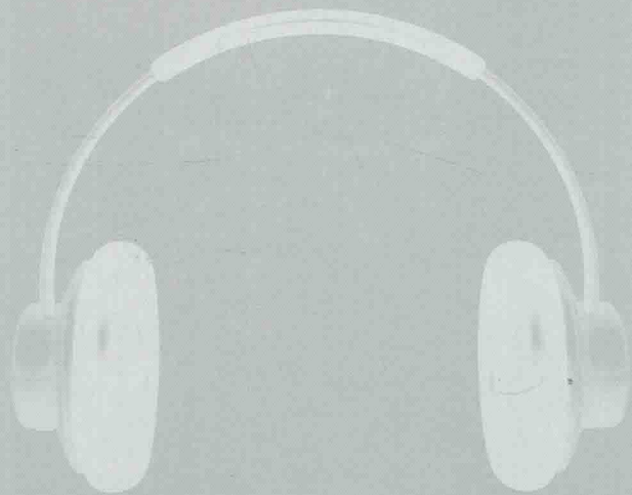



全媒体时代
广播电视专业系列教材

节目主持人概论

陈虹 著



 高等教育出版社

全媒体时代广播电视专业系列教材

节目主持人概论

Jiemu Zhuchiren Gailun

陈虹著



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

作为广播电视机构的核心竞争力之一,节目主持人的地位日益提升。但在教学科研层面,更多注重“术”的培训,缺乏“道”的阐发。本书正是从节目主持人入手,打通主持人节目和节目主持人两大块内容,力图阐释节目主持人所需要的专业训练、能力要素、艺术修养和文化品格。

作者是“金话筒奖”银奖得主,又在高校从事播音主持教学和科研工作多年,其丰富的经验使本书颇具特色;理论与实践结合,战略与战术并重。

本书系统合理的分析框架、深入到位的理论解剖、鲜活生动的个案解读,对高校广播电视、播音与主持艺术专业师生及各类节目主持人,都具有很高的学习和研究价值。

图书在版编目(CIP)数据

节目主持人概论 / 陈虹著. -- 北京: 高等教育出版社, 2013. 3
ISBN 978-7-04-036606-8

I. ①节… II. ①陈… III. ①主持人—高等学校—教材 IV. ①G222. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 301477 号

策划编辑 赵慷简 责任编辑 武黎 封面设计 张志 版式设计 王莹
责任校对 杨雪莲 责任印制 尤静

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街 4 号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	北京市密东印刷有限公司	网上订购	http://www.landrace.com
开 本	787mm×960mm 1/16		http://www.landrace.com.cn
印 张	21.25	版 次	2013 年 3 月第 1 版
字 数	390 千字	印 次	2013 年 3 月第 1 次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	33.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 36606-00

自序

自1980年7月12日中央电视台《观察与思考》栏目在国内电视荧屏上首次打出“主持人”称谓算起，“节目主持人”已伴随着我们的生活，历经风风雨雨，不知不觉走过了30多年。节目主持人自身也在这30多年中，有了飞跃发展。伴随着改革开放和社会的日新月异，节目主持人早已从最初简单播报员，发展成如今活跃在话筒前尽情展现自我、发挥语言魅力、传达社情民意、褒贬内外时政的新形象。30多年来，主持人事业蒸蒸日上，节目主持人通过对天下大事的积极参与、对历史责任的认真反思、对社会现状的深度思考，不断磨砺自我，锐意创新。节目主持类型从单一走向多元，节目内容从简单走向丰富，节目主持人风格从共性走向个性。30多年来，节目主持人成绩斐然，进步明显。然而，在前行的道路上，节目主持人也出现了一些困惑。

随着中国从计划经济向市场经济变革进程的深入，随着大众从文化学习到文化消费的心理变化，中国的娱乐文化开始逐渐成为主流。广播电视不仅是娱乐文化最好的载体之一，同时也是滋生娱乐文化的温床。在很大程度上，电视娱乐化契合了社会转型期的大众需求，是市场化转型过程中的必然产物。但是，“我们的问题不在于电视为我们展示具有娱乐性的内容，而在于所有的内容都以娱乐的方式表现出来”。面对着严峻的市场压力和激烈的媒体竞争，广播电视媒体不可避免地陷入了一场布尔迪厄所说的“由收视率裁决胜负的斗争”之中。为了吸引受众的眼球，整个广播电视行业都在千方百计投其所好，以避免被“末位淘汰”，进而获得足够的商业利润。

