

名主持人名栏目丛书

道·业·惑

『实』说主持

曹可凡 著



曹可凡

节目主持人“门槛”有多高？
节目主持人“才艺”要多少？
节目主持人“功夫”在哪里？
节目主持人“表演”怎么看？
节目主持人“转型”有多难？



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

名主持人名栏目丛书

道·业·惑

『实』说主持

曹可凡 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书采用“专题互动、教学并行”的方式来展开,通过曹可凡老师的几个“弟子”对曹老师的访谈,将主持专业理论知识与实践经验浓缩于一个个大家关注、感兴趣的话题、主题、专题之中。面对弟子,就某一主题进行全面阐述,是为“传道”;弟子提问,具体情况具体分析加以解答,是为“解惑”;经典案例,形成文字供学生参考观摩,是为“授业”。经过这样的拆分,本书非但在形式上独辟蹊径、不落窠臼,更在内容上实现了学术精神与实践经验的有机结合。

总之,本书集结了八个专题讲座和两个节目案例的文本“合集”。是上海著名节目主持人曹可凡二十多年主持心得的精华浓缩,是曹可凡送给广大年轻主持人、主持专业学生及有志于成为主持人的青少年朋友的一份礼物。是一本既可以被称为学术著作,又可以被称为专业教材的好书。同时语言平实流畅幽默,也适合社会大众阅读。

图书在版编目(CIP)数据

道·业·惑——“实”说主持/曹可凡著. —上海:
上海交通大学出版社, 2011
(名主持人名栏目丛书)
ISBN 978-7-313-07775-2

I. ①实… II. ①曹… III. ①节目主持人—业务
IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 202906 号

道·业·惑

——“实”说主持

曹可凡 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787 mm×960 mm 1/16 印张: 18.5 字数: 234 千字

2011 年 11 月第 1 版 2011 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-07775-2/G 定价: 39.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-54742979

曹可凡 著
王嘉钰 主持
吴诗嘉 参编
李龙强 参编
詹 森 参编



(左一：吴诗嘉 左二：李龙强 中：曹可凡 右一：王嘉钰 右二：詹 森)

总 序

近几年,随着广播电视事业的飞速发展,造就了一大批名栏目和名主持人。早在2004年6月,中国电视艺术家协会主持人专业委员会举办“首届中国电视十大名栏目名主持人讲坛”。央视的《中国周刊》、《艺术人生》、《开心辞典》、《面对面》、《感动中国》,以及凤凰卫视的《时事开讲》,江苏广电总台的《南京零距离》、光线传媒的《娱乐现场》,北京电视台的《第七日》和东方卫视的《东方夜新闻》等栏目榜上有名。我们看到名栏目后面均会有一个名主持人,比如中央台的白岩松、朱军、王小丫和王志,北京电视台的元元等。那么,名栏目与名主持人之间又是一种什么样的关系呢?《中国周刊》的制片人王力军在接受本丛书编撰者的采访时曾说:“《中国周刊》可以说像是为白岩松量身定做的,有着白岩松鲜明的个性风格,白岩松也成了这个栏目的一个符号。但我更倾向于《中国周刊》的白岩松’,如果他真正达到布罗考那种地步,那可能就成了‘白岩松的《中国周刊》’。因为现在白岩松还是需要不断修正完善。而这两方面又是相互刺激的,首先我们要给他提供和规定一个方向,这是不能改的,另外我们会给他提供一个非常完整的方案,就是说我们要设想自己坐在主播台上会怎么说,这对主持人就是一个刺激,也是一个帮助。他的优点就在于他必须要亲自写出来,使用自己的表达体系,这是非常难得的。应该说白岩松与《中国周刊》有重合,也有分歧,这是很正常的。当然我也不排斥‘白岩松的《中国周刊》’的提法,因为中国的电视栏目需要带有主持人的个性,要做主持人的节目,个性化的节目。”由此可知,如果一个栏目能够使主持人的长处、

