



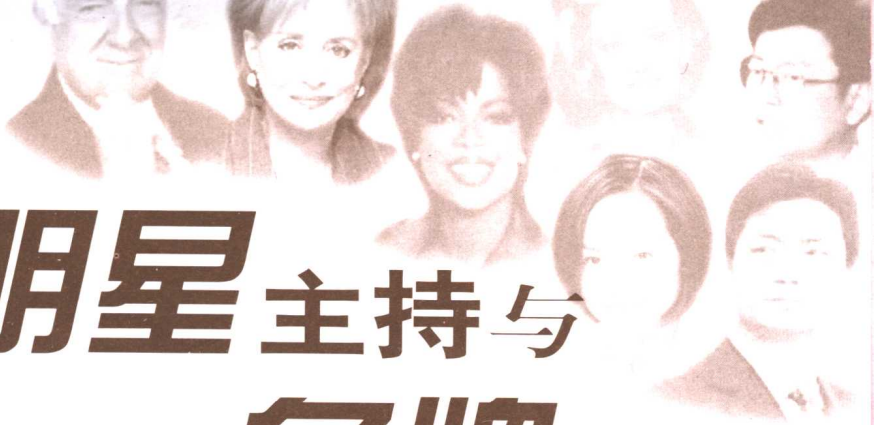
明星主持与 名牌节目

主 编：蔡帼芬

副主编：陈明珠 侯红霞

- 电视节目主持人的魅力
- 21 世纪主持人的新标高
- 幽默机敏的主持人
- 崔永元的魅力
- 法兰西一颗璀璨的明星
- 论爱德华·默罗的新闻记者素质
- 明星档案：15 位世界著名电视节目主持人

北京广播学院 出版社



明星主持与 名牌节目

主 编：蔡帼芬 副主编：陈明珠 侯红霞

北京广播学院 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

明星主持与名牌节目/蔡帼芬主编. - 北京: 北京广播学院出版社, 2003.11

ISBN 7-81085-234-5

I. 明… II. 蔡… III. 主持人-理论研究-文集 IV. G222.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 095755 号

明星主持与名牌节目

主 编: 蔡帼芬

责任编辑: 杜丽华 郑建鹏

责任校对: 郑建鹏 齐莉莉

封面设计: 任 名

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街 1 号

邮编: 100024

电话: 010-65738557 65738538

传真: 010-65779405

网 址: <http://www.cbbip.com>

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 刷: 有色曙光印刷厂

开 本: 880×1230 毫米 1/32

印 张: 12.375

版 次: 2004 年 1 月第 1 版 2004 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-81085-234-5/N·125

定价: 28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

前 言

作为电视传播活动的中心之一，电视节目主持人从20世纪50年诞生到现在已经走过了半个世纪的历程。在这50年的时间里，电视节目主持艺术从最初的崭露头角发展到今天的日益成熟，离不开业者直观的感受，同样也离不开学者理性的思索。正是在这种理论总结与实践经验的融合与互动中，电视节目主持艺术才得以逐步发展，逐步完善。

在我国，电视节目主持人出现不过十多年，其间，主持人的数量有了迅速的增长，质量也有了显著的提高，这一点值得欣慰。但我们必须看到，目前很大一部分主持人还停留在凭借经验、模仿主持节目的阶段，缺乏系统有力的理论指导，这使得他们很难突破自己主持水准的瓶颈，也因此导致了部分主持人风格雷同、主持人整体素质有待提高等诸多问题的产生。在这种情况下，探讨电视节目主持艺术，研究电视节目主持人的理论著作就显得尤为必要。

《明星主持与名牌节目》主要以实践为基础，以理论为依据，立足于电视节目主持现状，总结电视节目主持规律，探索电视节目主持发展的趋势。在这本书里，有关于节目主持人社会化的前瞻性思考，也有对电视和主持人目前存在问题的剖析；有对主持人作为一个整体