一位电视人在博客里列举并分析了电视屏幕上的一些消极现象后认为，今天的电视人面临着几个重大的课题：节目要由观众来评价了，而观众人数众多，成分复杂，众口难调；西方的各种新奇节目不断刺激中国观众的胃口；来自电视机构的经费、效益等压力越来越大；最根本和无可奈何的还有人性中（主要体现在观众中）“善”“恶”两大势力拉锯战艰辛异常，旷日持久。这些都给节目主持人带来极大的困惑与考验。

节目主持人在收听收视率的杠杆下左右为难。为了迎合受众口味，各种节目增加了娱乐元素，如新闻节目民生化、专题节目益智化、综艺节目作秀化等。但是，“当屏幕上彩色的频道信号在统治和强悍地剥夺人们读书、思考、交谈或者哪怕是静默的机会与权利时，一个严峻的问题凸显出来，并咄咄逼视着我们这个纷纭骤变的时代：那些华丽的信号究竟给社会输送了多少健康生长的维生素和

II 自序

营养?”^①今天的主持人面临的挑战,就是如何在节目中能够正确地传递出社会价值、文化品位和审美情趣,如何在变化了的传媒环境中坚持主持人的文化操守和道德底线。

在急剧变化的社会生活和日渐增加的生活压力下,受众希望媒体充当泛专家的角色,做私人领域的公共鼓励者和咨询服务者。节目主持人应该而且可以承担起这个责任,在追求经济效益的同时,要不断强化对观众的服务意识,尊重观众,为观众着想,满足观众的心理与审美需求,远离低俗。从一味地“吸引眼球”走向“召唤心灵”,真正体现出电视节目主持人的审美正义和人文价值。广播电视节目绝不是只用来提供娱乐消遣,还具备一定的价值意义。我们可以在节目中以质朴的方式关注弱势群体,倡导公益慈善,展示通俗的内容,表现普通人的喜怒哀乐,以此唤起公众的社会责任感和良知,彰显人文关怀。唯有坚守职业操守,报道事实真相,思考社会民生,才能真正传递出社会价值的正能量。

本书以节目主持人为核心,全面探讨了节目主持人的概念、历史、传播特征、主体意识、形象塑造艺术、语言艺术、策划艺术、受众意识、互动意识、传播策略和发展趋势,不仅仅是对30多年历史的总结,更是对未来美好蓝图的勾勒。希望培养更多的形色俱佳、内外兼修,既有专业技能又富有人文情怀兼具深厚文化素养的节目主持人。

近年来,全国多所综合性大学相继在新闻传播学院开设了播音与主持艺术专业,这有利于播音主持人才培养渠道的拓宽和学科良性竞争态势的形成。播音与主持艺术是一门综合性极强的专业,涉及新闻学、传播学、艺术学、文学、经济学、社会学、法律学、美术学、心理学、传播技术等多门学科,综合性大学的新闻传播学院开设播音与主持艺术专业,优势非常明显,正如中国播音学博士生导师张颂教授所言:“新闻性是播音主持艺术的根本属性。中国播音学必须在四大学科群的支撑下来实现成长,哲学美学是一个,新闻传播学是一个,语言学及应用语言学是一个,文学艺术是一个,这四大学科群强有力地支撑着中国播音学的发展。”现在,全国开设播音与主持艺术专业的高校有130多所,其中本科专业80多所。

迈入国家“985”院校行列的华东师范大学,学科丰富、文理兼备、学术基础扎实,有着良好的人文背景,这些都成为播音与主持艺术专业学科建设不断发展的“引擎”。在华东师范大学传播学院播音与主持艺术专业的基础课程中,“中国文化通论”“中国古代文学经典”“中国现当代文学经典”“古代汉语”等一系列课程的开设,奠定了该专业的人文底蕴。这一要求也体现在专业的“三个一百”