优点或者个性得以充分发挥,主持人就能够给栏目增色添彩,两者相得益彰,良性互动,就有可能打造名栏目,塑造名主持人。反过来,一个真正的名栏目不可能依靠一个平庸的主持人来造就,任何一个名主持人同样需要一个好的栏目作为展示自身才能的舞台。

主持人的个性化是名主持人共有的特点。不同的主持人,个性不同、气质不同、人生阅历不同、知识素养不同、个人兴趣不同,最后表现出来的风格、对不同收视群体的吸引力也不同。有着鲜明个性的主持人,是不可替代的。正如崔永元之于《实话实说》,孟非之于《南京零距离》。比如,《中国周刊》的前任制片人张巍在接受本丛书编撰者的采访时也曾说过:“白岩松在《中国周刊》这个栏目中,他的想法和能量的发挥还是恰到好处的,它跟这个栏目相对还是比较融洽的,很少出现表达不畅或者是有力使不出的状况。应该说在理念上重合的还是很多的,因为大家能在一起做还是志同道合的,价值理念、为人处世都还是比较搭调的,这是一个基础。”主持人与名栏目间存在着正向推进的关系。名栏目又往往是一个电视台(电台)全力打造的品牌节目,比如,《焦点访谈》、《艺术人生》、《开心辞典》、《非诚勿扰》、《中国达人秀》等,各地只要有10%左右叫得响的名牌栏目,就可以带动整个频道。对于这些品牌节目,电视观众往往会产生一种“惯性收视”,在观众中拥有较高的栏目忠诚度,而插播在这些栏目中的广告的到达率也较高,广告效果也会较为理想,使之备受广告客户青睐。特别应该谈到,主持人是品牌栏目的重要组成部分,节目的品牌体现在主持人的品牌上,从某种角度上说主持人就是一个品牌的人格化身。品牌栏目主持人除应具备主持人最基本的素质之外,最主要的是要与栏目的风格相适应。著名电视人孙玉胜在他的《我看电视之“主持人媒体”》中提及:“主持人是节目的品牌,品牌意味着产品质量的稳定性。只要牌子在,产品的品质就被观众信任着。”王志离开《新闻调查》加盟《面对面》,《新闻调查》制片人张洁说这直接导致观众流失一千万。这让我们不得不研究主持人与电视品牌节目的关系。我们提出一个正比定律:主持人兴,栏目则兴,反之亦然。正是这种互生关系形成一种良性的互动关系。

遥控器时代,观众在电视媒体的消费方面早已进入买方市场。节目品牌等无形资产的价值和重要性得到了前所未有的重视,人们在更换频道、选择节目的同时,有意无意地走向了品牌消费。对于电视台来说,电视节目的品牌不仅是简单的节目名称和栏目标识,还包含着受众的认知和肯定。从电视受众的角度看,品牌是节目在观众心目中的固定化和标识化,是长期观赏经验中积累的一种“集体无意识”,具有很强的吸引力、感染力和号召力。从市场营销的角度看,品牌既是无形资产的载体,也是提高收视率和广告收入的保证。从文化传播的角度看,品牌是节目的品位、特色、信誉的文化象征。品牌栏目不仅是一个电视台的立台之本,更是电视台稳定受众群和收视率以及经济效益的重要保证。我国电视节目及主持人的发展经历了艰难的生存阶段、稳定的生长阶段,目前正接近于成熟的“品牌阶段”,因此有人提出:农业时代竞争土地,工业时代竞争机器,信息时代竞争品牌。对于竞争日趋激烈的电视业界来说,创办名栏目,培育名主持人已经成为各家电视台的共识,创造高知名度、高信任度、高美誉度的品牌栏目及品牌主持人,同样成为节目追求的目标。

