

M&S

媒介与社会书系(第三辑)

*Media Host Theory*

*Research on Host's Communication in TV Programmes*

# 媒介主持论

## 电视节目主持传播研究

刘秀梅 邵 慧 著

中国传媒大学出版社

M&S

媒介与社会书系(第三辑)

---

*Media Host Theory*

*Research on Host's Communication in TV Programmes*

---

# 媒介主持论

## 电视节目主持传播研究

刘秀梅 邵 慧 著

中国传媒大学出版社

· 北京 ·

## 图书在版编目(CIP)数据

媒介主持论:电视节目主持传播研究/刘秀梅,邵慧著. —北京:中国传媒大学出版社,2016.3

ISBN 978-7-5657-1035-3

I. ①媒… II. ①刘… ②邵… III. ①电视节目—节目主持人—传播—研究 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 125490 号

## 媒介主持论:电视节目主持传播研究

MEIJIE ZHUCHILUN;DIANSHI JIEMU ZHUCHI CHUANBO YANJIU

---

著 者 刘秀梅 邵 慧

责任编辑 蔡开松

责任印制 阳金洲

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

出 版 人 王巧林

---

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 北京易丰印捷科技股份有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14

字 数 242千字

版 次 2016年3月第1版 2016年3月第1次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5657-1035-3/G·1035 定 价 56.00元

---

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

# 目 录 Contents

---

## 第 1 章 导 论 / 1

第一节 中国电视节目主持传播面临新的挑战 / 2

第二节 电视节目主持传播范畴 / 10

第三节 相关研究综述 / 16

## 第 2 章 中外电视节目主持传播主体探究 / 19

第一节 中外电视节目主持传播主体地位的提升 / 20

第二节 电视节目主持传播主体核心竞争力的关键基因 / 45

第三节 虚拟主持人:特殊的电视节目主持传播主体 / 58

第四节 可持续发展性:电视节目主持传播内驱力 / 64

## 第 3 章 中外电视节目主持传播内涵建设 / 73

第一节 高端文化电视节目主持传播素养 / 74

第二节 文化缺失与重建:电视节目主持传播内涵 / 85

第三节 创新研发:电视节目主持华文传播 / 96

## 第 4 章 电视节目主持传播媒介的博弈空间 / 104

第一节 多重文化角逐:电视节目主持传播场 / 104

第二节 电视节目主持传播的多元文化环境 / 113

第三节 电视节目主持传播的生态环境 / 117

## 第 5 章 新媒体节目催生多元主持传播的涌现 / 124

第一节 新媒体节目的繁衍 / 124

第二节 新媒体节目的分类 / 131

第三节 新媒体节目主持人的特点 / 145

第四节 新媒体节目主持人多渠道发展平台 / 148

第五节 新媒体视频节目主体传播案例研究 / 154

## 第 6 章 中国电视节目主持传播的发展策略 / 188

第一节 整合电视传媒优势 / 188

第二节 建立世界性电视节目主持传播基地 / 191

第三节 搭建电视节目主持传播媒介产业平台 / 195

第四节 中国电视网络互动平台的开发 / 198

结 语 / 205

参考文献 / 207

后 记 / 213

# 第1章

## 导论

文化是人类群体在代代相传的过程中通过个体和集体努力而获得的知识、经验、信仰、价值观、态度、意义、社会等级、宗教、时间概念、角色、空间关系、宇宙观,以及实物和物质财富等所有一切的积淀。

——拉里 A·萨默瓦,理查德 E·波特<sup>①</sup>

电信、计算机和媒体产业的合三为一保证了更多的信息在数字化连接的全球范围内行走自如,超过了人类历史上的任何一个时期。

——达雅·K·萨苏<sup>②</sup>

如果说媒介是人体的延伸,即是认同人体是创造媒介信息的主体,人体本身也具有媒介功能,每一种媒介都创造了自己的信息世界。

在人类世界发展的历史长河中,媒介始终处于引领社会不断前行的首要地位。从公元前 490 年希腊士兵菲迪皮茨急奔约 40 公里到雅典,把战胜波斯的消息报告给他的同胞们,被认为是人体作为信息传播媒介的开始,媒介便从自我传播、人际传播到组织传播、大众传播,主宰着人类文化的发展与前行。