的特征论述，也有对某个主持人的个性化分析；有对主持人素质、风格甚至语言要素的微观探讨，也有对主持人与其它传播要素之间关系的宏观把握；有著名电视节目主持人的切身体会，更有专家学者从理论高度进行的系统总结——林林总总，不一而足，但目的只有一个，就是为了给目前的电视节目主持实践提供理论基础和指导。另外，本书还附有对一些国外著名电视节目主持人的资料性介绍，希望以此为国内从业人员和研究人员提供些许借鉴，能够从这些成功的范例身上总结、归纳、提炼出带有普遍性和规律性的方法和经验，再结合我国电视节目主持的实际，开辟一条属于自己的特色主持之路。

北京广播学院国际传播学院院长 蔡帼芬

2003年10月

目 录

前言

电视主持人的魅力

电视节目主持人的魅力

蔡炯芬 申家宁/1

崔永元的魅力

吴 郁/18

采访技巧与电视访谈节目主持人的个性魅力

——从 ABC 莱温斯基专访节目看芭芭拉·沃尔特斯 陈明珠/29

■ 明星主持与名牌节目

日本电视节目主持人的魅力

——记日本自由主持人米诺蒙塔

黄美华/38

法兰西一颗璀璨的明星

——记法国电视一台黄金时段著名新闻节目主持人、
记者——阿尔贝·杜鲁瓦先生

盖莲香/43

电视主持人的心态

浅论电视节目主持人的心理素质

蔡帼芬 申家宁/47

以平常心看主持人——

吴 郁/52

心态在先 技巧居后

崔永元/59

我们能走多远

——关于主持人话题的胡思乱想

白岩松/61

电视主持人的语言

直面主持人语言现实 研究主持人语言规律

吴 郁/73

也谈广播电视节目主持人的语言要求

云贵彬/86

幽默机敏的主持人

任 远/92

电视主持人的风格

主持人风格的形成

略论节目主持艺术的基本特征和节目主持艺术风格的形成

赵淑萍/98

电视谈话节目主持人的现场把握

——兼评欧帕拉·温美瑞的主持风格

蔡帼芬 申家宁/121

风格独特 勇于创新的主持人——元元	吴 郁/124
善于倾听	
——从拉里·金的主持风格说开去	侯红霞/131
从“筑紫哲也 NEWS 23”看筑紫哲也的主持风格	李立军/134
鲁豫主持艺术的发展道路和风格	李烨辉/144
刘海若——烈焰中重生的火凤凰	侯红霞/151

主持人节目与观众

电视节目主持人与观众	蔡帼芬 申家宁/157
名牌节目与明星主持	赵淑萍/167
把握受众心理——主持人“长寿”之秘诀	
——浅析日本朝日电视台名主持久米宏的主持风格	张智琦/177

关于主持人的思考

论电视节目主持人	任 远/187
有关电视和电视节目主持人若干问题之思考	
	蔡帼芬 王蔚阳/204
21 世纪主持人的新标高	吴 郁/211
对美国电视新闻节目主持人的分析	赵淑萍/220
培养高素质的英语播音员与节目主持人	童之侠/229
论爱德华·默罗的新闻记者素质	赵淑萍/235

明星档案：世界著名电视节目主持人介绍

欧帕拉·温芙瑞 (Oprah Winfrey)	/268
芭芭拉·沃尔特斯 (Barbara Walters)	/279
沃尔特·克朗凯特 (Walter Cronkite)	/289
丹·拉瑟 (Dan Rather)	/297
宗毓华 (Connie Chung)	/304
约翰尼·卡森 (Johnny Carson)	/308
拉里·金 (Larry King)	/319
汤姆·布鲁考 (Tom Brokaw)	/331
菲尔·唐纳休 (Phil Donahue)	/334
彼得·詹宁斯 (Peter Jennings)	/344
山姆·唐纳尔逊 (Sam Donaldson)	/350
约翰·钱塞勒 (John Chancellor)	/358
迈克·华莱士 (Mike Wallace)	/367
大卫·弗洛斯特 (David Frost)	/377
简·波利 (Jane Pauley)	/384