^① 曾志华:《中国电视节目主持人文化影响力命题的提出及思考》,《现代传播》(双月刊)2007年第1期(总第144期)。

中——“读一百本书”“了解一百位节目主持人”“观摩一百个节目”。学生必读的这一百本书，不仅包含了新闻传播方面的名家名作，也包括如《诗经》《老子》《庄子》等文化经典。专业核心课则细分为理论课、技能课、鉴赏课与拓展课，涵盖了“节目主持人概论”“播音学概论”“主持经典赏析”“节目编导与摄制”“节目策划与文案写作”“礼仪主持”等多门课程，涉及了摄像、采编、灯光、舞美一系列知识与技能。当学生到了二年级时，院方便积极引导他们选修第二专业，以丰富学科背景，提升可持续发展能力，适应新的时代要求。

“这是最好的时代，这是最坏的时代；这是智慧的年头，这是愚昧的年头；这是信仰的时期，这是怀疑的时期……”英国作家狄更斯的名言在今天听来仍是掷地有声，发人深省。社会的变革、经济的发展、科技的创新，尤其是以互联网为代表的新媒体技术革命浪潮，给节目主持人提出前所未有的挑战，也给节目主持人的培养方式提出一些新的思考。在泛娱乐化的时代，如何把“大传播”“深内涵”“精加工”的教学理念渗透到“节目主持人概论”的课程教学中，本书的观点和材料，或许能引起各方对主持人人文素质和文化修养的关注。我这样期待着。

华东师范大学传播学院副院长、教授、博士生导师 陈虹

目 录

第一章 节目主持人概述	1
第一节 节目主持人的概念	2
第二节 节目主持人的基本特征	8
第三节 节目主持人的工作职责	11
第二章 节目主持人的产生与发展	14
第一节 西方节目主持人的形成	15
第二节 我国节目主持人的发展	29
第三节 我国与西方节目主持人比较	42
第三章 节目主持人的传播特征	49
第一节 人格化	50
第二节 个性化	54
第三节 对象化	61
第四节 全息化	64
第五节 互动性	72
第六节 独特性	75
第四章 节目主持人的主体意识	81
第一节 主持人传播者的作用空间	82
第二节 节目主持人的角色定位	89
第三节 节目主持人的品牌价值	96
第五章 节目主持人的受众意识	103
第一节 大众传播中受众观念的转变	104
第二节 受众对节目主持人的心理期望	112
第三节 受众对主持人的形象期望	119
第六章 节目主持人的互动意识	128
第一节 主持人与媒体的互动关系	129

