

朱军荧屏悟语

朱军 著



22.2
54



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

G222.2
54

朱军荧屏悟语



朱军 著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

朱军荧屏悟语 / 朱军著 . — 北京 : 北京大学出版社, 2013.10

ISBN 978-7-301-23158-6

I . ①朱… II . ①朱… III . ①主持人—基本知识 IV . ① G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 209845 号

书 名: 朱军荧屏悟语

著作责任者: 朱 军 著

责任编辑: 姜 贞

标准书号: ISBN 978-7-301-23158-6/J · 0530

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 新浪官方微博: @北京大学出版社 @培文图书

电子信箱: zpup@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750112 出版部 62754962

印 刷 者: 三河市国新印装有限公司

经 销 者: 新华书店

660 毫米 × 960 毫米 16 开本 15.5 印张 180 千字

2013 年 10 月第 1 版 2013 年 11 月第 2 次印刷

定 价: 42.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

序 言

主持刍议——题朱军新著

盖凡主持二字之义为导之、引之、发之。主题既定于胸次，言词即随于吟边，纵横开阖，略无挂碍。主持既毕，皆大欢喜，略无宾主之别，主持人已融入受众群体。所欲人明者，众皆明矣；众有感者，皆不复感。此主持之大韬略而非小技艺也。由此视之，主持人必具丰赡之学养、不移之定力、亲善之举止。动人之心而不必煽人以情，鼓人之志而不懵人以辞，能如此则主持之旨已过半矣。至于释迦拈花、迦叶微笑，非虚拟故事，实指妙悟者不在多言，而听言者善解其意，此正互动之最高境界，唯可于心灵深处求索之、感悟之。而对言不及义、啰嗦繁赘之主持人，无疑是一种极好的醒示。

朱军攻主持之术业廿余载矣，其间磨砺以须、敬业精进，有常人所不逮者，其能为央视著名主持人，岂徒然哉！然朱军自强不息，攻读硕士于北大，以优异成绩，获赏北大教授，为提高艺术修养，恳请为我关门弟子，詎料不数年艺道大进，駉駉争驱于当代，老夫当刮目于斯人也。

范曾癸巳之夏

自序

思索与前行

作为国家舞台上的一名传播者，我愿以这样一个标题为引领而展开论述。近二十年在中央电视台（下文简称“央视”）的从业经验常常让我反思、总结主流媒体和身处其中的从业者们需要承担的责任与明确的使命，以及整个主持行业在当今时代环境下前行发展的方向。身为一名国家舞台上的主持人、某些场合里国家和民众的代言者，我也深刻认识到，社会突飞猛进的发展使传播者在身份、角色、功能等方面都发生了巨大的变化；全球化及新媒体的影响在现代生活中的渗入，更对传统的大众传媒提出了新的挑战——主流媒体中的主持人和主持传播活动迫切需要提升和改进，以适应社会环境，发挥有效功能。

在主持《艺术人生》之前，我曾经在舞台上站了十几年之久，从演员到报幕员的经历，使我对舞台非常熟悉。但是，在长达数十年的晚会类节目中，主持人与节目的关联度不强，仅仅是提供节目的基本信息。主持人于观众也是高高在上的疏远距离。因此，要想树立主持人自己的品牌，就必须使自身融入节目并形成节目的重要部分，甚至代表所主持的节目的形象。从一定程度来说，作为主持

人的我，代表了《艺术人生》的很多价值理念和审美情绪。

我在著作《时刻准备着》中曾经写道：“《艺术人生》诞生在我人生变故和事业也亟待转型的2000年，当我珠光宝气地站在隆重的舞台上感受星光灿烂的时候，我这个穿哥哥姐姐剩下衣服和绿军装长大的孩子曾经深深地不安，被华服包裹并没有让我感到人生发生了变化。在这同时，中国的电视文艺和人们的审美观念则经历着翻天覆地的变革，当我们都以为舞台就是‘那样’的时候，人们开始学会审视生命中朴素和诚意的美丽，而华丽成了束之高阁的摆设，我那流利的表达、浑厚的男声成了一个浅见的符号，飘扬在 CCTV 之后；当我一年承担着数十台晚会的主持，习惯了星光熠熠的时候，我甚至可以预见自己最终会有的失落的一天。恰好，《艺术人生》来了，及时雨一般，淋湿也点醒了风光的我。”

