

播 音 主 持 学 术 文 丛 (第二辑)

当代中国语境下的 广播主持人 核心竞争力研究

牛力 ● 著

RESEARCH ON THE CORE COMPETENCE
OF RADIO HOST IN THE CONTEXT
OF CONTEMPORARY CHINA

中国传媒大学出版社

播音主持学术文丛(第二辑)

当代中国语境下的 广播主持人 核心竞争力研究

牛力◎著

RESEARCH ON THE CORE COMPETENCE
OF RADIO HOST IN THE CONTEXT
OF CONTEMPORARY CHINA

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

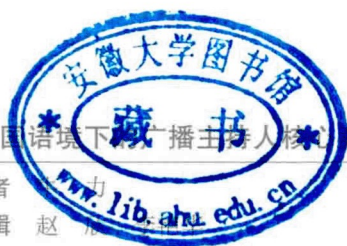
当代中国语境下的广播主持人核心竞争力研究/牛力著.

—北京:中国传媒大学出版社,2014.12

ISBN 978-7-5657-1204-3

I. ①当… II. ①牛… III. ①广播节目—主持人—
核心竞争力—研究—中国 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 227159 号



当代中国语境下的广播主持人核心竞争力研究

作 者 牛力
责任编辑 赵 凡
封面设计 拓 美
责任印制 阳金洲
出 版 人 蔡 翔

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 北京艺堂印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 11.5

字 数 143.5千字

版 次 2014年12月第1版 2014年12月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1204-3/G·1204 定 价 49.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序 言

勤奋,是任何成就的基石。论天赋,牛力并不那么异于常人,十五年前他硕士毕业报考北京交通台,也并未显露出特别的才华。然而十五年过去,牛力以他的勤奋,令人信服地诠释了成功二字的含义。入台后他服从分配当记者跑新闻,“二环路的故事”、“寻找我的双脚”、“对话航天大师孙家栋”……一个个故事讲下来,牛力的勤奋和朴实打动了听众,也让他成长为专家型新闻访谈节目主持人,拿了不少奖,并获得了听众的喜爱。

专家型主持人,这是一直以来我对广播主持人的期待,特别是在媒介渠道日益多元的今天,更显得时不我待。怎么成为一名优秀的专家型主持人,他(或她)的核心标准又有哪些?牛力的博士论文《当代中国语境下的广播主持人核心竞争力研究》作了有益探索。在这部理论性和实践性都很强的著作

里,他选取中国语境下的广播主持人作为研究对象,创造性地采用“胜任特征模型建构”理论对主持人核心竞争力展开具有针对性的分析研究。他抓住当前广播节目主持人在媒介竞争的大环境下所应具备的素养,特别列举了大量实例,用扎实的理论知识、严谨的统计数据和翔实的案例分析加以阐述,使这部专著具备了较好的理论指导意义和实践操作价值。

当代中国语境下的广播,在所有竞争中,最核心的竞争是人才的竞争,人才竞争的实质就是看谁的人才队伍素质更加优良、结构更加合理。主持人的核心是“人”,广播主持人的培养,说到底还是人的培养。多年来,北京电台在人才的培养上花了不少功夫,并形成了良好的人才培养和竞争机制,正是在这样的激励机制下,我们才收获了像牛力这样同时拥有博士学位和全国大奖的首席主持人,才能使北京电台在未来的激烈竞争中拥有竞争对手“偷不去、买不来、拆不开、带不走”的核心竞争力。

主持人培养也是一个主动学习、自我激励的过程。学无止境,从学士、硕士再到博士,学位培养只是人才培养的一种方式,如果我们再能从中悟出一些道理,则会受益终身。比如学士的“学”,这个字的下半段是“子”,其实这个“子”正是“学”的意义符号,因为小孩子是学习的主体。它同时也告诉我们,我们永远都不要认为自己什么都懂了,放在历史的长河中,我们永远都是孩子。所以,学习的第一层意思,就是从心态上保持像孩子一样的好奇。再来看“硕”字的左半段——“石”。其实“硕”本来就有一个意思和“石头”一样,象征着坚固、坚韧和坚持。意思是,不管走到哪里,不管我们做什么,凡事唯有坚持才能有所收获。还有