比起报刊、电台等传统媒介,20 世纪的电视更为充分地利用了科技发展的成果,

① 拉里 A·萨默瓦、理查德 E·波特:《理解跨文化传播:序言及概述》,载于〔美〕拉里 A·萨默瓦、理查德 E·波特主编:《文化模式与传播方式——跨文化交流文集》,麻争旗等译,北京广播学院出版社 2003 年版,第 4—20 页。

② 〔英〕达雅·K·萨苏:《全球化时代的国际传播》,黄瑞译,载于尹鸿、李彬主编:《全球化与大众传媒:冲突·融合·互动》,清华大学出版社 2002 年版,第 75 页。

更为充分地展示了现代传播媒介的强大功能。

所以,人们曾赞叹说——电视使地球变小了(加拿大学者马歇尔·麦克卢汉);电视是第二个上帝(美国学者托尼·施瓦茨);如果忽视了电视在社会中所起的作用,就无法谈论 20 世纪的社会发展(日本学者藤竹晓)……这正是因为电视有其独特属性:电视是声画结合的大众传播手段;电视是现代电子技术的结晶;电视是综合了电影、摄影、文学、美术、音乐等各门艺术成就的“第九艺术”;电视是一个复杂、广泛的社会交流系统,兼容了新闻、艺术、娱乐、社会服务和公共教育等众多形式,是政治经济、科学技术、社会文化、伦理道德以及各种价值观念的交融性体现。<sup>①</sup>

## 第一节 中国电视节目主持传播面临新的挑战

进入信息时代以后,在大众传媒领域,跨媒体、跨行业、跨国界资本渗透和企业兼并,组合成超级传媒集团;在媒介之间,由于共同采取新的数字技术,加强了相互沟通、转化、融合的趋势,因而形成大众传媒之间整合汇流的整体潮流,“传播的技术已经毫无疑问地影响到全球化的所有方面……并且已成为现代性的反向和造成将现代与传统分离的非连续性的基本因素。”<sup>②</sup>传播研究已经成为广泛研究的焦点。作为大众传媒的重要传播媒介——电视节目主持传播,必然引起传播学理论的特别关注。尤其是进入 21 世纪以来,全球文化处于转型时期,多元化媒介处于激烈竞争状态,卫星电视传播的全球化、有线电视传播的普及化以及数字电视节目的随时点播、网络电视节目的一览无余、手机电视加大扩张、移动电视的普及……中国电视节目主持传播的优势受到挑战,我们不能不对其进行新的思考和探究。

对于“媒介融合”(Media Convergence)与竞争优势的探索,前人已有许多成果,有人认为“媒介融合是大众传播业的一项正常项目或者说是一个渐进的发展过程,它整合或利用处于单一所有权或混合所有权之下的报社、广播电子媒体,以增加新闻和信息平台的数量,并使稀缺的媒体资源得到最优配置。……提供给受众更大的信息量,从而实现领先竞争对手、获得盈利、提供优质新闻的目的,并最终在数字时代的媒体竞

① 中国应用电视学编辑委员会、北京广播学院电视系学术委员会:《中国应用电视学》,北京师范大学出版社 1993 年版。

② Anthony Giddens: *The Consequences of Modernity*, Stanford University Press, 1990, p. 77.

争中保持优势地位”。<sup>①</sup>由此,我们思考:加入“全球传播体系对中国意味着什么?中国与全球性媒体在质和量上的差距有多大?中国能否形成自己的全球性媒体?中国能否创造自己的全球传播产品?影响中国形成自己的全球性媒体和全球性产品的因素与力量是什么?如果中国形成了自己的全球性媒体,那么在全球传播中,中国应该传播的是什么样的中国文化?塑造一种什么样的中国形象?”<sup>②</sup>这都应该是中国电视节目主持传播面临的问题,也是本书试图探讨的课题。

## 一、全球传播背景和竞争环境

“13世纪,世界是多极的。多个力量中心——中国、埃及、印度、意大利、伊拉克等——控制着权力分散的贸易路线。”(集中在亚洲、非洲、欧洲)14世纪和15世纪,随着葡萄牙、西班牙、荷兰、法国和英国等帝国的出现,西方列强把多极的世界改造成了一个单极世界(以欧洲为中心)……而曾在法国巴黎(1895年)开创的电影艺术,很快传到美国,并于1927年创办了具有世界影响力的“奥斯卡金像奖”(Golden Oscar Awards);第二次世界大战以后,世界的中心转移到美国。美国以其压倒性优势控制着全世界的电影和电视屏幕。<sup>③</sup>在世界电视的发展史上,人们曾记得英国于1936年开创了世界电视日,而在电视节目开发的过程中,美国却遥遥领先,并于1948年创办了具有全球影响力的艾美奖(Emmys Awards)。