这段话写于《艺术人生》给我带来改变之后，我也期望这样的改变能够给同行们带来启发。主持人应该以什么样的角色来参与节目，才能说明是参与营造了节目的品牌形象？作为《艺术人生》的主持人，与嘉宾谈话的意图不是就某一观点展开解释与说明，而是要通过主持人与嘉宾面对面的交流，通过个体真实的生存状态、情感取向，折射出整个社会较为广泛的背景，甚至进一步上升至人的价值及终极意义的回归。这就要求主持人作为节目代言人表现出更多的文化气质，呈现出智慧性和理性色彩的个人形象。

在我看来，一名主持人的品牌一定是他（她）极大程度上参与了整个节目的创作，也就是说，这个节目凝结了主持人的想法，主

主持人与节目之间产生了最紧密的联系，也只有这样，这个节目才具有主持人的烙印，才能说主持人品牌成功地建立了起来。节目主持人在成功完成角色定位后，观众会自然而然地将其作为节目的代言人，形成一个固定形象。这种形象的确定性使主持人具有品牌价值。每一个品牌节目的背后，都站立着一名优秀的节目主持人，很多观众是通过主持人来记住某个节目的。

但是，随着电视手段的日新月异、电视新节目及新主持人的不断涌现，以及电视观众口味和需求的逐渐升级，主持人的可持续发展也面临着越来越多的新挑战。这足以让主持人们应接不暇。在主持人同质化现象十分严重的今天，观众对千篇一律的主持人的遗忘、“喜新厌旧”的速度之快，也是前所未有的。如何建立自己的品牌，在受众的心中站稳脚跟，成为每一位主持人都应该思考的问题。

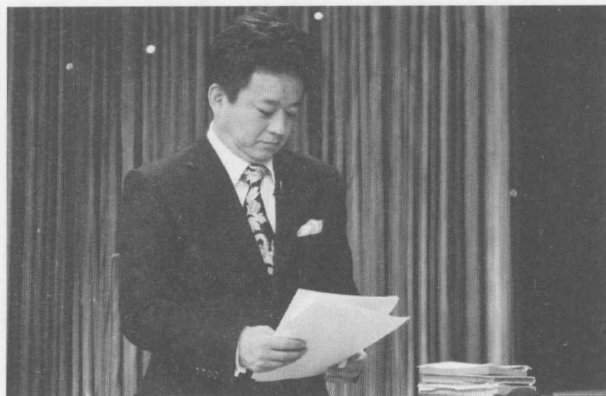
一名主持人的品牌需要在保持自我风格的同时不断地超越原本的自己，稳中求变，进行转型。另一方面，节目永远是理性和客观的，电视节目在所有艺术形式中，甚至是最不像艺术的，它客观的记录，理性的表述，让人迅速地记住，也迅速地忘记、更新。在这一前提下，品牌转型后的可持续发展又成了主持人们的一大困惑。电视的制作中有太多必须遵照的客观和理性，也有很多主持人必须做到的规则。当谈到主持人的可持续性发展的时候，我害怕听到年轻而经历少的同事因一种规律而判断人生，因为电视节目的发展规律往往和一个人的成长经历是分不开的。

所谓“有心栽花花不开，无心插柳柳成荫”。尤其是当节目的

素材是“人”的时候，我觉得自己即将经历从来没有体验过的人生，突然发现那些书本和资料上的关于“采访、主持”，关于交谈的技巧都变成了失效的过期药，甚至产生了副作用，让嘉宾产生了抗药性；而当我丢失技巧甚至都忘记了看镜头的时候，我常常想，“主持”就是我的职业，而后缀那个重重的“人”字才是真正的目标。我选择了一个和生命浑然一体的事业，即使做好了工作也不能心安，让我永远沉浸在与节目一致的人生的态度中而不能自拔。在主持中，我经常是在理性与感性之间切换，我不是一个西医的外科大夫，能将人的喜怒哀乐化验成一个个生硬的英文字母或数值，甚至摘除他的顽疾而缝合成健康的躯体，我也许仅仅是中医，用含蓄的望闻问切打通生命脉络的共鸣。因此，我其实害怕分析任何人的人生，我保留着自己可以“恍然大悟”的愚钝，我不想因为老练、精于提问而被赞赏。当新的主持人与我交流采访心得的时候，我只说的“真诚”，仿佛在敷衍后生，虚无缥缈，但是除了分享、诚意之类的言辞之外，多说一词仿佛就有误人子弟的嫌疑。在人的面前，是找不到规则的，我的非科班的职业背景，我的“不专业”，我的“原生态”甚至帮了我，生命中一草一木、一言一行都悄无声息地帮助我积淀了为人处世的经验。这个职业，也许太适合我了，风格就是人格，我的职业评价就是我的道德评语，难得的是二者合一了。

