

国家级应用文科综合实验教学示范中心系列教材

卜晨光 王文君 林超 编著

UANGBODIANSHIBOYINZHUCHI

广播电视播音主持 实验教程



国家级应用文科综合实验教学示范中心系列教材

卜晨光 王文君 林超 编著

UANGBODIANSHIBOYINZHUCHI

广播电视播音主持 实验教程



中国
广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播电视播音主持实验教程/卜晨光, 王文君, 林超编著. — 北京: 中国广播电视出版社, 2012.2

国家级应用文科综合实验教学示范中心系列教材

ISBN 978-7-5043-6606-1

I. ①广… II. ①卜… ②王… ③林 III. ①播音—语言艺术—教材②主持人—语言艺术—教材 IV.

①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 012707 号

广播电视播音主持实验教程

卜晨光 王文君 林超 编著

责任编辑 高子如 王天盈

封面设计 亚里斯

责任校对 张莲芳

出版发行 中国广播电视出版社

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 涿州市京南印刷厂

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数 344(千)字

印 张 17.75

版 次 2012 年 2 月第 1 版 2012 年 2 月第 1 次印刷

印 数 4000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-6606-1

定 价 35.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)



目 录

总论 广播电视播音主持工作概述	1
第一节 播音主持工作的职业认知	1
一、职业属性	1
二、社会属性	3
三、传播定位	4
第二节 播音主持工作的素质构成	5
一、素质构成的基础要素	5
二、素质构成的发展要素	8
第三节 播音主持工作的发展趋势	9
一、传播个性化	9
二、传播专业化	10
三、传播人文化	10
四、传播国际化	11

上篇 播音主持基础理论

第一章 普通话语音	15
第一节 声母	16
一、基本理论	16
二、普通话声母的发音	18
三、零声母	20
四、声母发音的实验训练项目	20
五、对应性练习	21

第二节 韵母	23
一、基本理论	23
二、普通话韵母的发音	24
三、韵母发音的实验训练项目	27
四、对应性练习	28
第三节 声调	30
一、基本理论	30
二、声调发音的实验训练项目	31
三、对应性练习	32
第四节 语流音变	33
一、基本理论	33
二、语流音变的实验训练项目	34
三、语流音变中变调、儿化和语气词“啊”的变化等对应性练习	35

第二章 播音发声

一、发声的物理基础	38
二、发声的生理基础	39
三、发声的心理基础	39
四、播音发声的特点	40
第一节 呼吸控制	40
一、播音发声采用胸腹联合式呼吸方法	41
二、呼吸控制的实验训练项目	42
三、对应性练习	43
第二节 口腔控制	54
一、加强口腔控制是保证播音发声质量的关键	54
二、咬字器官和吐字归音	54
三、口腔控制的实验训练项目	57
四、口腔控制的其他对应性训练	58
第三节 喉部控制	78
一、喉部控制要领	79
二、嗓音保护	80
三、喉部控制的实验训练项目	81



四、喉部控制中音高变化的对应性练习	84
第四节 共鸣控制	87
一、共鸣器官	87
二、播音发声共鸣的特点与共鸣控制	87
三、控制共鸣的实验训练项目	88
四、对应性练习	89
第五节 声音弹性	91
一、如何获得声音的弹性	91
二、声音弹性的实验训练项目	91
三、对应性练习	93
第六节 情声气结合	98
一、基本理论	98
二、情声气结合的实验训练项目	98
三、对应性练习	99

第三章 备稿技巧

一、基本理论	107
二、示例分析	109
三、备稿技巧的实验训练项目	111
四、对应性练习	114

第四章 语言表达内部技巧

第一节 情景再现	120
一、基本理论	120
二、示例分析	121
三、情景再现的实验训练项目	122
四、对应性练习	124
第二节 内在语	128
一、基本理论	128
二、示例分析	130
三、内在语的实验训练项目	131
四、对应性练习	131