电视节目主持人的魅力

蔡帼芬 申家宁

电视节目主持人魅力构成

魅力是吸引人的力量，是人际交往的内在动力。它是一种人格特征，一种稳定的心理倾向。魅力包含着深厚而丰富的心理内容，是人们心理机制与外部行为的完美统一。人际交往离不开魅力，魅力也主要通过人际交往的双向交流才展示出来。

电视作为大众传播媒介，从本质上有别于日常生活中的人际传播。然而电视节目主持人在这一视听兼备的媒介中出现，使大众传播媒介模拟人际传播成为可能。电视节目主持人也越来越多地将人际传播的技巧带入电视这一大众传播媒介中去，从而引发了电视节目主持人魅力这一课题。

电视节目主持人的魅力是电视节目主持人通过电视这一大众传播媒介对电视观众产生的吸引力。电视节目主持人研究是将电视节目主持人作为群体概念对待，并侧重于职业层面上的探讨。

电视节目主持人魅力的产生与主持人本身、电视观众以及收视环境都密切相关。

由于电视将人的言谈举止、音容笑貌都呈现于观众面前，电视节

目主持人魅力的产生也同人际交往中的对人印象一样，是从外貌开始的。因此，任何一位电视节目主持人都无法忽视自己的“外部形象”，从面部的化妆，发型的设计，衣服的款式、颜色到站姿、坐姿，都要体现出符合节目要求的、能为观众所接受的风度、个性。然而，外貌并不是决定电视节目主持人魅力的最重要的因素。由于电视节目主持人主要是用语言与电视观众进行交流，外貌之外所体现的思维特征是否与观众具有类似性也是电视节目主持人魅力产生的因素。传播学认为，如果接受者认为信息的来源是一个与自己相似的人，就可能被说服。心理学认为，态度的类似性是对人魅力的带有普遍性的决定因素，类似的东西常被作为一个同一体而感知，因而同自己类似的其他人和自己一起组成一个单位。在通常情况下，人们对自己有好感，所以对那些被归纳为与自己同一单位的其他人就同样具有好感。由于电视节目主持人的外表通常比普通人要美好一些，电视节目主持人与电视观众的“类似性”就主要表现在对人、对事的态度上。电视节目主持人在电视观众心目中是否具有魅力，就要看电视节目主持人是否与“普通人”同呼吸、共命运，是否像“普通人”那样说话、思考。中央电视台的敬一丹在《〈一丹话题〉得失录》一文中写到：“我对自己有一个要求：经济话题由我来谈，不能把话说得像经济专家；求深度，也不能让观众觉得很艰涩。主持人如能以平常心去体味，以平常话去表达，就有可能深触某个经济问题的ABC，随着采访的展开，又同观众一起一步步走向深入。”正因为她能以“平常心”去主持节目，才让观众感到可亲可近，才成为具有魅力的“十佳电视节目主持人”之一。

由于“类似性”涉及双方，所以从理论上分析，也有一个观众是否同主持人“类似”的问题。所谓“物以类聚，人以群分”，不同电视节目的目标受众是有差异的，所以不可能要求所有的观众都喜欢收看某一特定节目进而喜爱该节目的主持人。作为一名电视节目主持人首先要了解自己节目的目标受众是哪些，从而努力寻找与目标受众的“类似性”，向这部分受众靠拢。这样才会使“魅力”有一个相对稳定

的作用群。如果为了无限制地扩大魅力的作用群，没有稳定的风格，反而会失去受众基础，使魅力无所依托。

以上对电视节目主持人的魅力作了静态分析。实际上，魅力产生的过程十分复杂，也不是固定不变的。魅力的消长是一个动态的过程，收视环境、收视心理便对电视节目主持人魅力具有重要作用。如果一位观众第一次收看某主持人的节目时，身处舒适幽雅的环境，内心又十分舒畅愉快，便倾向于对这个电视节目主持人产生好感。日后收看这个节目，便会回忆起初次收看时的美好感受，进而强化这位主持人在他心目中的魅力。此外，收视者的情绪、心理也影响主持人在他们心中的魅力。如果收视者是嫉妒心强、心理不健康的人，可能对所有同性主持人都具有反感，那么同性主持人在该观众心里就不具备魅力。在这种情况下，主持人是否具有魅力与主持人本身主持得好坏并无直接关系。主持人魅力也不是一成不变的。有的主持人外貌一般，但随着观众对他的了解，他的知识、头脑、同情心都会增添他的魅力。有的主持人则可能相反，日子一长，就会对观众失去吸引力。此外，观众周围的人对主持人的态度如何也会影响主持人的魅力。例如，某观众对一位节目主持人并没有特别好或特别坏的印象，如果他的妻子、孩子、朋友、同事等等与他接触最多、最亲密的人都对该主持人做出一致的或好或坏的评价，这位观众也会受其影响，改变对节目主持人的态度。