博士的“博”，“博”是广大的意思，但它右下部分这个小小的“寸”告诉我们，无论梦想多大多广多博，都需要从一点一滴做起。

从小事做起，坚持不懈地努力，怀着孩子一般好奇的心，这个时候当我们再去谈论梦想，你会发现梦想的实现其实是那么自然、那么快乐、那么美！



2014年9月

1	序 言
1	绪 论
1	一、研究缘起
12	二、研究目的与意义
18	三、文献综述
36	四、研究方法与基本思路
42	第一章 当代中国语境下媒介生态新格局与广播竞争力概述
44	第一节 当代中国语境下的媒介生态新格局
44	一、狼来了：漂流在“末日洪水”中的传统媒体
47	二、媒介生态危机下广播“逆生长”的背后
53	三、广播“合纵连横”新时代的开启
56	第二节 广播竞争力与主持人的媒体自觉
56	一、广播竞争力转型：频率细分与交流互动
62	二、从广播员到“广捕者”的角色转变
73	三、当代中国语境下广播主持人的新课题
79	第二章 专业化背景下广播主持人核心竞争力的模型建构
80	第一节 广播主持人核心竞争力的基本概念
80	一、从“竞争”概念看核心竞争力的“竞争优势”
82	二、从“力”的概念看核心竞争力的“着力点”
83	三、广播主持人核心竞争力的概念界定
86	四、广播主持人核心竞争力的基本特点

89	第二节 基于胜任特征模型研究的核心竞争力评价体系
89	一、经典的胜任特征模型：冰山模型与洋葱模型
93	二、模型建构：以北京交通广播电台36位主持人为对象
112	三、结果分析：胜任特征模型与广播主持人核心竞争力
116	第三章 微时代挑战下广播主持人核心竞争力的提升路径
117	第一节 提升广播主持人媒介素养 积聚核心生存力
118	一、媒介素养研究的全球化语境与本土化延伸
123	二、提升媒介素养，积聚核心生存力
134	第二节 构建广播主持人“基因内核” 发掘核心创造力
135	一、主持人的核心创造力源于聪明的克隆
140	二、专业化、类型化趋势下构建广播主持人“基因内核”
143	第三节 强化广播主持人“中国语境” 培育核心价值观
144	一、宏观层面：中国特色的社会主义核心价值观
146	二、微观层面：广播主持人的语境制约与语境利用
148	三、移动媒介语境下广播主持人对媒介场的认知与利用
158	结论与讨论
158	一、未来已来
161	二、总结与展望
165	参考文献
173	后 记

绪 论

一、研究缘起

1. 遇见未来的自己

20年前,也就是1994年,世界在悲喜交加中前行:约旦发生了易卜拉欣大惨案;美国成功举办世界杯足球赛;结束了27年半“铁窗生涯”的纳尔逊·曼德拉当选南非历史上首位黑人总统;执飞西安至广州的WH2303航班在起飞时发生故障空中解体,机上160人不幸遇难……

20年后,这个世界依然在动荡中继续:约旦局势相对平静,但邻国叙利亚战火纷飞,3年死了13万人;世界杯前往巴西,尽管距离开幕不到100天的时候还有至少3个场馆没有竣工;曼德拉去世了,但和解、宽容的精神遗产留了下来;当然,没有一个善良的中国人愿意在真真假假的各种猜测里看到,关于马航MH370航班失联的原因竟仍然是——空中解体。