第三节 对象感	138
一、基本理论	138
二、对象感的实验训练项目	139
三、对应性练习	141

第五章 语言表达外部技巧

第一节 停连	151
一、基本理论	151
二、停连的实验训练项目	152
三、对应性练习	153
第二节 重音	156
一、基本理论	156
二、重音的实验训练项目	157
三、对应性练习	158
第三节 语气	161
一、基本理论	161
二、语气的实验训练项目	162
三、对应性练习	162
第四节 节奏	166
一、基本理论	166
二、节奏的实验训练项目	167
三、对应性练习	169

下篇 播音主持创作实践

第六章 新闻节目播音主持与实践

第一节 消息播报	175
一、消息播报的语用特征	175
二、消息播报的基本技能	176
三、消息播报案例分析	177
四、消息播报能力实验	182



第二节 新闻评论	187
一、新闻评论基本理论	187
二、新闻评论案例分析	188
三、新闻评论能力实验	200
第三节 新闻专访	213
一、新闻专访基本理论	213
二、新闻专访案例分析	214
三、新闻专访能力实验	222

第七章 谈话类节目主持与实践

第一节 我国谈话节目的发展现状	223
一、节目数量大，涉及主题丰富	223
二、主持人数量多，水平参差不齐	224
第二节 谈话节目主持策略	224
一、角色定位是前提	225
二、人格素养是关键	226
三、语言表达是基础	227
四、参与策划是核心	227
五、知识储备是要求	228
第三节 谈话类节目主持案例分析：北京卫视《巨星秀——董卿》节选片断	229
第四节 谈话类节目主持能力实验	239
一、实验目的	239
二、实验要求	239
三、实验环节	239
四、实验素材	239

第八章 综艺娱乐节目主持理论与实验

第一节 综艺晚会主持艺术	240
一、综艺晚会主持策略	240
二、综艺晚会主持案例分析	242
三、综艺晚会主持能力实验	242

第二节 娱乐节目主持艺术	242
一、娱乐节目主持策略	242
二、娱乐节目主持案例分析：中国国际广播电台《飞鱼秀》内容节选	244
三、娱乐节目主持能力实验	256

第九章 现场报道的理论与实践

第一节 现场报道的传播特征	258
一、现场报道的类型划分	258
二、优化新闻传播质量	261
第二节 现场报道的职业要求	263
一、信息整合能力	263
二、现场驾驭能力	265
三、信息传播能力	266
四、过硬的应变能力	268
第三节 现场报道的案例分析	268
一、白岩松现场报道：台风中心经过台湾	268
二、白岩松现场报道：21 点 10 分左右为神七发射最佳时间	268
三、连线张泉灵外交部记招现场报道：中外记者最关心的问题	269
四、[玉树大救援] 张泉灵·现场报道	270
五、记者招待会现场报道：问责制和环境部设立的问题	271
第四节 现场报道能力实验	272
一、实验目的	272
二、实验要求	272
三、实验环节	272
四、实验素材	272

参考文献	273
------------	-----



广播电视播音主持工作概述

在全球信息传播迅猛发展的媒介新时代，广播电视作为我们广大电视受众再熟悉不过的传统媒体一直拥有着旺盛的生命力。我们欣喜地看到，广播电视媒体在竞争激烈的传播生态环境中，以积极的姿态适应媒介融合的新趋势，在品牌推广、媒介运营、节目创新等环节不断拓展思路、推陈出新，给广大受众带来了愉悦的视听享受。

值得一提的是，作为广播电视媒体的形象代言人——播音员、主持人群体也在长期的实践过程中不断发展变革、彰显新意，已然成为两大传统媒介蓬勃发展的缩影。他们的人格魅力、职业品质、社会价值与丰富的节目类型、新颖的节目形态、开放的节目主题相得益彰，越来越多高水平、显个性、有潜质的播音员和主持人进入了我们的视野，并引起了我们的普遍关注。

