



“十三五”规划教材

13th Five Year Plan University Text Book

播音与主持艺术专业“十三五”规划教材

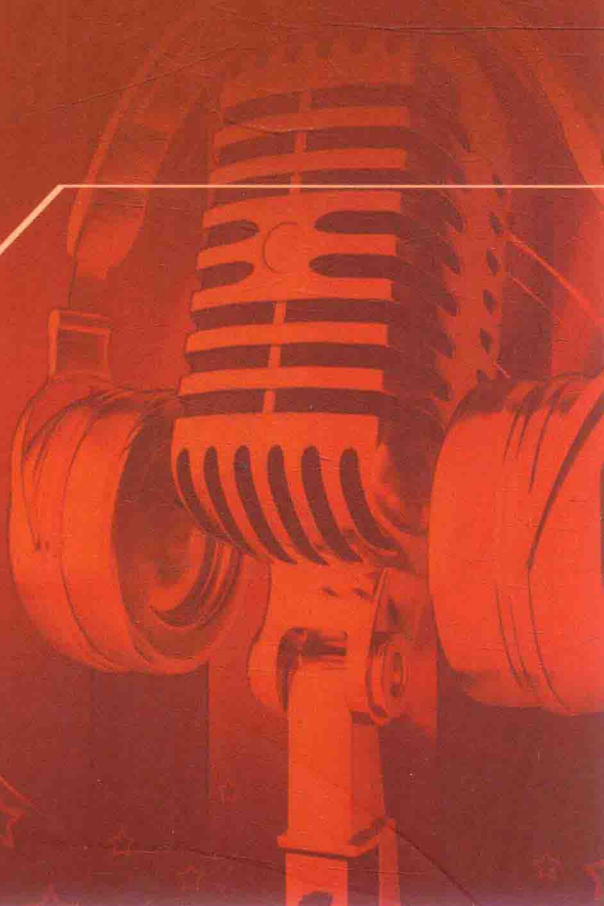
21世纪播音与主持艺术专业核心教材

主持人 思维与表达

王彪◎著

ZHUCHIREN
SIWEI YU BIAODA

中国传媒大学出版社





“十三五”规划教材

13th Five Year Plan University Text Book

播音与主持艺术专业「十三五」规划教材

21世纪播音与主持艺术专业核心教材

主持人 思维与表达

王 彪 著

ZHUCHIREN
SIWEI YU BIAODA

中国传媒大学出版社 · 北京

该书由西藏民族大学“特色出版”项目资金
和西藏自治区党委宣传部与西藏民族大学
共建新闻传播学院项目资金共同资助出版

图书在版编目(CIP)数据

主持人思维与表达 / 王彪著. —北京:中国传媒大学出版社, 2017.9

(21 世纪播音与主持艺术专业核心教材)

ISBN 978-7-5657-2151-9

I. ①主… II. ①王… III. ①主持人—语言艺术—高等学校—教材 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 216606 号

主持人思维与表达

ZHUCHIREN SIWEN YU BIAODA

著 者 王 彪

策划编辑 冬 妮

责任编辑 张 旭 李水仙

封扉设计 拓美设计

责任印制 曹 辉

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 010-65450532 或 65450528 传真:010-65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

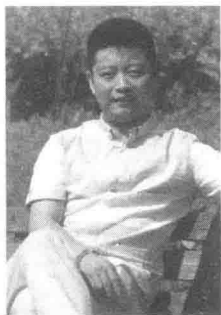
印 张 彩插:1 黑白:19.5

字 数 391 千字

版 次 2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2151-9/G·2151 定 价 59.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换



王 彪，西藏民族大学新闻传播学院播音主持专业负责人，陕西广播电视协会播音主持委员会委员。曾获全国第二届高校青年教师教学比赛一等奖。主要研究方向：主持人学、有声语言传播。