世界看起来变幻莫测,但偶然中又存在必然。亚马逊雨林的一只



蝴蝶之所以能在一个月后引起美国德克萨斯州的龙卷风,正是由于在同一个地球生态环境下大家彼此相通,并且留下了许多起着关键作用的、可以用来预测的记号。面对这些记号,敏锐者、迟钝者高下立现。比如“先知”,这个被认为可以预见未来的人,也因为其神秘性往往与宗教、鬼神等联系在一起。但其实,先知并不是所谓的神来之人,在真实世界里,他的核心能力源于持续的关注、严谨的推理和准确的抉择。中国古代军事家孙武曾在《孙子兵法·用间篇》中这样描述先知:“故明君贤将,所以动而胜人,成功出于众者,先知也。先知者,不可取于鬼神,不可象于事,不可验于度,必取于人,知敌之情者也。”《孟子·万章下》写道:“天之生斯民也,使先知觉后知,使先觉觉后觉。”

还回到1994年,这一年的冬天,一位美国未来学者把自己发表过的18篇文章集结成一部书稿。在书中,他穿越时间的漫漫长河,以令人难以置信的精确,描绘了我们今天的处境。这个人就是尼古拉·尼葛洛庞帝(Nicholas Negroponte),他的著作《数字化生存》(*Being Digital*)后来被翻译成40多种语言,被誉为信息技术及理念的“圣经”。

20年后,假设尼葛洛庞帝看到面前的这个新世界,他心里一定会很欣慰,因为他所预期的种种趋势和巨大变化,如今正得到应验。例如,“信息的DNA”正迅速取代原子而成为人类生活中的基本交换物,电视机与计算机屏幕的差别只是大小不同,传统的大众传媒正变成个人化的双向交流,信息不再被“推给”(Push)消费者,相反,人们或他们的“数字勤务员”(电脑、手机等)把他们所需要的信息“拉过来”(Pull),并参与到创造它们的活动中。这些发展变革了我们的学习方式、工作

方式、娱乐方式——“一句话，我们的生活方式”。^①

在一封给美国前众议院发言人纽特·金瑞奇(Newt Gingrich)的信中，尼葛洛庞帝这样写道：“亲爱的纽特：我很感激你对数字化时代的支持。当我们从一个原子世界转向一个比特世界之时，我们需要一个像你这样的领头人来作出解释——这是一场巨大的革命，也许是一场里氏 10.5 级大地震那样社会规模的变迁。”^②尼葛洛庞帝所说的“比特”(Bit)，是 Binary digit(二进制数)的缩写，同时也是指二进制数字中的位，是信息量的最小度量单位。

巧合的是，尼葛洛庞帝在《数字化生存》里居然描述了他眼里的 2014 年：“20 年后，当你从视窗(Windows)中向外眺望时，你也许可以看到距离 5000 英里和 6 个时区外的景象。你观看的电视节目长达 1 小时，但把它传送到你家中所需的时间也许不到 1 秒钟。阅读有关巴塔哥尼亚高原(Patagonia)^③的材料时，你会体验到身临其境的感觉。你一边欣赏威廉·巴克利(William Buckley)^④的作品，一边可能和作者直接对话。”^⑤

如今，Windows 已经从 20 年前的 3.2 更新到 8.1，无处不在的互联网使 5000 英里外的华盛顿市民可以亲眼目击发生在埃及首都街头的血腥暴力。顺便说一句，开罗在东二区，华盛顿是西五区。

4G 通信技术将数据传输速率提升到每秒 100~150 兆比特，用户

① [美]尼古拉·尼葛洛庞帝著，胡泳、范海燕译：《数字化生存》(第 3 版)，海南出版社 1997 年版，第 4 页。

② [加]文森特·莫斯可著，黄典林译：《数字化崇拜：迷思、权力与赛博空间》，北京大学出版社 2010 年版，第 67 页。

③ 巴塔哥尼亚高原：位于南美洲东南部，北起科罗拉多河，南至麦哲伦海峡。

④ 威廉·巴克利(1925 年 11 月 24 日—2008 年 2 月 27 日)：美国媒体人、作家、保守主义政治评论家，政论杂志《国家评论》(National Review)的创办人。