作为教材的开篇文章，“总论”内容将从广播电视播音员、主持人的职业认知、素质构成和发展趋势三个方面入手，对广播电视节目播音主持工作的基本属性、必备素养和前景设计等问题进行较为详细的阐述，以求使学习播音、主持的学生对广播电视播音主持工作有一个较为全面的把握和较为清晰的认识。

在学习本章过程中，初学者应对文中提及的相关概念化表述加深理解和体会，这将为广播电视播音主持专业素养的全方位理解奠定良好的理论基础，也为做好播音主持工作树立了带有标志性的正确理念。

第一节 播音主持工作的职业认知

一、职业属性

1. 有声语言传播者

对于广播电视播音员、主持人而言，有声语言是其重要的传播工具，这一点毋庸置疑。

疑。播音员和主持人的有声语言传播包括消息播报、文艺作品演播、即兴口语表达、影视配音等方面,应该说,播音员和主持人几乎承担了广播电视媒体所有的有声语言创作任务,他们出色的有声语言创作在广播电视节目输出过程中起到了信息传递和审美提升的良好传播效果。

作为广播和电视的授传者,广大电视观众和广播听众对众多优秀播音员和主持人的有声语言表达有着深刻的印象:以齐越、夏青为代表的老一辈播音员用他们富于中国特色的播音风格影响了几代人;新的历史时期,新闻主播大气庄重、字正腔圆的播音风格,新闻评论节目主持人逻辑清晰、观点明确的观点论述,综艺节目主持人亲和感人、幽默情趣的语言串联,影视配音员风格鲜明、富于个性的语言作品等又彰显出显明的时代特征。

需要强调的是,虽然有声语言作为播音员和主持人的传播载体和工具,但是和相声、小品等艺术形式相比,播音员和主持人绝大部分的语言创作不是艺术创作,而是带有艺术美学特征的信息传播活动,这是我们必须认清的本质属性。如果将播音员和主持人的有声语言表达完全当作或者过度强调其是艺术创作,那就会导致弱化其信息传播地位、淡化其信息服务价值的错误认知。

2. 新闻工作从业者

“播音员、主持人首先是党的新闻工作者,在任何节目中都要注意把握正确的舆论导向,坚持先进文化的品位格调”,这是我国著名节目主持人研究专家吴郁教授对播音员和主持人职业属性的客观概括。的确,在我国无论是电视新闻播音员(主播)还是日益丰富的类型化节目主持人,都是在广播电视媒介的公共传播平台上进行信息服务和节目创作。既然广播和电视作为传统新闻媒体存在,那么播音员和主持人的新闻属性就是其“与生俱来”的职业特质。

作为新闻工作者,播音员和主持人在日常工作中就应该符合对新闻工作从业者的共性要求,例如:在节目中要遵循新闻传播的规律、秉持客观公正的观点、坚持正确的价值导向、保持独到敏锐的视角、宣传党和政府的方针政策,在生活中要关注人民群众的诉求、强化传播技能的训练、具有敢于担当的品质。也正是因为广大播音员和主持人具备了这些共性要求,才使得其在节目中的工作成效得到有力保障和强劲支撑。

此外,对于播音员和主持人而言,还应该强化自身的主观能动性,能够清醒的认识到要运用自身良好的声屏形象和积极的工作状态,以此来更好地树立新闻工作者的“公信力”和“美誉度”,力求让广大电视观众和广播听众在全面领略播音员和主持人传播风采的同时,更能深切感受到新闻工作者的职业价值和现实意义。



二、社会属性

1. 党和政府信赖的“喉舌”

“播音主持工作的社会属性是由其隶属的电台、电视台的性质决定的，我国的广播电视工作是党领导下的有中国特色的社会主义广播电视事业，广播电视是党和政府的喉舌，是重要的思想文化传播领地，播音主持工作当然要坚持党性原则，自觉贯彻‘三个代表’重要思想。”^①这无疑是告诉我们，作为播音员、主持人拥有过硬的思想政治素质的重要性和必要性，绝对不能忽视。