电视节目主持人的魅力是依托于节目、依托于电视、依托于观众产生的，所以它的构成具有多元性，具体表现在：

首先，它是电视节目主持人个性魅力与电视媒介魅力的结合。

电视以其视听兼备、传播速度快、覆盖面广的特性征服了受众。电视的出现给广播、报纸、电影等其他大众传播媒介带来了巨大的冲击。虽然电视的出现较晚，但它以独特的传播优势进入了家庭，堂而皇之地成为第一大传播媒介。它不仅影响人们的日常生活，而且对社会政治、经济、文化无不产生潜移默化的影响。电视这一充满巨大魅力的“方盒子”使电视节目主持人比其他的“明星”更容易走入千家

万户，成为妇孺皆知的“明星”。

同时，由于电视可以采用各种特技手段，将充满冲击力的画面带到观众眼前，将发生于世界各地的事情呈现于观众面前，为电视节目主持人提供了既丰富又好看的素材，更使电视节目主持人成为视野开阔、能力超群的“英雄人物”。此外，包括灯光、摄像在内的一切技术使许多在生活中看上去十分平凡的人一到屏幕上就成了光芒四射的电视明星。可以说，离开了电视这一媒体的特性和魅力，节目主持人的魅力就失去了凭借。

其次，电视节目主持人的魅力是主持人魅力与节目魅力的统一体。

任何节目主持人形象的魅力都离不开特定的电视节目。离开《东方时空》，就没有敬一丹；离开《正大综艺》，不会有杨澜；提起沈力，人们会想到《为您服务》；提起水均益，人们自然说到《焦点访谈》……。

正是这些具有突出特点、个性的“名牌节目”造就了具有真正魅力的节目主持人；反过来，优秀的节目主持人又运用自己的魅力为节目大大增色。应该说，节目主持人的魅力与节目独特的构思、丰富的内容、灵活的表现形式所产生的魅力是一致的。节目主持人魅力的产生离不开从节目策划到技术人员整个创作集体的艰辛劳动。节目主持人也只有排除任何“非主持欲望”，完全从节目出发，才会具有动人的魅力。

再次，电视节目主持人的魅力是与观众共鸣产生的共振魅力。

前面已经论述过观众的心理、身体、精神状况及环境因素对电视节目主持人魅力的影响。此外，观众是否会与节目主持人产生共鸣，还依赖于节目的内容、形式。应该说，没有好的节目，节目主持人的魅力也就失去了依托。那些构思新颖、信息量大、与观众生活贴近的节目是产生优秀节目主持人的肥沃土壤。作为我国较早出现的观众参与，融知识、娱乐为一体的《正大综艺》令人耳目一新，否则恐怕也出现不了杨澜。《生活空间》第一次把报道的焦点对准普通老百姓，

引起了观众的浓厚兴趣，加上每期节目几乎都采用记者现场采访的“白描”性纪实手法，让观众很“过瘾”，于是主持人李平的名字也就为观众所熟悉了，她的形象也得到了越来越多观众的认可和喜爱。如果《生活空间》一直停留在初办阶段讲讲怎么做发型、怎么锻炼身体等内容上，作为节目主持人的李平恐怕也不会有今天这样大的吸引力。

此外，节目播出时间的长短以及接触频率的多少也会影响到节目主持人的魅力。心理学家日昂斯认为，接触次数的增加会增强好感。《新闻联播》节目播音员并没有在屏幕上展现个性和主持艺术才华的天地，却成了全国知名度最高的人物之一，其原因多半来自《新闻联播》每天都在黄金时间播出，从而使播音员与人们的接触频率极高。节目的重要位置无疑给节目主持人的魅力形成创造了条件。