随着卫星传播、网络传播的电子技术高速公路搭建,媒介传播市场的全球化使高速运行的跨国企业、各民族国家,在技术的适当整合中相互竞争。全球竞争已经产生了一种超越国民性与边界的新的竞争精神。具有国际背景的组织通过电子媒体文化的传播,已形成超越国家意识形态的冲击力。国际金融资本携裹着特定的价值判断、文化理念和话语方式介入到一定的区域市场,使这个市场具备了全球化特征。数字化是今后一个时期人们普遍的生存方式之一,更是全球化无障碍传播得以实现的技术前提。<sup>④</sup>

中国电视节目主持传播面临的全球传播挑战,不仅有通过卫星传输落地他国后,是否赢得异国广大受众的认可和接受的问题,而且要迎接来自世界各地电视节目主持

① [美]章于炎、乔治·肯尼迪、弗里兹·克罗普:《媒介融合:从优质新闻业务、规模经济到竞争优势的发展轨迹》,《中国传媒报告》2006年第3期,第7页。

② 叶海亚·R.伽摩利珀编著:《全球传播》,尹宏毅主译,清华大学出版社2003年版,序言。

③ 同上,第37页。

④ 同上,第52页。

传播落地本土争夺观众和主持人才及制作人才的冲击。中国电视节目主持传播首先接受挑战的是广东境内各大媒体。

从 20 世纪 80 年代末香港电视信号进入广东的光缆区域网,到 21 世纪的今天,境外频道在广东落地达 9 个。其中香港电视广播有限公司的两个频道:翡翠台及明珠台(pearl),每年播放近 1.4 万个小时的节目,是全球制作华语节目最多的电视台。亚洲电视(ATV)设有两个频道:粤语频道为本港台,英语频道为国际台(World),自制节目每年超过 3000 小时,内容主要有新闻、资讯专题、电视剧集及综艺娱乐节目。而亚洲电视执行总裁余统浩曾任广东人民广播电台台长。凤凰卫视也从区域性卫视发展为全球性卫视,拥有五个电视频道的传播,并将大陆当成它最重要的人才储备基地。如凤凰卫视董事局主席兼行政总裁刘长乐就曾在中央人民广播电台工作多年,原北京广播学院副院长王纪言、电视系副主任钟大年也分别被聘为凤凰卫视执行总裁、艺术总监等要职,而凤凰卫视活跃在台前的名主持人陈鲁豫、窦文涛、许戈辉、董嘉耀、杨锦麟以及名记者闾丘露薇等,皆出自内地,从而使中国电视节目主持传播首先在广东省进入激烈竞争状态。

美国星空传媒集团星空卫视,拥有全球最大的当代华语电影片库,在广东省的电视传媒领域占有一定的市场份额。为什么会出现如此结果?正如星空传媒总裁戴杰明所说的,要想在中国取得成功,就必须做到“本土化”。就是要在内容上反映中国人的文化和价值观。“本土化是与全球化、国际化相对而言的。但随着市场的经济和科技的发展,经济已经打破地域和时空的局限,地球村已经变成具体事实,电视节目的本土化为节目树立标杆。”于是,星空节目主持人、制作人都是中国人,节目内容也是中国观众喜闻乐见的。华娱电视于 2001 年 10 月成为首家获准在中国内地落地的境外卫星电视台,大量吸收内地主持人及节目制作人才加盟,制作贴近内地观众生活的综艺娱乐类节目。<sup>①</sup> 所以,争夺受众之意不言而喻。

## 二、竞争是发展的机遇

我国加入 WTO 以后,给电视节目主持传播带来了发展的机遇,拓展了传播范围,扩大了世界影响,同时也迎来了新的挑战。外国资本高度关注中国的电视和网络传播市场。正如前文所列,我们看到进入 21 世纪以来,国家广电总局陆续批准了多个境外