随着广播电视节目形态的拓展和节目主题的延伸，播音员、主持人的话语空间和传播自主权也变得更为广阔，我们自然为播音员与主持人创作空间的多维度的变革感到欣慰。但是需要说明的是，广大播音员和主持人要更加自觉地将自身的话语空间设计好、利用好、把握好，要始终保持优良传统，要有明确的“身份感”，要恰切的用好“话语权”。播音员和主持人要将党和国家的大政方针政策分析到位，法制节目主持人要将社会主义民主法制进程解读到位，综艺娱乐节目主持人要将中国特色的艺术之美和幽默智慧表现到位，财经节目主持人要将国家的惠民经济举措与改革发展稳定的经济形势呈现到位……建设社会主义和谐社会是党和政府的发展目标，围绕和谐主题，广播电视节目播音员与主持人应借助愈加广阔的实践平台，坚持正确的舆论导向、把握明晰的传播逻辑、发挥高端的言语优势——做党和政府信赖的“喉舌”。

2. 广大受众关注的“明星”

随着媒介时代的到来，收看电视、收听广播已然成为大众百姓接受信息、获取娱乐的有效途径之一。那么在受传过程中，播音员和主持人作为信息传播的主要载体，也极易引起受众的普遍关注，再加之媒体对于播音员和主持人“明星化”的包装，播音员和主持人的工作特殊性日益强化了其在广大受众中的“明星效应”，他们在节目中的语言表达、价值取向、形象气质等都成为了受众津津乐道、学习模仿的对象。

的确，这种现象的客观存在具备一定合理性，但需要进一步强调和说明的是播音员和主持人应该如何看待这一现象。如果只是一味地沉醉其中显然是不可取的，没有任何意义，毕竟播音员和主持人的职业属性是新闻工作者，而不是演艺明星，这一点基本定位要准确。同时，随着大众媒介素养的提升，其对播音员和主持人的工作质量有了更为理性甚至是略显苛刻的评判，换句话说，过分沉迷“明星”身份而不重视自我完善的播音员和主持人只能是华而不实的“昙花一现”。

^① 吴郁著，《当代广播电视播音主持》，复旦大学出版社，2005年，第2页。

而正确的做法是,广大播音员和主持人要运用好人民群众的“授予声望”功能,在工作和生活中严格要求自己,注重自身的内涵修养,优化自身的传播技能,把握自身的价值取向,提升自身的职业目标,所有这一切不仅仅是为了信息传播本身的需要,更为重要的是它将在一定程度上引领受众、回馈社会。

三、传播定位

1. 准确理解自身的中介位置

众所周知,广播电视播音员和主持人是媒介文化和大众传播过程中最活跃的元素,他们或是在节目中采访与新闻事件相关的当事人、专家,或是利用自身的专业积累进行节目的组织、串联、评述。他们在节目中以广大受众的审美期待和节目本身的传播诉求为出发点,结合自身的业务素养,以平等、真诚、亲和、客观的传播态度推动着整个节目进程平稳、顺畅、高效的向前发展,如果用传播学的相关概念来简化和概括播音员和主持人的传播定位,那就是在从“信源——信宿”的传播过程中,他们扮演了“中介者”的传播角色,也就是传播要素构成中的中介位置。

当然,要做好节目与受众之间的“中介”并不容易,它需要播音员和主持人切实的处理好两组关系:一是和节目之间的关系。要求播音员尤其是主持人要能够不仅仅只关注自身传播终端的工作职责和内容,还能够积极主动地参与节目的前期选题、策划、采访过程中,只有深入的“浸入”,才能够全面掌握节目的传播目标和传播价值,这种对节目本质的理解将有助于播音员和主持人更好地完成其传播中介的职责。二是和受众之间的关系。要求播音员和主持人建立起尊重受众、理解受众、服务受众的传播理念,从内心深处意识到受众的重要性,当然尺度和分寸应该把握好,也就是说尊重理解受众不等于一味的迎合受众,二者具有本质的区别。