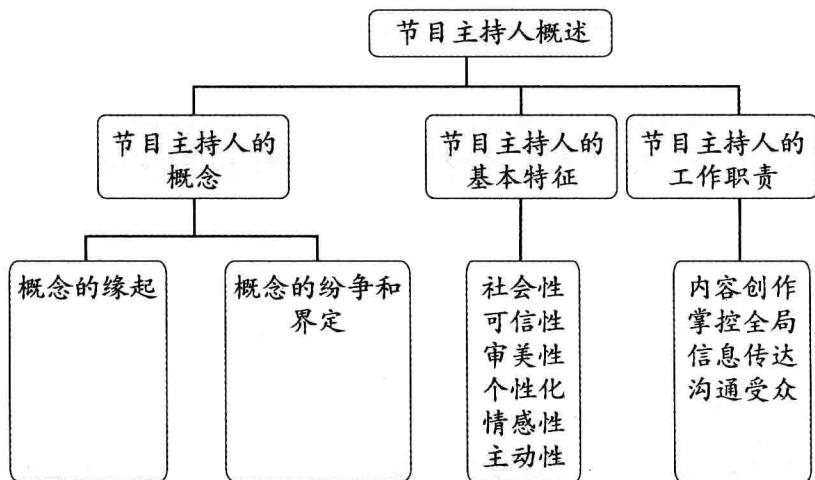
II 目 录

第二节	主持人与栏目的互动关系	134
第三节	主持人与嘉宾的互动关系	141
第七章	节目主持人的语言艺术	146
第一节	节目主持人的语言特点	147
第二节	节目主持人的语言运用	154
第三节	节目主持人的语言训练	157
第八章	节目主持人的策划艺术	162
第一节	节目策划构思的主要内容	163
第二节	节目策划构思的基本要素	170
第三节	节目策划构思的思维特征	176
第九章	节目主持人的形象塑造艺术	181
第一节	体态语言的把握	182
第二节	服饰语言的运用	188
第十章	节目主持人的传播策略	192
第一节	语言传播策略	193
第二节	情感传播策略	202
第三节	人文传播策略	207
第四节	文化传播策略	210
第十一章	新闻类节目主持	218
第一节	新闻节目形态概述	219
第二节	新闻节目主持人的素质要求	222
第三节	新闻节目主持人的技能训练	227
第十二章	谈话类节目主持	242
第一节	谈话节目形态概述	243
第二节	谈话节目主持人的素质要求	251
第三节	谈话节目主持人的技能训练	256
第十三章	综艺类节目主持	265
第一节	综艺节目形态概述	266
第二节	综艺节目主持人的素质要求	270

第三节	综艺节目主持人的技能训练	274
第十四章	生活服务类节目主持	283
第一节	生活服务类节目形态概述	284
第二节	生活服务类节目主持人的素质要求	290
第三节	生活服务类节目主持人的技能训练	294
第十五章	节目主持人的未来发展趋势	299
第一节	传媒生存环境的变化与主持人创新	300
第二节	受众细分与主持人专业化发展	308
第三节	社会经济转型与主持人文化品格的提升	312
第四节	传播手段更新与主持人可持续发展	318
参考文献	323
后记	326

第一章 节目主持人概述

■【知识点框架图】



■【关键术语】

唐·休伊特 沃尔特·克朗凯特 节目主持人 对象化 演播主人 社会性 审美性 组织串联

“节目主持人”一词,对现在的受众而言并不陌生。随着社会经济的发展和广播电视事业的壮大,电台和电视台节目主持人已经为各阶层社会群体所接受,成为人们精神文化生活中不可或缺的组成部分。

广播电视使人类的新闻传播事业实现飞跃,从事这一职业的人越来越多,但多为默默无闻的幕后工作者。只有节目主持人以传播者的身份出现,与受众进行面对面的沟通和交流,这种交流才是直接的、平等的,并能够给受众带来可亲的主观感受。

鉴于我国节目主持人出现的历史并不长,发展现状也不尽如人意,节目主持人还需提高自身水准,丰富知识体系,提升人文素养,在各方面做出努力。这不仅广大受众的呼唤,更是我国广播电视事业蓬勃发展的必然要求。培养并塑造一批优秀的节目主持人,需要有系统而完善的理论做指导。

作为广播电视领域新兴的研究课题,节目主持人日益引起诸多学者的关注。可以说,节目主持人是当下非常热门的行业,因此相关研究也逐渐成为热点话题。但我国对节目主持人的研究尚处于起步阶段,对节目主持人的相关问题,如它的概念、范畴、工作职责、基本特征、发展方向等,都需要做更加深入的梳理和探讨。尽管节目主持人涉及学科门类多、知识体系庞杂等难题给系统的理论阐述带来了一定的困难,但是我们依然对这一极具生命力的课题有着充分的信心,并乐于在这条研究道路上做出不懈努力。

本章首先介绍节目主持人的概念、基本特征和工作职责。

第一节 节目主持人的概念

在现代汉语中,“主持人”存在着广义和狭义的区别。广义的“主持人”,是泛指在各种活动、项目中负责掌管和处理具体事宜的人,如礼仪主持(包括婚礼主持、商务主持、开业主持、庆典主持等)、寺庙主持、报纸专栏主持、网络主持等。狭义的“主持人”即专指广播电视节目主持人。本书主要探讨的是狭义的“主持人”。