⑤ [美]尼古拉·尼葛洛庞帝著，胡泳、范海燕译：《数字化生存》(第 3 版)，海南出版社 1997 年版，第 16 页。



延时小于 0.05 秒,北京市民只需花 1000 块人民币买部手机就可以轻松点播在线高清视频,几乎没有缓冲,全部秒开。

同样,基于电脑和互联网的三维数字技术(Three Dimensions, 3D)现在已被广泛使用。身在北欧的探险爱好者只要愿意,不仅能提前领略到南美高原的震撼,还能结合数字影院技术体会到现场的风、雨、雷、电等近乎极致的参与感和互动性。

只是有一点,尼葛洛庞帝确实失算了。今天我们可以毫不费力地欣赏到威廉·巴克利的作品,但是已永远无法和他本人直接对话,尼葛洛庞帝没有能够预测到巴克利的去世。

2. 预测不是一个简单的概念

预测不是一个简单的概念,事实上它是一个很不简单的概念。

大到如斯蒂芬·霍金(Stephen Hawking)预测“宇宙的未来”。在他的预言里,宇宙要么继续膨胀至无穷大,要么慢下来、开始缩小,结束于所谓的“大坍缩”,但所有这一切要在数十亿年后才发生。由于笃信在实践中人们经常只能准确预言很小的一段未来,霍金决定恪守哲人和先知们的老规矩,两头下注——他预言两种结果都有可能。^①

往小了说,如“你无法从我的岳母住在哪里、昨晚我和谁共进晚餐以及今天下午我要搭乘几点的航班到弗吉尼亚州的里士满去这类事情中,找出关联性或统计学上的意义,并且从中发展出适当的窄播服务”。^② 尼葛洛庞帝写这段话是为了强调“我”包含了一些在人口学或统计学上不具有丝毫意义的信息和事件,而这些与“我”有关的信息却

① [英]利奥·豪厄、阿兰·韦恩编,黄秀铭等译:《预测未来》,华夏出版社 2011 年版,第 14 页。

② [美]尼古拉·尼葛洛庞帝著,胡泳、范海燕译:《数字化生存》(第 3 版),海南出版社 1997 年版,第 192 页。

决定了个人所需要的服务其实是非常具体和千变万化的。“知人知面难知心”，这恰好证明了人的想法的高难预测性。

汪良曾在 15 年前的一本书中引用了上面的这段话，事实上，这本名为《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》的专著是迄今少有的从传媒角度对尼葛洛庞帝学说的批判性解读。

比如，针对尼葛洛庞帝的说法“在后信息时代中，大众传播的受众往往只是单独一人。所有的商品都可以订购，信息变得极端个人化。人们普遍认为，个人化是窄播的延伸，其受众从大众到较小和更小的群体，最后终于只针对个人。”汪良认为，“太依赖机器的个人化，对个人、对社会、对世界是否有好处呢？想象一下吧，孤独的‘人’，交往主要靠电子邮件，了解外面的世界只需瞪着电脑，买东西订购之后有陌生人送上门，即便是工作，也是通过电脑完成。到了夜晚，居室里灯影下，是一个个孤独的数字人。有没有毛骨悚然的意思？我们想说的是，人还是社会的群体性的动物。”^①

再比如，针对尼葛洛庞帝的说法“在后信息时代里机器与人就好比人与人之间因经年累月而熟识一样：机器对人的了解程度和人与人之间的默契不相上下，它甚至连你的一些怪癖（比如总是穿蓝色条纹的衬衫）以及生命中的偶发事件，都能了如指掌。”汪良认为，“我们怎么也难想象机器与人的关系能和人与人的关系‘不相上下’。电脑怎么知道客人上次来喝的那种酒坏了肚子？我几天后虽是出差去某城市，电脑提供的餐馆美味信息我看了心烦，因为我这次去是官司缠身。我们的意思是，机器怎能洞察人的瞬息万变的情绪并且据此作出恰当服