2. 主动培养自身的协作意识

在业务实践过程中,播音员和主持人长期占据着节目终端的位置,广大受众很容易将播音员和主持人的工作效用强化,而忽略了广播电视媒体其他工作群体的作用,如编辑、记者、导演、导播、舞美、音响、化妆、策划、制片、监制等,虽然在节目结束时,节目工作人员的名单会以拉滚字幕的形式出现,但已很少有受众会具体关注。这是受众的关注心理,是可以理解的,因为其不参与整个节目生产过程。但对于播音员和主持人而言,则不能有这种忽视他人的心态,而要培养自身的协作意识和团队精神,具体要求有两点:

一是建立起与节目制作团队的协作意识。要求其在工作中善于沟通交流、善于理解把握,只有这样才能最大限度的掌握节目的主旨、素材、思想、脉络。也只有这样,播



音员尤其是主持人才能有的放矢、事半功倍的完成节目播出任务,并顺利实现节目“把关人”的作用和价值。

二是建立起与节目嘉宾的协作意识。要求其在节目录制过程中,能够在充分尊重嘉宾的基础上,把更多的“话语权”交给嘉宾,绝不是盲目突显自己的分析评论能力。此外,还要认识到主持人与嘉宾是一个传播整体,而嘉宾恰恰是节目主旨的重要传播载体,要切实做到二者之间的合作是默契的、主次是有序的、重点是突出的、逻辑是鲜明的,这也是播音员和主持人的必备素质。

第二节 播音主持工作的素质构成

一、素质构成的基础要素

1. 良好的语言功力

对于播音主持工作而言,是否具备扎实的语言表达能力是至关重要的,由于广播媒介的传播仅仅是依靠声音,所以对于广播节目主持人而言,有声语言的创作与表达就是核心了。现代广播节目主持人在语言功力方面的修养是一个共性问题,共性是具有代表性和普遍意义的。对于现代广播节目主持人而言,语言的规范性和艺术性是需要继承的优良传统,是应该始终保持和坚守的。所谓“规范性”,是对广播节目主持人的最起码的要求,被反复批驳的“港台腔”、“男声女气”等现象是应该被屏弃的,这是毋庸置疑的。所谓“艺术性”,用车尔尼雪夫斯基的话说,即:“每个字句都不仅要用的恰当,而且它还应该是必需的,不可避免的。要尽量少用字,没有简练就没有艺术性……”^①

“广播中,有声语言必须规范,应该成为一种共识。语音、语法、修辞、语调……都应按照普通话的要求,严肃认真地对待”^②;“信息传播不能不力求具有艺术的魅力。有声语言的美感不仅是声音圆润、吐字如珠,更包含着以事省人、以理服人、以情动人的魅力,这需要更高的语言技巧、更强的语言功力、更深的语言造诣。”^③ 这是中国播音学科奠基人张颂教授对播音员、主持人语言的精彩论述。

而现在的一些播音员和主持人在语言功力上存在着较大的问题,在节目中,他们状态过于放松,为了追求所谓的“本我”,体现所谓的“个性”,将自身的语言表述归于生

^① 鲁景超,《广播电视即兴口语表达》,中国传媒大学出版社,2000年,第30页。

^② 张颂,《语言传播文论》,北京广播学院出版社,1999年,第193页。

^③ 张颂,《语言传播文论》,北京广播学院出版社,1999年,第194页。

活的原生态,他们认为字正腔圆已经成为“过去时”。还有的播音员和主持人认为现在的广播电视节目是以直播为主,直播的节目形态本应使主持人的状态更加积极,可他们却认为“语言断断续续就是直播的状态”。持有以上观点的节目主持人似乎已经完全忽略了自己在广播电视媒介中的优质的有声语言表达形象。