研究并关注名栏目、名主持人,以及名栏目与名主持人间的互动关系,具有重要的理论和现实意义。正是基于这样的初衷,我们在有远见卓识的上海交通大学出版社的大力支持下,力邀10余名多年从事相关研究及节目制作的专家、朋友编撰了本套“名主持人名栏目”丛书,从案例的择取、评析的角度、论证的深度以及对现实栏目及主持人“可持续发展”的关注度等方面都进行了较为有益的尝试和探索,希求能在迅猛发展的中国广播电视事业的汹涌激流中撷取颗颗璀璨的珍珠,与广大读者共同分享名栏目与名主持人“千磨万砺皆辛苦,吹尽狂沙始到金”的制作历程和品牌内涵,共同寻求“众里寻他千百度,蓦然回首,那人却在灯火阑珊处”的品牌经营路径,共同展望“百般红紫斗飞雪,别样婀娜向柳枝”的美好前景。

这是一种品牌

王 群

这些年一直和可凡合作写节目主持人的书，这次转型为本书写序，感觉很新鲜。更让我感到新鲜的是这本书的体例在同类书中很是少见——对话体。对话的一方是可凡本人，一方则由一位刚踏上节目主持专业的青年教师王嘉钰带领下的几个还在高校学习节目主持专业、正嗷嗷待哺的学子。

可凡自然不是这几个学子的专业教师，用他自己开涮的话来说，他只是他们的“奶妈”。这虽然是一句玩笑话，但使我不禁想到，在目前节目主持专业“亲妈”、“奶水”显得紧缺之时，“奶妈”的哺育就显得弥足珍贵了。

当然，不是什么节目主持人都愿意、都可以担当“奶妈”这一角色的。

首先，我想这个“奶妈”得有一份热心、爱心，热爱这些孩子，乐于做“奶妈”。和可凡的交往中，我发现他身上不乏助人为乐的精神。朋友的事自然是两肋插刀，即使是素不相识的人，他都愿意伸出援助之手。收养孤儿，慈善捐款，哪怕是出租车司机、小饭店老板，他都会热情地助上一臂之力，更别说这几个对他顶礼膜拜的学子了。

对话既是撰写本书的一种创意，也确实是这些年来在可凡与这几个学子相处时常常出现的场景。亚圣孟子有一句言行不一、自相矛盾的话“人之患在好为人师”。如果西方人特别显得有绅士风度、用得最多的一句“May I help you?”是一种“病”的话，那么，可凡的确

“病”得不轻了。我知道可凡几年如一日,对这些孩子可称得上是“海而不倦”了。

其次,我想这个“奶妈”得有一些资本、条件,“奶水”一定要足、要浓,要有丰富的营养,适于做“奶妈”。30年来,我可谓近距离见证了可凡的茁壮成长。我不仅见证了他的身材日趋肥硕,而且见证了他的专业实力不断雄厚,见证了他从节目主持界的硬席到软席,最终成为上海乃至全国享有一定知名度的节目主持人首席。

在如今多元化的时代,不敢说所有的观众都喜欢可凡,但可凡身上所具备的素质,足以使他成为一个好“奶妈”。

节目主持人队伍中有一个不容忽视的现象,不能说半路出家的都能成为优秀的节目主持人,但至少目前著名节目主持人中半路出家的还真不少。白岩松、崔永元、杨澜等人,包括曹可凡在内就是明证。我想个中原因,除了他们本身具备了同专业院校培养出来的节目主持人一样的口语传播能力以外,与其说他们都有其他的学科背景,还不如准确地说是他们有着比其他节目主持人更广阔的文化视野、更深邃的思维畛域、更上品的审美取向。

可凡原本是医科大学的硕士研究生、教师,平时爱好广泛,京昆、曲艺、字画、文史和古典音乐皆有涉猎。偏爱传统文化的他,至今不用电脑,拒绝驾车,刚会收发短信,喜欢跟老人交往,是一个爱喝咖啡的老派人。我想这便是形成可凡雅而不迂、俗而不浅、庄而不腐、谐而不薄的雅俗共赏、亦庄亦谐主持风格的内在动因。