一、节目主持人概念的缘起

主持人节目的出现与主持人称谓的提出是不同步的。主持人在电子媒介中出现是 20 世纪 20 年代后期,而主持人这一称谓概念的提出却是在 20 世纪 50 年代。

节目主持人这一概念,最早是由美国哥伦比亚广播公司(CBS)新闻部制片

人唐·休伊特(Don Hewitt)在1952年提出的。休伊特是美国电视新闻节目的先锋人物,也是CBS电视台资深主持人。堪称美国电视历史上传奇节目的《60分钟》(60 Minutes)就是由他创建的。休伊特用英文单词Anchor来表述节目主持人。Anchor的本意是“锚”,也可理解为“危险时可以依靠的人”,也就是在关键时刻具有强劲支撑力的物和人;其引申义是“接力赛跑中跑最后一棒的人”,即最快最有冲刺力的人。唐·休伊特把电视新闻传播这种形式比作接力赛跑队,其中最强的队员跑最后一段赛程,也就是“新闻节目主持人”。在1952年美国第34届总统大选的报道中,休伊特首次使用Anchor这个词,当时电视新闻对重要事件的报道通常表现出呆板、滞后、零散的状况,而休伊特认为,电视新闻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,这个人就是Anchor,目的是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。休伊特认为,组织、串联总统竞选活动报道的人应该具有Anchor那样的素质和能力。由此可见,Anchor一词从提出之时就具备了明确的含义: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,是从记者群体中脱颖而出的佼佼者。后来,Anchor这个词就泛指新闻节目主持人了。

当时,唐·休伊特选中的Anchor,就是CBS的沃尔特·克朗凯特。克朗凯特被公认为是世界上第一位电视新闻节目主持人,在节目主持人史上留下了不朽的丰碑。在1972年的一次民意调查中,克朗凯特获评“美国最值得信任的人”。他经历并报道了肯尼迪遇刺、水门事件等新闻,用他自己独到的立场和见解,对新闻事实进行真实、客观的严肃报道,树立了新闻典范。他每天的节目结束语“事情就是这样”(And that's the way it is.)也一度成为美国流行语。克朗凯特为美国新闻行业制定了真实性的标准,他的职业生涯充分证明了这样一点:一个优秀的记者只有一件事要做——讲述真相。

二、节目主持人概念的纷争

节目主持人的概念起源于西方。自诞生之日起,节目主持人便依照所主持节目性质的不同而分门别类,各司其职,主持着不同类型的节目,承担着不同的传播任务。目前用于描述主持人概念的英文词汇有十几种,包括Host, Anchor, Moderator, Compere, Presenter, Journalist, Analyst, Newscaster, Sportscaster, 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(如表1-1所示)。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、讨论和辩论节目的主持人称为Presenter,德国则称为Moderator(原意为仲裁人、协调人,在游戏、竞赛节目中出现,后来在轻松讨论、辩论节目中出现)。

表 1-1 节目主持人称谓中英翻译一览表

英文词汇	主持人称谓
Broadcaster, Host	谈话节目主持人
Anchor	新闻节目主持人
Emcee	娱乐节目主持人
Commentator	解说员
Announcer	宣读员
Weatherman	气象节目主持人
Showman	演出主持人
Moderator	游戏竞赛类节目主持人

“节目主持人”的含义应该如何界定,历来存在多种说法,学术界也有所争议,但比较流行的有如下几种。

1985年,于礼厚在《新闻工作手册》中对主持人的定义是:“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、串联一个节目的各个部分,但也直接向观众或听众传播信息。”^①这种表述虽然不够精确和完善,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演讲者。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、演讲;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’。”^②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。

随着广播电视自身的发展和传播观念的演进,学者对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

① 刘洁:《电视节目主持人》,武汉大学出版社2004年版,第2页。

② 甘惜分主编:《新闻学大辞典》,河南人民出版社1993年版,第240页。

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。”^①主持人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。^②

以上几种观点,都从不同的角度阐述了主持人的含义。在这些概念中,最能被大多数人接受的是《广播电视辞典》里对主持人的解释: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驾驭节目进程,直接面对受众,平等地进行传播的人”^③。此定义较为科学和全面,抓住了主持人的本质特征,即与受众平等交流,用有声语言把握节目进程,和一个固定的节目联系在一起等。

三、节目主持人概念的界定

简言之,节目主持人可谓是节目进程的统领者、节目方针的体现者、内容上的组织者和主播者,这“四者”也阐述了主持人的定义——主持人是以“我”的个体形象出现在镜头和话筒前,为受众群准备并驾驭一档固定节目的演播主人。这一概念包含以下七大要素。