在此需要再次强调的是,播音员与主持人作为以有声语言表达为工作手段的信息传播者,应该时刻将“精粹口语”作为自己的语言标准,以达到理想的传播效果。新时期的播音员和主持人处在一个较为“宽容”的大众传播环境中,广大受众能够乐于接受不同的语言风格,但这并不意味着受众降低了对其在语言功力的基本要求。所以,播音员和主持人仍需要在语言的规范性和艺术性上着力,将有声语言表达作为自身的长期业务扎实有效地开展实践。

2. 过硬的身心素质

在播音员和主持人的业务实践过程中,从业者深切的体会到过硬的身心素质的重要性和必要性。面对镜头的从容而不失积极的心态,面对观众淡定而不失亲和的表现,直播报道稳定且保证水准的发挥,所有这些都将以良好的身体和心理素质作为有效支撑。

以新闻播音员为例,在播出准备过程中,其应保持良好的身体状态和舒畅心情,才能保证其在播读新闻稿件时精力充沛、气息通畅,以达到信息清晰、准确的传递给受众;再以广播夜话节目主持人为例,在节目中,很多打进热线电话的听众在婚姻家庭、子女教育、同事关系等方面遇到了困惑或难题,甚至会有一些极端的情绪表露出来,那么对于主持人而言,就要求其具备强大的心理承受能力,在保证自身情绪健康稳定的基础上,才能为听众提供必要的心灵抚慰和生活指引。实事求是地说,一期或者几期节目可以坚持,但是长期的坚持就需要主持人一定要注意自身心理状态的调适。

此外,大家都熟悉的央视春节联欢晚会也是典型的例子之一,长达五个小时的现场直播,主持人时而串联、时而访谈、时而亲自表演,面对如此高强度的演播压力,需要主持人始终保持积极而有感染力的传播状态、准确而有亲和力的语言表达、敏锐而又随机应变的调控能力,所有这一切都需要主持人在日常的工作和生活中培养自己过硬的身心素质,只有这样才能在高强度的实践工作中出色地完成任务。

3. 全面的文化修养

广大电视观众和广播听众经常提及播音员和主持人要拓展自身内涵,而其全面的文化修养就是内涵培养的重要组成部分。而文化修养的构成也是多方位的,它包括播音员和主持人的教育背景、知识结构、生活阅历等,这些都将直接或间接影响其文化修养。无论是在新闻节目、法制节目、财经节目,还是在体育节目、生活服务节目、综艺娱乐节目中,播音员和主持人的文化修养总会潜移默化地体现出来,这一点是经过大量实践



证明的。

有的播音员和主持人被广泛认为其气质好，而俗话说“腹有诗书气自华”，显然良好的文化修养是气质的源泉和保证，气质只是文化修养的外在表现和现实折射；有的播音员和主持人出口成章、旁征博引、论证深刻，显然扎实的知识储备是其节目表现的有力支撑；有的播音员和主持人被广泛认为其视野开阔、见多识广，显然丰富的生活阅历是其传播效果的坚实基础。

在对待文化修养培养和表现的问题时，播音员和主持人要具备两点清醒的认识：一是要树立点滴积累、动态培养的观念，也就是说播音员和主持人不应将文化修养的具备看做是一蹴而就的短时效应，而是循序渐进、扎实累积的长期过程，要去除急功近利的思想，要将文化修养看做是可持续发展的良性过程。二是要树立为适度控制、把握分寸的表现理念，也就是要求播音员和主持人要以优化节目传播为目的，是适时、适量、适当地运用其文化修养，而不是为了表现其“有文化”而表现，只有这样才能真正起到播音员和主持人文化修养在节目传播过程中的意义和价值。

