电影、拍摄广告,并制作专属快乐家族的宣传 MV、各类海报和明信片,甚至还开发了相关的手机游戏。湖南卫视对于快乐家族主持群的品牌化打造路线,我们有目共睹。近年来,快乐家族主持群的影响力和知名度也随着其品牌的树立在日益攀升,而以此带来的广告收益也不容小觑。《快乐大本营》在 2015 年的冠名费达到了 3.5 亿元的天价,这和湖南卫视的品牌化策略有重大关系。一

① 韩青、郑蔚:《电视娱乐节目新论》,中国广播电视出版社 2005 年版,第 2 页。