<sup>①</sup> 靳智伟、华明、卢锋:《南方博弈——全球化语境下的电视竞争策略》,南方日报出版社 2006 年版,第 16—21 页。

及香港电视频道在广东落地,使广东成为全国唯一有境外及香港电视播出的省份。随着时间的推移,境外电视节目不断扩展大陆电视市场,争夺市场份额。在这场挑战中,中国电视理应积极应对,采取竞争策略,加强自身建设。2008年9月16日,由世界品牌实验室编制、《世界企业家》杂志发布的2008年度《亚洲品牌500强》排行榜在京颁奖。在传媒品牌行列中,中国电视传媒品牌的表现颇为出色。在入选的46个亚洲传媒品牌中,中央电视台、日本NHK、凤凰卫视、香港无线电视台,成为亚洲电视传媒品牌四强。<sup>①</sup>这给了中国电视人信心。所以说,竞争是创新的良药,竞争是品牌创造的新激素,竞争也是发展的机遇。

1936年11月2日,英国广播公司BBC在伦敦郊外的亚历山大宫以一场规模盛大的歌舞开始了电视的正式播出,这一天被认为是世界电视的誕生日。法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄(Pierre Bourdieu)对电视的批判曾让人焦虑:“早在20世纪60年代,当电视作为一种新现象问世时,电视关注的是文化品位,追求有文化意义的产品并培养公众的文化趣味;可是到了90年代,电视极尽媚俗之能事来迎合公众,从脱口秀到生活纪实片,再到各赤裸裸的节目,最终不过是满足人们的偷窥癖和暴露癖”。<sup>②</sup>时至今日,中国的电视节目主持传播从内容到形式有多少能让广大受众耳熟能详?在21世纪多元文化与媒介融合背景下,有多少较为系统的相关理论予以探讨?为此,本书试图以国内外电视节目主持传播的内容与形式作为重要的影响因子,考察中国电视节目主持传播的成功发展路径。

在我们探讨中国电视节目主持传播的成功发展路径之前,让我们先了解一下较早正式开办电视台的国家,其简介如下:

### (一)引领世界电视发展的欧洲

英国:1936年,英国广播公司采用贝尔德机电式电视广播,第一次播出了具有较高清晰度,步入实用阶段的电视图像。1979年,世界上第一个有线电视台在伦敦开通。它能够将计算机里的信息通过电话线传送出去并显示在用户电视机屏幕上。理查德·丁布尔比(Richard Dimbleby)是世界上最早的“出境电视记者”、《全景》首席评论员和总主持人;特雷弗·麦克唐纳(Trevor McDonald)是英国第一位黑人电视新闻主持,Panorama(《全景》)是世界上连续播出时间最长的时事电视节目。

① 南方电视台总编室:《收视与广告》(电子信息杂志),2008年第36期。

② [法]皮埃尔·布尔迪厄(Pierre Bourdieu):《关于电视》,许钧译,辽宁教育出版社2000年版,第9页。

苏联/俄罗斯:1939年莫斯科电视中心和列宁格勒电视中心正式开播。中心下设一系列电视台(频道),其中,俄罗斯公共电视台(俄罗斯第一频道)的竞猜节目《奇妙的草原》享有盛名,该节目的主持人雅库勃维奇全国著名,老少皆知。

法国:法国是欧洲第一批开办广播、电视的国家。1922年开办官方和民办的广播电台。1935年进行电视实验广播,每秒扫描行数60行,1938年改为445行播出。1967年10月,采用本国发明的SECAM制式播出彩色电视节目。1968年10月,电视开始播出商品广告。著名主持人帕丽斯·希尔顿(Paris Hilton)主持的FTV[全天候FTV(R)高清频道]12周年VIP聚会,引起了广泛关注。由于法国电视台《城市之间》电视节目在世界的推广和各国的参与,栏目主持人塞巴斯蒂安已经与世界各国众多主持人联手,共同打造了世界版《城市之间》电视品牌。《城市之间》这一大型趣味体育游戏节目是法国电视台于1962年创办的。在50多年的历史中,它一直是法国电视台收视率最高的节目。这一节目在世界上有着广阔的市场,2011年国际版城市之间首次迎来八个国家的参与,即中国、法国、英国、俄罗斯、白俄罗斯、乌克兰、捷克、亚美尼亚,也为中国主持人甄诚、林晓阳,西班牙主持人安东尼奥、希腊主持人娜迪亚、哈萨克斯坦主持人阿扎玛特等搭建了展示平台。法国时尚电视台(FashionTV,FTV)是世界上第一个也是唯一一个覆盖全球的24小时播放的时尚频道,以电视节目《时装秀》为重头戏。