可凡广泛的人脉关系和出色的沟通能力,让我这个做他节目策划的更是钦羨不已。且不说《可凡倾听》每一期的嘉宾基本上都由他亲自搞定,单说这几年的春节特别节目,无论是身在海外的牌儿,还是国内的腕儿,无论是比他年长的还是年轻的角儿,一台节目几十位嘉宾,不能说一呼百应,至少也能说有求必应,每年节目录制现场高朋满座,可凡与他们谈笑风生,好不融洽。我想这便印证了我们常说的要做好节目主持人首先要做好“人”的道理,这便是我们常说的要做一个优秀的节目主持人必须具备的人格魅力。

“师者，传道授业解惑也。”无疑，传道和解惑则是为师的第一要素。可凡未必为这些弟子系统地传授过节目主持的基本功和技巧，但他的素养和人格足以对这些弟子产生深远的影响。

“不是什么牛奶都能叫特仑苏的。”同理，不是什么节目主持人都能叫曹可凡的，因为这是一种品牌、一种精神。

本书取名为“实说”，实乃一本有价值的“师说”，值得一读。

可凡写了一本新书

赵忠祥

可凡又要出书了，邀我为他作个序，我们相识日久，于公于私都义不容辞。

原以为这会是一本杂记随笔——近些年主持人出书的为数不少，但多是生活随笔之类。看过可凡的书稿才知道，这是一本有关电视节目主持的学术著作。书中没有什么晦涩深奥的理论和时尚的学术用语，但每一字每一句，都是可凡自1987年从业至今，在镜头前、舞台上所积累、所领悟的心血精华化作的质朴诚挚的文字。

可凡是我多年的好友，同时也是电视战线上的亲密“战友”。虽然作为电视人，我的资历长他许多，但作为主持人，他和我却同为“80一代”的“元老”——因为中国电视荧屏上出现主持人是从上世纪80年代改革开放初期开始的，从节目主持人在中国电视荧屏上诞生伊始，我和他便一南一北，奋战在同样的“战场”之上。唯独不同的是，如今的我会渐渐隐去，而比我年轻二十余岁的他依然作为上海电视荧屏的领军人物活跃在荧屏上。

所以说，可凡是我们当中的一位“年轻的老兵”。我们一道经历与见证了中国电视主持人成长的第一个十年，参与开拓和推动了中国电视主持人发展的第二个、第三个十年。接下去，可凡还将以壮年之力参与引领中国主持人队伍朝着更高、更远的方向前行。

能参与这一使命的“老”同志，虽不能说只有可凡一人，但兼具这份资历和能力的人的确是凤毛麟角、屈指可数。纵观现今电视主持界，上世纪80年代入行的同行们，因为各种原因有的改行、有的隐

退,大多已离开了主持人的岗位;当然有个别坚持到现在的,像我一样不过发挥余热而已。像可凡这样视主持职业为生命的人,二十多年来一直在坚守,久经考验仍安然屹立,且勇于开拓、与时俱进,实在难能可贵。

我想,再过二十年,当我们迎来中国电视主持人五十周年庆典的时候,依然有可能以现役主持人身份站上领奖台的“80一代”主持人,或许只有可凡一人了。可凡,是一个“长青”的主持人,并且势必还将不断延长他的主持生命。

那么,究竟有什么秘诀,能够让可凡在新老交替如此频繁的中国电视主持界仍然光彩照人?这无疑是他先天条件与后天努力共同作用的成果。

如今主持人队伍中,很多人是半路出家,可凡是一个典型。他本科、硕士学的是医科,由于电视事业的需要和他自身的素质,居然一路走来顺风顺水,展示出了他出众的语言天分。在荧屏上他的吐字发声、语音语调、语感节奏这些专业素质毫不亚于一些科班出身的主持人。此外,他对人物语言的模仿能力,外语、方言的学习能力,待人接物时的沟通与交流能力都体现了他出众的技艺才华。