1. “我”的个体形象

节目主持人“我”的整体形象包括“小我”和“大我”。“小我”即主持人的个体形象、个体行为——主持人以个体形象出现,以个人身份和言谈举止出现在受众面前,各自拥有不同的语言风格和形象气质;“大我”指的是主持人的群体观念,主持人是节目群体的发言人、执行者。在我国,主持人是媒体的代言人,是党和人民的喉舌,是电台、电视台的“台标”,一言一行都受到群体、栏目、社会的制约,因此主持人不可随心所欲或肆意发挥。只有“小我”和“大我”相融合,才可以更直接、更平等地进行大众传播。

2. 镜头和话筒前

节目主持人借助镜头和话筒进行形象塑造和语言传播。在镜头和话筒前,节目主持人的任务是进行言语组织表达和空间运动处理。主持人在镜头前呈现出的样态,是观众理解节目内容、把握节目主旨的窗口。

3. 对象化

对象化传播是节目主持的一大显著特征。不同的节目主持人有着不同的受众群体,主持人总是以特定的受众群体作为对象在主持节目。面对不同的受众群,主持人的语言运用也各有差异,不能一概而论。如果用面对青年人的态度来

① 俞虹:《节目主持人通论》,杭州大学出版社1996年版,第7页。

② 俞虹:《节目主持人通论》,杭州大学出版社1996年版,第9页。

③ 赵玉明、王福顺:《广播电视辞典》,北京广播学院出版社1999年版,第212页。

与小朋友或者老年人进行沟通,节目主持的效果可想而知。

4. 准备

主持人在主持一档节目之前需要进行文化准备和节目准备。文化准备指的是节目主持人需要做出关于综合素质的积累和储备,而节目准备提倡主持人积极参与节目策划及制作的全过程。主持人每次播出前还需要做话题准备、人物资料准备及节目大纲准备等,这些准备的充足与否,直接关系到节目传播效果的优劣,影响着主持人个体形象塑造的好坏。

5. 驾驭

驾驭能力,即主持人对节目的掌控能力,也就是如何渲染主题、营造氛围、把握节奏、控制场面等。主持人的驾驭能力,关系到节目是否能够如期顺利展开。节目现场存在着一定的不确定性,特别是现场直播,所以整个节目未必能够完全按照预期准备而展开,这个时候,主持人的驾驭能力就显得非常重要了。

主持人的驾驭能力,并不是与生俱来的,更不是在短短几期节目中就能够形成的,而是一个持续努力和经验积累的过程,而持续的时间越长,往往越有利于主持人驾驭能力的提高。

6. 固定节目

只有节目固定、主持人固定、播出时间固定,才能产生真正意义的节目主持人,进而才能产生和形成相对稳定的受众群。主持人不是以节目多为荣,而是以做节目长久为荣,因为主持人只有长期做一档节目,才能逐渐形成鲜明的个性形象和主持风格,也才能证明是为受众所接受和喜欢的。深入人心的节目主持人,能够让受众在想起该节目时自然而然想到其主持人。

7. 演播主人

“演播”,并不是指表演性的播讲,而是指主持人动态的、有变化的、有发挥的当众性播讲,也就是主持人的二度创作。主持人每一次做节目都应该以主人的身份和态度,把受众当做朋友和客人一样接待和招待,这便是“主人”的含义。

四、节目主持人身份的独特性

谈及主持人的概念和身份,有必要将主持人与相关职业进行对比,找出不同之处。

(一) 主持人与播音员

节目主持人与播音员,虽然都属于电台、电视台的宣传员,都担负着传播信息、提供服务的责任,但这两种职业属于不同范畴。

1. 身份不同

播音员是指从事电台、电视台新闻报道等电子媒体节目播音工作的人。播音员是传达者和播读者,其职责是将信息传达给每个人,因此一般要求播音员在

播报新闻时字正腔圆,不带感情色彩。对播音员在音质、语言等方面的要求尤为严格。

而主持人在受众面前是一个真实的“我”的个体身份,是节目的一部分。因此,主持人与受众不能只是简单的“我播你看”的关系,而应是彼此信任、真诚相待的朋友关系。节目主持人应以鲜明的个性化色彩和人格魅力感染受众。

2. 职责不同

播音员的身份决定了其职责,即只负责播读稿件,一般不参与节目的策划等前期准备工作,也无需进行采访或参与节目制作,播音员只对播音质量负责。因此,播音员不可能成为节目的主导者。