荷兰:1951年荷兰有5个全国广播电台、10个地区广播电台和150个地方广播电台。电视广播覆盖率100%,其中76%的家庭可接收有线电视。全国有35个广播电视组织,由荷兰广播电视协会根据各组织会员人数分配广播电视的播放时间。其中创全国最高收视率的《荷兰之声》节目,目前已远销全球42个国家。荷兰是全球电视业最发达的国家之一,仅次于英国和美国。节目模式交易公司Absolutely Independent的总监Patty Geneste表示,电视节目能有如此成就,对于荷兰这样一个小国来说当然是“非常特别的”。荷兰人Geneste到世界各地销售电视节目模式。目前已经出售到国外的荷兰节目包括《你需要的是爱》(All you need is love)、《机不可失,时不再来》(Now or Never)、《一掷千金》(Deal or No Deal)以及引起全球轰动的《老大哥》(Big Brother)真人秀等。1999年,荷兰传媒大亨约翰·德莫尔想出了个点子——“如果你将一群普通人锁在一间屋子里,拍下他们每时每刻的举动,将有数百万人收看。”靠着这个点子,德莫尔创办了电视真人秀节目“老大哥”,这档节目从荷兰传到世界几十个国家。2009年秋,德莫尔决定要做一档真正的音乐选秀节目,“唯一的评判标准就是

选手的声音,没有类别限制,不造假,也不要评委的冷嘲热讽,唯一要求的就是真正有才能的歌手”。于是,他带领他的公司团队,创造出新节目《荷兰好声音》。2012年浙江卫视花300多万元购买其版权,一时间,《中国好声音》红遍中国大江南北。

## (二)后起之秀的美洲电视节目主流

美国: CBS 1927年成立,总部设在纽约。1941年正式开办电视广播,1954年播出彩色电视节目。该公司电视网在收看高峰时段的节目,从50年代中期起,连续20年居三大电视网(即其后发展为五大电视网的前三个)的首位。三大电视网后来发展为美国五大电视网,第一个为哥伦比亚广播公司的 CBS 电视网(Columbia Broadcasting Company);第二个为美国广播公司的 ABC 电视网(American Broadcasting Company);第三个为全国广播公司的 NBC 电视网(National Broadcasting Company);第四个为20世纪福克斯的 Fox 电视网(Fox Broadcasting Company);第五个为由哥伦比亚及华纳兄弟共组的联合电视网 CW(Columbia Broadcasting System and Warner Bros. Network)。其中 CBS 电视网的《晚间新闻》和新闻报道节目《60分钟》(每周一次)都是美国著名电视节目。后者曾连年列为五大电视网收看率最高的10个节目之一,并且是其中唯一的新闻报道节目。美国知名的广播电视记者和新闻节目主持人 E·R. 爱德华·默罗、W·L. 克朗凯特都是公司新闻报道的骨干。美国电视节目的主持人举足轻重,影响相当大,甚至比政府部长的威望还高。对电视节目主持人的要求,年龄大多五六十岁,主要标准是要有气质和文化素养,其中某些人本身就是政治家,或者将成为政治家,里根就做过节目主持人。美国之所以如此重视节目主持人,是认为他/她代表着整个国家的文化水平,反映民族形象,对年轻一代的言传身教,影响是不可估量的。美国同样有很多私人电视台,对节目主持人的要求之高,甚至连普通的大学教授也难以胜任。

## (三)起步晚、发展快的亚洲电视节目

日本:日本的广播电视事业开始于1924年,1925年7月12日东京广播台正式播出节目。日本的“电视之父”是高柳建次郎,创造出了传送和接收图像的方法。1937年5月13日,NHK在东京开始电视试验。1940年4月13日,NHK播出了第一部电视剧。日本早期有两位著名的电视节目主持人,一位是朝日电视台的久米宏,其在主持朝日电视台新闻节目 *News Station* 期间,为当时的日本新闻播报风格产生了极大