主持人应该具备多方面的爱好与修养,拥有与各行各业的人平等交流的丰富学识。可凡多才多艺,他喜爱高雅艺术,对国内外各种传统艺术形式如数家珍——他能唱京剧、越剧、黄梅戏,会说相声、弹词、滑稽戏;无论是西方的油画、歌剧、古典乐,还是中国的书法、金石、水墨画,都有着挚爱之情和鉴赏能力。他喜欢看书,而且能够博闻强记、举一反三;他也喜欢交朋友,几乎每一个接受过他采访的人都愿意把他视作自己的好友;他喜欢当“学生”,程十发、陈逸飞、施蛰存、黄苗子、黄永玉都是他的老师;他也喜欢当老师,在上海电视台的许多青年主持人的成长历程中,都得益于“曹老师”的关心指点与提携。

除此以外,在可凡身上还有一点尤其可贵——他是一个敬业的主持人。毋庸讳言,主持人附有神圣的时代使命,但所处的环境却

是一个充满是非的名利场。唯有把自己的职业视作党和人民赋予的责任,爱岗敬业,以观众的利益为重,对主持艺术的追求无止尽的人才有可能坚守,才有可能无欲无求,才有可能修成正果。

可凡颇有专心致志对主持事业的深情厚谊,崇尚文化人的风骨。自1987年走上主持舞台之后,就将这份工作当成了自己的终身事业,无论顺境还是逆境、阳光还是风雨,都不离不弃、坚持再坚持,把自己的全部精力都放在了主持事业之中。

不仅如此,在节目中,他还始终以弘扬高雅文化为己任,不低俗、不媚俗。对于当下的一些不正之风和假恶丑的存在,不粉饰、不遮掩,该说就说、该评就评。他做的《可凡倾听》,从收视率角度来看或许未必是最高,但他通过节目所保留、传承下来的文化精神,定会有史为证,不追求单一的收视份额,力求彰显社会价值才是他的追求。

其实我们的电视节目始终肩负着时代使命,弘扬正气,反对媚俗。在此,我也愿把我入行之初前辈领导对我的教诲与大家分享。

梅益这个名字我曾多次在业内发言时提问“有知道的请举手”。结果令后人尴尬,鲜为人知。我又问“读过或听过《钢铁是怎样炼成的》请举手”。哗,手竖起来像一片小树林,这本影响多少代人的书的译者就是梅益先生,他是上世纪五六十年代中央广播事业局局长,在他的任内培养出齐越、夏青、林田、葛兰、张之等优秀播音艺术家,我能够进入中央电视台正是他拍板决定的,因此,他是我的恩师。上世纪50年代,他有一句名言:“我们的节目应体现三点精神,即:知识性、欣赏性、趣味性。”我至今把它当成座右铭。

一直以来,在中国电视主持界、业界与学界,教学与实践的联系一直都比较薄弱。专家学者很少有主持实践,一线主持人又很少有机会进入学校给学生上课,更少有知名主持人出版学术性质的专业著作。究其原因,首先是因为我们多数主持人是实践者,是“运动员”,而非“教练员”,理论功底尚待时日的积累。虽然在实践上轻车熟路、得心应手,但若要把实践转换成为具有普遍指导意义的知识

体系,仍尚需努力。有些人理论水平比较高,也往往会由于平日工作繁忙、俗务太多而没有足够的时间和精力去从事常规教学与教材编写工作——当然,也不能把理论的研究工作完全寄托于主持人身上,正如20世纪形成的三大“表演体系”也并非出自名优之手。

而可凡的这本书,却是一次十分可贵的尝试。在书中,他将自己二十多年来对主持人、对节目主持艺术的体会与经验和盘托出、倾囊相授、毫无保留。之前我也曾听说,可凡不单在台里大力提携青年主持人,还在高校播音主持专业中收了几个资质不错的小“弟子”,大力培养主持新人。今天,通过这本书,我更感受到了可凡在传授业界经验心得、帮助年轻人成长成熟、提升主持队伍整体水平方面的良苦用心,这一点也是他能够得到同行尊敬的原因。

每一位真心喜爱电视节目主持艺术的年轻人如能阅读这本可凡的“倾心之作”,当会发现这十几万言好似一杯浓缩咖啡,只需啜饮一口,便能体味到二十余年来电视从业者的率真与时代愈发美好的浓郁与芳香。