① 汪良、王秋：《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》，北京广播学院出版社 1999 年版，第 76～77 页。



务呢？”^①

汪良的观点，一是对个人化的强调不能排斥“窄播”，作为“广播”和“个人化”之间的过渡体，“窄播”有它存在的价值，这也是由人的社会性所决定的；二是机器无论发展到什么程度，永远不能、也不应该完全替代人。“否则，那真是世界的末日。”^②与技术控不同的是，汪良认为专家们其实过于夸大了技术的能量，而对人在改变过程中的主导地位估计不足。因此，“令人觉得只见机器不见人，好像人在未来只能是被动的、无足轻重的。”^③事实上，这恰恰就是本书得以展开的始发点和立足点，后文将详细论述。

和“只见机器不见人”一样极端的，是“不见机器只见人”。因此，在我们预见未来的时候，聪明的办法当然是要记得把人和机器都放进未来的预言当中。“今天的笔记本电脑和平板电脑已经比台式机更轻更小，但它们仍然需要使用低效的键盘输入。微型传感器和生物传感手势界面的出现，将可能完全取代打字这一输入方式。”^④这是爱伊莎·卡纳(Ayessha Kahna)和帕拉格·卡纳(Parag Kahna)在《混合现实》(*Hybrid Reality*)中的一段描述，两位来自伦敦的学者提出“混合现实理论”，即我们正从一个与技术“共存”的阶段迈进一个与技术“共同进化”的时代。在“混合时代”里，技术将无处不在(数万亿的传感器将遍布我们的周围)，也将更智能(设备之间可以像人类一样交流)和

① 汪良、王秋：《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》，北京广播学院出版社1999年版，第76～78页。

② 汪良、王秋：《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》，北京广播学院出版社1999年版，第78页。

③ 汪良、王秋：《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》，北京广播学院出版社1999年版，第101页。

④ 李婷：《人与机器共同进化》，电子工业出版社2014年版，第15页。

更具社会性(与人类建立起感情关系)。^①

具体到媒介生态的环境里,无论是传统媒体还是新媒体,随着互联网和数字技术平台的迅速普及和趋同,无处不在的新传播科技、更加智能的新资讯平台和更具社会性的新信息共享,使媒介融合成为大势所趋。“媒介融合”(Media Convergence)这一概念最早由美国麻省理工学院的普尔教授在1983年提出,其最简单的定义是将原先属于不同类型的媒介结合在一起。

一般认为,“媒介融合”概念引入中国是在2005年,蔡雯对国内外媒介融合研究进行了梳理。其后,喻国明教授在《传媒经济学教程》中指出,“媒介融合”现象就是“数字化导致过去不同形态的媒介信息壁垒被打破,报刊、广播电视、互联网所依赖的技术越来越趋同,以信息技术为中介,以卫星、电缆、计算机技术等为传输手段,数字技术改变了获得数据、现象和语言三种基本信息的时间、空间及成本,各种信息在同一个平台上得到了整合,不同形式的媒介彼此之间的互换性与互联性得到了加强,媒介一体化的趋势日趋明显。”^②

不过,善于批判性解读预言的汪良在1999年《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》一书的引言中,除了略带调侃地预言了100年后的“机器人餐厅”和200年后“我们的后代将会成为被保护的高级动物”以外,却早已非常精准地预言了“媒介融合”。他的表述是这样的:“我们所注视的未来,大约在五到十年以后。现在,网络的风暴在大陆还刚刚登陆;三五年后,网络的风头将动摇传统媒体的一切传统观念;十年以后,大陆的传媒将出现复杂的局面,各种媒体碰撞、重组、

① 李婷:《人与机器共同进化》,电子工业出版社2014年版,第6页。

② 喻国明、丁汉青、支庭荣、陈端:《传媒经济学教程》,中国人民大学出版社2009年版,第252页。



融合。在相当长的时期内,先进与落后的方式将并存。”^①如今,15年转眼即过,在先进与落后方式的并存空间里,我们面对的是一个怎样的未来呢?