影响;还有一位是 TBS(东京广播公司)的筑紫哲也,担任 TBS 的新闻节目《筑紫哲也 NEWS23》的主要主持人,很受欢迎。

韩国:与美国一样,韩国电视业也有三大巨头,分别是韩国广播公司(Korean Broadcasting System,KBS)、韩国文化广播公司(Munhwa Broadcasting Corporation,MBC)和首尔广播公司电视台(Seoul Broadcasting System,SBS)。韩国广播公司于 1927 年开始试播,1953 年开始对外广播。1961 年 12 月,其电视台正式成立。自 1996 年 7 月起,韩国广播公司开通了两个频道的卫星电视节目。韩国文化广播公司建立于 1961 年 12 月,其前身是建于 1959 年的釜山广播公司,该公司是韩国第一个私营广播公司,拥有全国性广播网。首尔广播公司电视台于 1991 年 12 月开播,是韩国主要的电视台,总部位于首尔。

印度:1959 年,在联邦德国的援建下,印度的第一家电视台开始试播,它每天只是实验性地播出半小时的教育节目,这就是国有电视台 Doordarshan(DD)。1982 年,印度出现了彩色电视节目。1992 年,第一家印度私营商业电视台 Zee TV 建立,结束了 DD 一台独霸的历史。1991—2004 年是印度电视传媒在全球化背景下飞速发展的阶段。伴随着电缆的铺设,卫星传播的节目很快覆盖到乡镇一级的地方。这不仅极大地提升了电视机的销量,而且有力地推动了从黑白电视节目向彩色电视节目的过渡。

黎巴嫩:黎巴嫩国家电视台成立于 1978 年。每天有两套节目,每套播放 10 小时,用阿拉伯语、法语和英语播放新闻节目,教育、卫生、文化娱乐等节目则以阿语为主。未来电视台,创办于 1992 年,由已故前总理拉菲克·哈里里(Rafik Al Hariri)创建,是黎巴嫩国家目前第二大电视台,2001 年 5 月与沙特的 MBC 电视台合并。黎巴嫩广播公司电视台成立于 1985 年,该台系私营电视台,有两套节目,其中一套称为“C33”,以法语节目为主,除播放该国编制的新闻节目外,还转播法国“TV5”电视台的法语新闻节目。

#### (四)非洲电视的兴起

阿尔及利亚:阿尔及利亚广播电台是国营电台,创建于 1956 年,前身为“战斗的阿尔及利亚之声”,有 4 套节目。阿尔及利亚电视台是国营电视台,创建于 1962 年。

尼日利亚:尼日利亚国家电视台(简称 NTA)成立于 1962 年,由联邦政府新闻与文化部领导,有工作人员 5000 多人。全国划为 6 个电视区。目前有 45 个电视台,其中 13 个为私人有线电视和卫星转播站。

埃及:1960年第一个电视演播室临时坐落于开罗城区的一所旧建筑中,第一个电视图像出现在1960年7月21日,用的是625线的欧洲标准。1974年8月,第一个彩色电视演播室在开罗剪彩,采用的是法国的SECAM系统。1960~1967初建的埃及电视业包括三个频道,主频道(5频道)提供新闻、大众娱乐节目和教育节目。二套(9频道),面向城市居民。三套(7频道)主要面向外国居民,以埃及制作的英语和法语节目、引进的电视节目为特色。节目通过中继站传输到其他城市,直到覆盖全国。1970年8月,埃及广播—电视联合会成立。埃及的电视多采用“剧情说明人”的方式,介绍每个节目。“剧情说明人”通常由一位漂亮迷人、渴望成为电视或电影明星的女士担任。1956年,埃及共和国纳赛尔政府决定开展电视项目的研究工作,并面向国际公司进行设备招标。但埃及与法国、英国和以色列的苏伊士运河战争很快爆发,计划搁浅,直到1959年,埃及才与美国无线电广播公司(RCA)签订协议,由对方提供完整的电视设备。

津巴布韦:津巴布韦广播公司(ZBC)于1933年成立,为政府所有,分电台和电视台两部分。电视台建于1960年,有两个频道,均为彩色节目,每天15~23时播放。电视一台面向全国,播出新闻、综艺节目;电视二台原为教育台,现已商业化,改名娱乐台(Joy TV)。中国电视周期间,津巴布韦电视台每天在固定时间播出一部中国电视节目。其中,《非洲杂技学员在中国》、《中国手工艺品》、《楠溪江》、《呼伦贝尔草原》等优秀的中国电视节目得到了当地观众的好评。