目 录

这是一种品牌	王 群
可凡写了一本新书	赵忠祥

第一章 主持人的“门槛儿” / 001
第二章 主持人的“说学逗唱” / 024
第三章 功夫在诗外 / 049
第四章 综艺主持,还是综艺主“演” / 076
第五章 主持人身边的“双刃剑” / 098
第六章 主持“无声胜有声” / 130
第七章 “专家主持”面面观 / 153
第八章 主持人“转型”有多难? / 174
第九章 《可凡倾听》赏析(一) / 196
第十章 《可凡倾听》赏析(二) / 236
后记 / 276

第一章

主持人的“门槛儿”

主持人：

电视节目主持人，在人们心中是一个很“微妙”的职业。有的人觉得它像明星一样高不可攀，也有人觉得没啥了不起——长得不好看可以当主持，比如崔永元；声音不好听可以当主持，比如毕福剑；普通话说得差也可以当主持，比如刘仪伟；没头脑没思想同样可以做主持，比如一批又一批“花瓶”主持人……总之，相对于歌手要有好嗓音、演员需要好演技、模特需要好身材、运动员需要健壮的体格，主持人的就业“门槛儿”似乎特别模糊——他似乎有很多条件，又似乎没有任何一样必备条件。

正因为主持人这份职业同时具备高知名度和不确定的入职标准，近些年在社会上掀起了一股“主持人热”。参加小主持人培训班的小学生越来越多，报考大学播音主持专业的中学“艺考生”越来越多，甚至报名礼仪主持人资格考试的下岗职工也越来越多。在这种社会需求的刺激下，各大高校、艺校、社会培训机构不管有没有条件，争相开设主持人专业、主持人培训班，组织主持人大赛、主持人学术交流……尽管在这其中，真正了解什么是主持人的凤毛麟角。

因此，在我们这本书的开头，有必要先请曹可凡老师为我们讲一讲，到底什么是主持人，主持人的入职“门槛儿”到底有多高、有多少，一个合格的主持人应该具备哪些本领和技能。

首先，让我们进入本章的第一部分，一同聆听曹可凡老师——〈实话实讲〉。

第一节 什么是主持人

说起主持人的“门槛儿”，这确实是一个很复杂，也是很有意思

的话题。要说清这个问题,首先要理解“电视节目主持人”这个职业,或者说这个名词的概念。

电视节目主持人在中国诞生至今三十多年,曾经有无数学者、业者在论文中、在书本上给“主持人”下过各不相同的界定。有人认为电视节目主持人是电视播音员队伍中的一分子;也有人认为电视节目主持人是与电视播音员毫无关联的一种独立的新兴职业;更有人认为主持人的概念足以涵盖播音员这一传统职业;而现在随着综艺节目的兴盛,又有人将主持人归纳到艺人的范畴之中……

但无论如何定义、如何划分,有这么几点,是每个人都无法否认的。首先,电视节目主持人,是一群需要在电视荧屏上“抛头露脸”的人;其次,电视节目主持人之所以要在荧屏上“抛头露脸”,是因为他们需要面对观众(虽然在多数时间里,主持人面对的只是一个冰冷的镜头,但对观众的“观感”而言,主持人确实是面对着他们)说话;第三,电视节目主持人之所以要在荧屏前对着观众说话,是因为他们需要面对观众传递或交流信息。

简而言之,电视节目主持人是一种在电视荧屏上与观众“面对面”传递或交流信息的特殊职业。

有了这个职业角色的界定,我们就可以沿着这条思路去理解,电视节目主持人的“门槛儿”到底有哪些,这些“门槛儿”又是因何而产生的了。

第二节 表面的“门槛儿”有哪些

首先,既然电视节目主持人要在荧屏上露脸,那就一定要是一个“乐见”的人——观众得愿意看他的模样。看脸蛋,女的最好貌美如花、秀丽若山,男的最好英俊潇洒、貌似潘安;论身材,女的最好身形高挑、婀娜多姿,男的最好高大威武、玉树临风……

爱美之心,是人类最原始的本性之一,以貌取人,也素来是人们