以上一些是我在《极端制造》这本书中所写下的话，也是我对于主持人可持续发展给出的答案。一名主持人发展道路和一个人的发展道路常常有惊人的契合之处，我们只有将主持人的人格放在第

一位，首先去探讨如何让一个人去可持续发展的时候，才能真正地了解一名主持人的可持续发展之路。



“主持人”这个称谓的最后一个字是“人”字：
主持人首先是一个人，他是有感情的，
有关怀的，同时也是有禁忌的。
他必须在生活中就懂得关怀，
也必须将这一关怀贯穿到节目中去。

之至而不惜以解，能如
此則主持之自己過半矣。
至於新近此孔，近來
微矣，非虛擲故事，實
指妙悟者不在多言，而聽
言者善解其意，此正互動
之故也。境中，惟可於靈
深處未盡之感悟之。而
對言不及我，亦亦錄贊
之主持之無疑之一種極
好的顯示。

朱子攻主持之術業其餘
載矣，其間所屬以須敬
業精進，有常之所不逮者，
其能為史觀者，名主持之
宜從茲哉。然朱子自強
不息，攻讀領士於此，以
優異成績，獲賞以天教
授，為其高教，修德養德，
請為我輩子弟，非科
不致其教，直文進，駸駸
爭驅於當代，老夫當別
目於斯之矣。

沈宗英之夏



主持為議

趙宗新著

蓋見主持二字之義為
專之引之拔之。主題
既定於胸次，言詞亦隨
於口邊，縱橫開闔，若
無罣礙。主持既畢，皆
大歡喜，果無賓主之別，
主持人已融入受眾群體。
所啟人明者，眾皆明矣，
眾有感者，皆不復感。此
主持之大韜畧而非技
藝也。由此視之，主持人
必具豐瞻之學養，不移
之定力，親喜之奉止，動人
之心而不病人之情，鼓之
之志而不憚人之辭，能如
此則主持之自己過半矣。
至於新迎舊化，迎舊
徵宗，非虛操故事，實
指妙悟者不在多言，而聽
言者喜解其意，此正互動

目 录

导 论 主持传播的研究范式

序 言 主持刍议——题朱军新著 范曾	i
自 序 思索与前行	ii
导 论 主持传播的研究范式	001
第一章 主持传播的主体——主持人	
第一节 角色定位	021
第二节 能力需要	028
第三节 形象管理	033
第二章 主持传播的环境	
第一节 宏观——社会	037
第二节 中观——媒体	051
第三节 微观——现场和嘉宾	053
第三章 主持传播的对象——受众	
第一节 受众的界定和类型	065
第二节 受众的心理	075
第三节 受众的诉求与满足	079

第四章 主持传播的策略

- | | |
|------------------|-----|
| 第一节 语言传播策略：规范与个性 | 088 |
| 第二节 情感传播策略：温暖与真诚 | 098 |
| 第三节 文化传播策略：关怀与传承 | 107 |

第五章 主持传播与主流媒体

- | | |
|------------------|-----|
| 第一节 国内主持传播的实践探索 | 117 |
| 第二节 主流媒体的基本职能和使命 | 128 |
| 第三节 主流价值观与主持传播 | 146 |

第六章 突破自我：国家舞台上的创新传播

- | | |
|---------------|-----|
| 第一节 访谈节目：用心沟通 | 157 |
| 第二节 晚会节目：大气控场 | 206 |

参考书目 225

后 记 踏下心来做一场“学问” 228

导 论 主持传播的研究范式

随着传播学的不断发展及其研究范围外延的不断扩张，涌现出大量传播学研究领域和分支，除了传播学研究经典类目“自我传播、人际传播、组织传播和大众传播”外，又出现如政治传播学、经济传播学、发展传播学、健康传播学、城市传播学等学科分支。