### (五)中国电视的迅猛发展

1958年5月1日,中国第一家电视台——北京电视台(即后来的中央电视台)开始首播,1个多月以后,中国第一部电视剧《一口菜饼子》播出。1958年10月1日、12月20日,上海电视台、哈尔滨电视台(今黑龙江电视台前身)也相继问世。这是中国最早的一批电视台。1973年5月1日,北京电视台面向首都观众的彩色电视正式试播。1990年4月18日,全国第一家省级有线电视台——湖南有线广播电视台开始试播。

随着中国电视节目的不断创办,一批具有一定影响力的节目主持人逐渐涌现。例如,1993年参与创办《东方时空》的白岩松,后正式任中央电视台新闻评论部主持人;1995—2000年任中央电视台《综艺大观》节目主持人的周涛,创造了她的主持佳绩,而后,其又在2001年开办以环保为主题的综艺节目《真情无限》中任制片人、主持人,先后获得第四届全国主持人“金话筒”金奖、第二届全国播音主持作品(政府奖)一等奖、

国家广电总局颁发的主持人作品“政府奖”一等奖、德国国家电视台颁发的“金皇冠”最佳主持人奖。1996年3月起担任中央电视台《艺术人生》主持人的朱军,先后荣获节目主持人评选“金话筒奖”、中国电视文艺“星光奖”主持人奖。

鞠萍1984年11月成为中央电视台青少部第一位专职青少节目主持人,先后荣获全国专栏节目优秀主持人奖、“如意杯”全国电视节目主持人“十佳”第一名、全国广播电视节目主持人“开拓奖”金奖、首届优秀节目主持人“金话筒”金奖、全国少年儿童电视“金童奖”优秀主持人奖、第二届全国广播电视节目主持人“金话筒”金奖,并荣获“全国少年儿童校外教育先进工作者”光荣称号和广电部十杰青年称号。金龟子(原名刘纯燕)从1991年至今主持《大风车》节目,塑造的“金龟子”形象深受小朋友的喜爱。2001年“金龟子”主持的《聪明屋》栏目获中国名栏目金奖。

1981年中央电视台开播由赵忠祥主持的《动物世界》节目,该节目很快成为央视的王牌节目。1990年4月18日,中央电视台与正大集团合办《正大综艺》。该节目采用特邀嘉宾明星或名人参与节目现场活动的方式,他们与观众一起进行猜谜游戏,这种活跃的节目形式一举成为收视热点,同时也造就了许多电视名人,杨澜就是其中之一。

中央电视台新闻评论部于1996年春季推出的一档新栏目《实话实说》,成为类似在国外被称为“脱口秀”(Talk Show)的中国电视谈话节目之肇始,主持人崔永元以其独特幽默的语言风格赢得了大众的认可。该节目通过主持人、嘉宾、观众的共同参与和直接对话,在生动活泼的气氛中,展开对社会生活或人生体验等话题的讨论。

从如上具有代表性的国家电视发展看,比较而言,中国电视事业发展虽起步较晚,但其发展速度和规模是超前的。特别体现在电视节目主持传播方面,得到了全方位的拓展,形成了一定的竞争优势。

## 第二节 电视节目主持传播范畴

在传播学的认知领域,传播学已将理论、历史与实用相结合,走向多元、走向开放、走向社会、走向普及,而且传播主体始终处于“人类传播链条的第一环节,掌握着信息

的呈现形式(或文字,或声音,或影像,或图片),把持着信息的流量、流向、性质和覆盖面。”<sup>①</sup>媒介作为直接为接受者传递特定符号的物质实体,大多将媒介框定为纸张、磁盘、录音带、录像带、胶片等具体的物质实体,而本研究的起点是基于电视节目主持传播在多元媒介融合的博弈中生存空间的探讨,试图探讨对媒介主持论的独特理解,努力对电视节目主持传播过程中主持人的身份进行重新思考,进而从国内外相关电视节目主持传播的不同视角,探索中国电视节目主持传播文化内涵建设、文化传播场及发展策略等问题。

## 一、概念与范畴的界定

在人类传播历史的发展过程中,无论是哪种传播媒介的发起,都是在人的支配、操控下传播的,传播媒介主体引导着社会的舆论,驾驭着大众的思维定势。

早在1951年,叶圣陶先生就对新华社如何写好新闻报道提出“写作时必须处处为读者着想”的要求。美国名记者莫林说:“一篇理想的新闻报道,应该把读者带到现场,使他们看到、感觉到、甚至闻到当时所发生的一切。”<sup>②</sup>这是对新闻传播媒介传播主体如何引领大众的很好阐释。