主持人的活动贯穿了节目的全过程。主持人一般是固定主持某一档节目,与节目共生共荣,是一档节目的核心和灵魂。

3. 交流方式不同

播音员通常是进行“一对众”的交流,基本是单向传播,不能做到直接的双向交流。

主持人的交流对象较为具体,一般是“一对一”“一对几”,因此主持人在与受众沟通交流时,采用的是“交谈式”的说话策略,并注重与嘉宾和受众进行互动。

(二) 主持人与艺人

随着广播电视事业的发展,节目主持人的地位日渐提高,受到广大受众的瞩目,一些媒体甚至把主持人当做明星来进行包装,这便极易使公众甚至主持人本身对节目主持人这一角色在理解上出现偏差,混淆主持人与艺人的区别。

作为公众角色,主持人具有贴合公众社会心态符合公众审美心理的形象,人们在观赏节目之时,会适度调整自身形象和社会交往方式,因此受众从主持人处得到的不只是信息的收获,还包括审美的愉悦和满足。因此,节目主持人是运用其社会性角色与受众产生心理效应的。节目主持人应当抛弃“歌星”“舞星”“明星”等意识,以普通人的心态来对待自己的职业,以公众代言人的角色出现在节目中,这样才能真正走进广大受众的心里。

(三) 主持人与记者

节目主持人与记者的工作性质不完全相同。前者是“主持”,而后者是“报道”。记者的主要任务是采集和报道新闻,而主持人需要负责一档节目的实际播出。

然而,在一些节目中,记者和主持人虽然各有所长,但也有综合倾向,出现了“记者型主持人”,这类主持人进行的是深度报道,除了完成镜前访谈外,还要运用诸多背景材料来完成报道的全过程。“记者型主持人”除了要具备记者的基本素质外,更要善于把节目的各个部分串联成为一个有机统一的整体。

在美国和日本等国,“记者型主持人”被称为“报道员”(Reporter)。除了进

行现场采访和报道,他们还要参与到节目的前期构思策划和后期剪辑录音等,不难发现,这已然超越了一般记者的职责范畴,而是一个完整的、独立的节目主持人。

第二节 节目主持人的基本特征

任何职业都有其与众不同的特点,节目主持人也不例外。主持人的基本特征是其本质更为丰富的展现。作为节目进程的统领者、节目方针的体现者、内容上的组织者和主播者,节目主持人在一档节目中显得尤为重要。节目主持人有如下几大基本特征。

一、社会性

节目主持人的特征首先是其社会性。作为社会的一分子,主持人应该首先做好人,再做主持人。节目主持人的社会性首先表现在主持人作为社会人的属性和对社会环境的依存,也包括他所处的时代和社会环境对其产生的影响。主持人以其个体形象出现,表现集体意识,是传播活动的中介,在与受众的沟通和交流中传播信息,实现传播目的。社会存在决定社会意识。人们的社会意识会随着生存环境、生活条件、社会关系而变化,节目主持人的意识必然会打上其所生存的时代烙印,主持人的一举一动、一言一行也反映出一定社会性。

其次,节目主持人的社会性表现在主持人始终把追求社会效益放在首位。广播电视节目是由其带来的社会效果来衡量的,主持人的价值亦由其产生的社会价值来判断,它的基本功能是社会效益性。我们必须在充分考虑社会效益的前提下再谈经济效益。追求社会效益是主持人的最高原则。^①

二、可信性

节目主持人作为信息传播载体,要为受众提供他们所需要的政治、经济、文娱、社会服务等信息。要使信息产生较好的传播效果,就需要主持人在受众心目中具备一定的可信性。同时,主持人还要在某个专业领域主动寻求突破,这样才能成为一位有一技之长的主持人。

主持人的可信度,源自他高尚的道德情操、敬业精神、丰富的知识构架和扎实的业务功底。^② 主持人的人格魅力是受众对其产生信任的一大保证,但这不是一朝一夕可以形成的,需要在较长的时间和一定的受众范围中认可,即要有一

①② 俞虹:《节目主持人通论》,杭州大学出版社1996年版,第9页。