电视是一门综合艺术，灯光、布景、摄像、化妆、镜头的切换等等构成的电视媒介的综合魅力也是形成电视节目主持人魅力的因素之一。虽然主持人的外貌并不是其魅力的决定因素，但拙劣的照明会丑化主持人的形象；摄像师在你充分发挥才能的时刻关机，或者编辑把节目中最精彩的段落剪掉，即使主持人水平再高也不会有魅力。所以，电视节目主持人必须主动协调好节目组内的各种关系。如果各部门能够通力合作把主持人形象塑造好，一个有魅力的节目主持人就有可能出现于节目之中。正如美国《60分钟》节目总编导唐·休伊特所说：“如果把《60分钟》节目比作一盘好菜的话，主持人的魅力好比调料，节目内容则是主菜。”所以电视节目主持人应更好地在提高节目质量上下功夫，而不是将全部精力放在研究外在美上。

电视节目主持人屏幕内外魅力的结合

电视节目主持人虽然只是某一个人多种社会角色中的一个，但若想在观众心目中保持长久的魅力，实际生活中的他（她）也应是个颇具魅力的人。积极参与社会活动，热爱生活，为人真挚热情，富有正义感和同情心，这样的人才会越来越得到同行和观众的喜爱。《经济

半小时》主持人之一赵赫为人憨厚，富有正义感。一天，有一位残疾人找到中央电视台，投诉他们残疾人工厂买来的车质量有问题。赵赫与这位残疾人素不相识，却当即给厂家拨通了电话，一番唇枪舌剑之后，终于帮助残疾人解决了问题。节目主持人虽然不是法官，却可以代表正义，好多老百姓就是在孤立无援的情况下求助于新闻媒介的。作为节目主持人要与老百姓同呼吸，共命运，时刻将老百姓的疾苦放在心上，维持真理和正义的尊严。如果一个主持人在屏幕上光彩照人，屏幕下自私自利、胆小怕事，甚至有不光彩的恶习，迟早会遭到观众的唾弃。克朗凯特正直、和蔼、稳重，从不利用自己的威望谋求私利，也从不颐指气使。电视节目主持人的职位虽然看上去令人羡慕，但一旦踏上这条道路，实际上也就用一种无形的枷锁束缚了自己，每走一步都要考虑到会在观众心目中产生什么反响。致力于节目主持人工作的人，首先对此要有足够的思想准备，然后再去敲响通向那条道路的大门。

节日本位或节目主持人本位

人们常说，少儿节目主持人要轻松活泼；新闻节目主持人要沉稳庄重；服务节目主持人要热情、有同情心；文艺节目主持人要多才多艺、风趣幽默。这是从节目类型入手对节目主持人提出的要求，是“节日本位”观念的一种体现。

“节日本位”的提法虽然是首次使用，但体现这种思想的提法却早已出现于众多理论文章之中了。中央人民广播电台《午间半小时》节目主持人之一傅成励在《主持人形象与节目的个性》一文中写到：主持人只能在节目方针规定的主持人形象的基本特征的基础上去丰富和完善，不能与之背道而驰。沈力在《谈主持人的个性形成》中写到：主持人应该根据栏目（或节目）内容的需要，拿出自己的见解，根据自己的感受和习惯，讲自己的话。电视播音员李修平在《谈谈节目主持人的信赖感》一文中提到：主持人要使用适合于栏目内容的手段（语言、表情、动作）塑造与栏目内容相协调的“形象”，突出节

目的特点。

总之，按照节目要求设计和体现节目主持人形象，这就是“节目本位”。只要将自己作为节目的有机组成部分，保证节目的成功，无论这个主持人的性格倾向是什么，都是成功的节目主持人。拿新闻节目主持人为例，在温文尔雅、庄重严肃的一群里突然出现一个泼辣大胆的也完全可以。又如少儿节目，在一群“姐姐”、“阿姨”的行列之外有一个和蔼慈祥的老爷爷又如何？文艺节目似乎也被女性占领，在杨澜、倪萍红遍中国之后，能否出现一个在全国享有同等知名度的专职男性文艺节目主持人呢？将“节目本位”理解为每一类型节目只能由同一种气质的人一统天下，未免单调、乏味，也不利于富有个性魅力的电视节目主持人出现。