相较以上这些与其他学科相交叉而建立起来的跨学科研究，主持传播关注的是传播研究中最基本、最热门也是最核心的研究范围——大众传播形态下的一种特殊传播形式。广播电视媒体在新媒体环境下所遭遇的挑战，促使传统媒体从业者不断修正媒介意识、寻求发展机遇。主持传播作为广播电视媒体平台上最重要的传播手段之一，也在不断地校正自己的定位，以找到适宜的生存之路。从传播学的角度研究主持行为，虽历史不长，但作为一个具有现实指导意义的学科分支和学术视角，广为学者和业界人士重视，也成为播音主持学研究领域的一个新兴课题。

一、国内理论研究

主持传播，这一名词在学理上的提出并无多时。长久以来，国内的主持人研究多着眼于播音主持艺术，这与广播电视事业在我国的发展、发展不无关联。早期国内的广播电视事业用于宣传工作，播音员主要担任传声筒的职责，可供其发挥主观能动性的方面有限，因而行业内多对主持人的播音技巧、外在形象、演绎方式有所要求，促使学术界形成了对播音主持艺术的研究倾向。随着广播电视事业的迅猛发展和改革开放事业的不断深化，新环境、新形势对主持人的职能和功用提出了新的要求和挑战，而可供参考借鉴的西方先例却寥寥无几。不同的历史环境和社会形态导致了中西不同的广播电视语态和传播方式。另外，西方主持人的生产机制也与我国的不同，因而无法生搬硬套，只能从自身总结经验，进行主持传播研究。

近些年来，对于电视节目主持艺术与创新传播的研究，中国本土学者的研究大作迭出：先期的研究多集中于探讨电视主持艺术，如中国传媒大学教授张颂所著的《中国播音学》（2003）、《播音主持艺术论》（2009），吴郁所著的《当代广播电视播音主持》（2008），上海戏剧学院教授吴洪林的《主持艺术》（2007），北京大学教授俞虹的《节目主持人通论》（2004）以及魏南江的《节目主持艺术学》（2006），等等。随着这几年传播学学科的不断壮大，越来越多的学者将“主持”与“传播”进行了跨界关照，其中对“主持传播”进行比较系统研究的有陈虹博士所著的《节目主持人传播》、高贵武的《主持传播学概论》、毕一鸣的《主持艺术的新视野——传播学视野中的主持艺术》等等。更有学者立足于中国电视文化格局的当下现状，从中国目前电视播音主持及其文化影响力的现状梳理入手，

从文化学及传播学的角度，首次提出了“中国电视节目主持人文化影响力”这一命题，并对此概念给予了科学合理的界定，比如北京大学出版社出版、中国传媒大学教授曾志华所著的《中国电视节目主持人文化影响力研究》（2009）。

二、界定与性质

主持传播，由字面可见，该词是由两个不同意义的词语构成，一为“主持”一为“传播”。因而讨论主持传播，首先需先明确何为主持，何为传播。

主持和主持人的概念是伴随着广播电视媒体的崛起及其在百姓生活中的不断渗入而出现的。赵玉明、王福顺在《广播电视辞典》中对节目主持人做了如下定义：“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，直接面向受众，平等地进行传播的人。”该定义明确了主持传播研究视野中所探讨的主持人的几项要素：1. 所处平台，面向大众的广播电视媒体；2. 出现形式，以个体身份；3. 表现方式，以有声语言为主线驾驭节目进程，进行有目的的传播。明确主持的概念，也就明确了主持传播过程中的传播者的主体定位。

传播学是起源于西方的一门新兴学科。19世纪到20世纪的工业革命和城市化进程为其诞生奠定了丰沃的社会土壤。彼时大众媒介急速发展，社会中的信息流动方式、人们的交流方式都发生着迅速的转变，从而带来了巨大的社会变革。具有其他学科学术背景（如经济学、社会学、心理学、政治学、人类学等）的学者，都纷纷将研究视角转向与人类传播相关的领域和方向，逐渐支撑起了传播学的研究框架，形成了传播学的研究传统，并促使其独立成一门社会