我们还可以从一些杂志的“卷首语”中看到传播媒介主体如何主持、引导社会舆论,如何驾驭大众思维定势的不同思考。例如,中国人民大学新闻学院教授高钢认为:“信息传播技术深刻作用着新闻传播的方法、途径、效果,作用着新闻传播的模式与趋向。当所有已经出现的网络信息传播技术与移动信息传播、多媒体信息传播的趋向融合在一起的时候,新闻传播更为深刻的变革即将呈现。面对这样的技术演变趋势,今天的新闻教育需要高度关注与技术的结合。”<sup>③</sup>浙江大学传播研究所所长邵培仁教授在其主编的《中国传媒报告》卷首语中曾说:“中国媒介与传播研究,首先,要以历史为经,以现实为纬……要以史为鉴,从中吸取教训、积累经验,为当下的媒介理论和媒介现实服务,在深厚的历史和现实根基上启示未来。其次,要以媒介为经,以社会为纬。研究媒介理论,要以锐利的学科眼光加以审视和分析,要强调媒介理论思维与话语的主导性。第三要以规律为经,以意义为纬。第四,要以中国为经,以世界为纬……在坚

① 邵培仁:《传播学》(修订版),高等教育出版社2007年版,第12页。

② 朱惠民:《听则如见的描写式导语——第20届中国新闻奖获奖广播消息导语评析》,《采、写、编》2011年第1期,第56—58页。

③ 高钢:《中国新闻教育改革的三个方向性融合》,《当代传播》2009年第2期卷首语。

持中国学术主体性的基础上,使其具有世界元素和全球视野。”<sup>①</sup>故而,媒介主持是一个广义的概念,主要是指媒介作为主体传播信息,引导接受主体的追求方向、认知社会的价值取向等,所有传播媒介都具有主持意义,具有主导性。

同各大媒介主体主持意向相一致,电视媒介的传播主体也具有主导意义。笔者认为,在电视节目主持传播过程中,主持人以传播主体的身份存在于节目中,同时主持人也是传播客体,是具有信息的传播媒介。主持人已经成为电视节目呈现的元素之一、主持人已经融入电视节目的内容与形式之中。所以,我们把这种类型的节目称之为电视节目主持传播,其特点是主持人的存在已经不是个体意义上的概念,而是电视节目整体的组成部分。

从传播学的理论视角看,传播主体即是包括传播的主动者和信息的发出者,是一个可认识和可确定的传播者,不仅有个体和群体(如报社、电台、电视台)之分,也有一般传播者(如人际传播者)和职业传播者(如记者、主持人、导演、导播、编辑)之别。这些传播者都位于人类传播链条的第一个环节,掌握着信息呈现的内容与形式(或文字,或声音,或影像,或图片),把持着信息的流量、流向、性质和覆盖面。

从传播客体而论,信息是传播者与受传者互动过程的轴心,是这两者之间相互作用的对象,也是传播过程得以存在的理由。人们之所以能作为传播者和受传者分别走进信息沟通的活动中来,就是因为传播者有提供和传送信息的目的,受传者有追逐和获取信息的需要。因此,如果没有传受两者间相互作用的客体——信息,就不会有生生不息的传播活动。电视节目主持人就是载着传播符号和传播信息的媒介。符号是表达特定意义(信息)的形式或手段,而媒介是指直接为接受者传递或运载特定符号的物质载体。

在电视节目主持传播过程中,主持人既带有传播的信息,又具有传递或运载特定信息符号的功能,或称其为具有媒介特性、功能。正如我国最早提及媒介的《旧唐书·张行成传》所言:“观古今用人,必因媒介。”而其媒介之意“为‘双方发生关系的人或事物’<sup>②</sup>,抑或麦克卢汉(M. McLuhan, 1964)提出的“媒介即万物”,凡是能使人与人、人与事物或事物与事物之间产生联系或发生关系的物质都是广义的媒介,等等。

本书所论“电视节目主持传播”与其他学者所说的“主持人节目”或“主持传播”有所不同。仅就高贵武先生所言:“主持传播,或曰‘主持人传播’即以主持人作为传播主

① 邵培仁:《三十年的回顾与反思》,《中国传媒报告》2008年第1期卷首语。

② 邵培仁:《传播学》(修订版),高等教育出版社2007年版,第198页。