在提出“节目本位”概念的同时，笔者也想到了“节目主持人本位”的概念。这一思想是受电影界的启发。电影界目前已经开始倡导为了培养大明星和世界级表演艺术家，要有专门的人为演员写戏。电影界也常有导演找到演员门上，说某个角色“非您莫属”。电视界可不可以效仿电影界的这种做法，为具有超凡素质的节目主持人设立节目呢？《一丹话题》出来了，用主持人名字设立栏目在我国还是首次。敬一丹自己说：“这个栏目最大限度地展示了我的个性，可以说是彻头彻尾、从里到外的……它使我多了一个面对世界的表达方式。”敬一丹是这个栏目的负责人，从选题到采访、编辑都要负责，是向“主持人本位”迈开的第一步。其实在国外，优秀的谈话节目通常都以主持人名字命名，如“Oprah Winfrey Show（欧帕拉·温芙瑞节目）”和“Donahue Show（菲尔·唐纳休节目）”。在这样的节目里，充分表现和利用了主持人的个性、才华，节目主持人是独特的“这一个”，换了主持人，节目就不成立了。而我国的著名节目主持人大都还难以享受这种“待遇”，为某个主持人单独创立一个节目的先例还很少见。这离推出世界级电视节目主持人的目标还有很远的距离。

有人也许会说，看好某个主持人，请他来主持一个新创立的节目的先例是有的，像杨澜在《正大综艺》之外还主持《外国文艺》和一

个英语教学节目。赵忠祥也在主持《人与自然》的同时，在《庐山》和《解放》中做主持人。至于著名主持人在春节晚会、国庆晚会等大型活动中当主持则更为常见。这不就是充分发挥节目主持人的才能，为他们提供更为广阔的天地吗？

笔者认为，让一个人同时长期主持多个节目的情况恰恰不是“主持人本位”。“主持人本位”是指对一个主持人的能力有了全面了解之后，专门设立一个节目，让他来主持。让一个人主持多个节目，结果是主持人整天劳碌奔波，无法把心思完全集中在一个节目上，到头来达不到应有的效果，连“节目本位”的标准都达不到。一个人主持多个节目的局面，也只有在主持人理论还未完善，主持人事业还处于起步时期，主持人职责还未明确时才会出现。在美国，由于节目主持人要参与节目整个制作过程，没有时间和精力去兼职主持别的节目。反之，如果主持人的职责和权限很小，只是拿到稿子后稍作改动，也不需要策划节目或担任采访、编辑工作，当然不会感到那么辛苦。至于短期内主持一下庆典、晚会或专题节目，还有情可原。但如果正在主持一个节目，却有编导请你去主持另外一个节目怎么办？那就要权衡一下哪个更适合自己的，哪个更会受到观众欢迎，从而做出选择。如果新节目不是特别具有吸引力，还是不要放弃旧节目。因为你与观众建立起联系，观众与你和节目产生共鸣是需要时间的，以为凭主持人的个人魅力就可以使新节目在短时期内受到欢迎实在是肤浅的看法。如果有朝一日发现主持的这个新节目不行，再换回旧节目，就会让观众觉得这个主持人是“万金油”，难以继续保持对主持人的信任，主持人的魅力也就消失了。

那么，“节目本位”与“节目主持人本位”的概念是不是彼此矛盾呢？“节目本位”是基础，“节目主持人本位”是“节目本位”发展的高级阶段，二者是一致的。只有坚持“节目本位”原则，将主持人作为节目的一个元素，排除任何非主持欲望，节目才会取得成功，节目主持人才会成为优秀的人才。只有优秀的人才才会被人发现，进而专门为他们设计节目，让他们享受“节目主持人本位”的殊荣。然而