4. 高尚的人格素养

“大众传播的对象是社会上的一般大众，意味着大众传播是以满足社会上大多数人的信息需求为目的的大面积传播活动，也意味着它具有跨阶层、跨群体的广泛社会影响”^①，而播音员和主持人在媒介中的工作职能又决定了其在大众传播中的特殊地位，因此，播音员和主持人在受众中有着巨大的影响力。在实际工作中，播音员、主持人因为职业决定了其“知名度”，而能长久吸引受众的则是其富于魅力的人格素养，即对受众富于吸引力和感召力的人格素养。人格素养是播音员和主持人生命力长短的关键因素，亦是播音员和主持人在受众中“美誉度”高低的评价标准，更是衡量一个社会人是否能够胜任播音主持这一职业本身的基本条件。尤其应当指出的是，当代广播电视节目形态的不断更新和沿革以及介入节目深度方面的差异导致播音员和主持人在节目中的表现（尤其是节目主持人在完成大众传播的同时也突现出了人际传播的显著特征）更容易体现出其个人的人格素养。

其实，在以往的研究成果中也有涉及播音员和主持人人格层面的分析，例如有观点指出，“从人际交往心理学上看，个人显示其魅力或赢得他人喜欢与爱戴的方式不外乎三种，即语言魅力、能力魅力和人格魅力的展示，其中人格魅力又往往处在核心位置。而从主持传播的来讲，亦有人在采访了大量观众的基础上将主持人的魅力分成人格的魅力、语言的魅力、风格的魅力、思想的魅力和亲和的魅力，其中人格魅力同样居于首要

^① 郭庆光，《传播学教程》，中国人民大学出版社，1999年，第112页。

位置。”^①又如,“对于任何一个主持人来说,只有先拥有一个大写而丰满的人,才能派生出一个被观众认可的主持人形象。”^②再如,“统领全局,决定一个播音员、主持人最终能走多远、能达到何种高度的‘核心素质’,如人格素质。”^③……由此可见,具备良好的人格素养对于播音员和主持人的重要性和必要性。

二、素质构成的发展要素

1. 业务拓展能力

播音员和主持人是以有声语言表达作为其职业工具的媒体从业者,无论是广大受众还是播音员和主持人自身在一段时期内形成了这样的思维定势:播音员和主持人只是承担节目播出的最后一个环节。但是随着广播电视媒体的发展,对播音员和主持人的客观要求不断加强——播音员和主持人已经不能仅仅满足于原有的工作要求,还要适当拓展自身的业务范畴、主动承担一些有利于播音主持效果的业务实践,一定要力争让自己发展成为“主创型主持人”,即在深度参与节目制作的过程中,在策划、采访、编辑等相关业务环节均有涉猎和积累,从而让自己处在一个“一专多能”的发展平台上,只有这样才能适应业界发展的客观需求。

以新闻节目主持人(主播)为例,在重大新闻事件和突发性新闻事件的报道工作中,媒体希望演播室里、主播台前的新闻节目主持人(主播)能够深入到新闻一线进行实地采访和报道,如果他们没有这样的业务拓展训练和积累,则很难在高强度、大篇幅的新闻采访报道中完成任务,而具备这样素质和能力的新闻节目主持人(主播)则敢于走进一线进行业务实践,并借此契机在重大或突发新闻事件的采访报道中大放异彩。

现在看来,必要的业务拓展既是媒体和广大受众对播音员和主持人的客观要求,也应该成为播音员和主持人积极主动开展的业务活动。只有这样,播音员和主持人才能在动态发展过程中实现高水平的传播效果。

2. 媒介认知能力

随着媒介融合发展时代的到来,处于广播电视传播一线的播音员、主持人在完成好本职工作的同时,还需要进一步开阔视野,将自己适时地从微观的具体工作中剥离出来,更加宏观地看待自身的工作,也就是对媒介本身要有深刻的认知。

以三网融合背景为例,首先要求播音员和主持人明确的是什么是三网融合,即手机

① 高贵武,《解析主持传播》,北京广播学院出版社,2004年,第212页。

② 白岩松,《我们能走多远》,《现代传播》,1996年第1期。

③ 吴郁,《当代广播电视播音主持》,复旦大学出版社,2005年,第8页。