3. 媒介融合了,广播会“去哪儿”

每个生活在当下的人,都不得不承认数字化已经深刻地改变了我们的生活。但是跟随时间机器一步步走来的我们,却变得越来越茫然,不是我不明白,是这世界变化得实在太快。每天都不知道有多少会出现,又有多少会消失。而其中变化最快的恐怕要算信息了,这种在互联网时代以比特计量的物质,每时每刻都在产生和消亡。

人与机器在共同进化,随着信息化、智能化技术的普及,新的职业在混合时代中不断涌现,如时间银行家、虚拟化身教练、身体部件制造商、生物信息师、空间向导和机器人专家等等,这还只是其中的一小部分。^②与此同时,越来越多的职业成为历史:更夫、纤夫、油印工、补锅匠、修笔师傅和BP机寻呼台传呼员等等。据不完全统计,10年间消失的“旧职业”多达数百个。^③

当然,还有一些被预言“消失”的职业竟奇迹般地活了下来。1998年,当互联网风生水起之时,美国合众国际社的首席执行官杰姆·亚当斯曾在一系列会议上断言:“互联网将在5年内吞没传统媒体。”^④如果此话应验,2003年之后就不会再有报人、广播人和电视人了。事实证明,报纸、广播和电视虽有变化,但不至于就此消失。

① 汪良、王秋:《敢问路在何方——大陆传媒和网络的预言》,北京广播学院出版社1999年版,第5页。

② 李婷:《人与机器共同进化》,电子工业出版社2014年版,第17页。

③ 韩玲梅、张洁:《职业变迁30年》,《中国社会导刊》2008年第31期,第10~12页。

④ 郭毅:《我国高校科技期刊如何应对新媒体的挑战》,《西南农业大学学报(社会科学版)》2010年第2期,第260~262页。

不过,5年前美国微软公司首席执行官史蒂夫·鲍尔默再次大胆放话,这使问题又变得更加复杂起来。2009年6月,鲍尔默在法国戛纳国际广告节上发表演讲,他认为:“传统媒体将不会恢复到经济衰退前的水平,传统的广播和印刷媒体在未来只能占据很小的市场份额,更多广告收入会转移到互联网业务中;传统媒体将在10年内消失,……未来将不会有报纸、杂志和电视节目,不会有线下的个人和社会通信。在未来10年中,所有都将上网。静态媒体未来很难生存。”^①

按照鲍尔默的说法,报人、杂志人、广播人和电视人等等,凡是和传统媒体沾边的,从现在开始满打满算还只剩下5年的时间了。那么,这一次会不会真的消失呢?

不管你信不信,反正报人们已经开始纷纷“另谋高就”了。2008年,席卷全球的金融危机导致西方数以百计的报纸倒闭,仅美国就有100多家报纸倒闭或申请破产保护。于是,有学者忙不迭又站出来预言未来10年内还将有700家左右的报纸被迫关闭。2009年8月,中国第一家中央级新闻报纸《中华新闻报》宣布倒闭,尽管其中有报刊体制等问题,但面临汹涌而来的新媒体压力也是不争的事实。报人们意识到,报业的生存危机已近在咫尺,当然他们也寄希望于即使那一天真的来了,报纸的消亡也并不是“报”(报道)的消失,而是“纸(纸张)”的消亡。^②

再看电视,随着手机和互联网迅速抢占传媒产业的两大战略要地,电视被普遍认为是继报业之后受网络重创的另一类传统媒体。电视人对此也早有警觉,并采取了诸多应对措施。也是在2009年,“手

① 王明轩:《即将消亡的电视:网络化与互动视频时代的到来》,中国传媒大学出版社2009年版,第5页。

② 邵书锴:《全媒体时代我国报业的数字化转型》,浙江大学2010年博士学位论文,第1页。