第一章 主持人的思维与语言活动 / 1

第一节 从主持人说起 / 1

第二节 主持人思维活动 / 6

第三节 节目主持人的思维 / 7

第四节 主持人的语言活动 / 18

第二章 形象思维与表达 / 21

第一节 理论部分 / 21

第二节 练习部分 / 42

第三章 想象和联想思维与表达 / 46

第一节 理论部分 / 46

第二节 练习部分 / 67

第四章 逻辑思维与表达 / 74

第一节 理论部分 / 74

第二节 案例分析 / 91

第三节 练习部分 / 96



第五章 发散思维与表达 / 107

第一节 理论部分 / 107

第二节 练习部分 / 115

第六章 批判性思维与表达 / 126

第一节 理论部分 / 126

第二节 案例部分 / 155

第三节 练习部分 / 163

第七章 逆向思维、多向度思维与表达 / 168

第一节 理论部分 / 168

第二节 案例部分 / 176

第三节 练习部分 / 180

第八章 创新思维与表达 / 190

第一节 理论部分 / 190

第二节 练习部分 / 203

第九章 劝服性表达 / 207

第一节 理论部分 / 207

第二节 案例部分 / 213

第三节 练习部分 / 230

第十章 综合运用(1)——文字资料复述 / 237

第一节 理论部分 / 237

第二节 练习部分 / 242



第十一章 综合运用(2)——即兴评论 / 260

第一节 理论概要 / 260

第二节 案例部分 / 270

第三节 练习部分 / 277

第十二章 综合运用(3)——节目创作与主持 / 298

第一节 总体要求 / 298

第二节 创作类别和要求 / 299

参考文献 / 302

后 记 / 305



第一章 主持人的思维与语言活动

第一节 从主持人说起

学习和探讨节目主持人的思维和语言活动,自然绕不开“节目主持人”这一概念。关于“节目主持人”的定义在播音主持类、新闻传播类等书籍中有很多,在此不作赘述。因为过多地罗列、反复比较概念表述的差异,容易成为毫无疑义的考据,甚至会引起理解混乱。接下来,我们从两个宏观角度来理解这一概念,或许视野会更为开阔。

一、语义学角度

汉语词语的含义、解释有一个较为便捷但又很科学的角度:词语结构。“主持人”这一个词语,从语法上归于偏正结构——由修饰词语和中心词语两部分组成。“人”为该偏正结构的中心词,“主持”为修饰词语。有着类似结构的词语如:建设者、接班人、领导者、负责人。主持人即为从事主持工作、担任主持任务的人。“主持”一词在《现代汉语词典》中意为:①负责掌握或处理;②主张,维护;③负责掌管、处理某项活动的人。^①“主持”则是一个并列结构的词语:“主”在作动词时,有主管、掌控、驾驭的含义,“持”则有掌握、维系、执掌之义。此外,“持”还有主体维持、延续和支撑客体运行之义。“主持人”的意思实则是主宰、掌控、驾驭一个对象,使之良好运行下去的人。因而,主持人从词语意义上来看,绝不仅仅是“节目主持人”这个狭义概念,还有项目主持人、方案主持人等概念。

^① 中国社会科学院语言研究所词典编辑室.现代汉语词典:第7版[M].北京:商务印书馆,2016:1710.



在“节目主持人”出现之前,人们对“主持”一词的含义还基本停留在其词语意义上。自20世纪90年代起,伴随着中国广播电视的普及,“电视节目主持人”的形象逐渐活跃于电视荧屏,不论是名望还是热度都比肩甚至超越了以往的影视剧、歌舞明星。“名嘴”“国嘴”等称呼不断见于媒体。这种火热引发的另一个效应则是“主持”逐渐成为“广播电视节目主持”的专称。“主持人”,在大众日常交流、大众传媒文稿中也逐渐成为专指广播电视、文艺演出的节目主持人。

这种变化,并非意味着“主持”这个概念的内涵缩小了。

严格意义上说,节目主持人是对一档节目的整体制作起到主宰、掌控、驾驭的人。起源于西方传媒的“主持人中心制”便最能体现整体驾驭意义上的“主持人”身份。以CBS(美国哥伦比亚广播公司)的主持人沃尔特·克朗凯特、丹·拉瑟等为例,这些主持人阅历丰富、学识广博,既有良好的语言能力和镜头表现力,也有出色的节目策划、人员组织和团队领导能力,是一档节目的运作核心、主导者。他们确定报道思想,掌握节目终审权,表达自己的观点。我国的一部分电视节目也做过这样的实践,20世纪90年代曾在中央电视台风靡一时的《曲苑杂坛》栏目便是一例。从节目最初的选题策划、演员挑选、人物塑造到上机切换、录制合成等方方面面的工作,主持人汪文华全都亲力亲为,她不仅是节目具体录制时的主持人,更是整个节目的灵魂。在2004年开播的《电影传奇》节目中,崔永元既是整个节目的掌控者,把握节目整体构思和创作,又在节目中担任具体的主持和部分角色演员等职责。鉴于广播节目的构成特性和播出特性,大多数广播节目中的主持人也是集选题、撰稿、制作、播出于一体的掌控者。

多数电视节目,尤其是制作量大、参与人员众多的节目,主持人的职能范围则缩减到了节目开始录制到结束录制的环节。在这样的节目中,其显在的掌控者、主宰者是那个在舞台、演播台上不断用语言发出信号、调动演员和观众、控制时间节奏、驾驭整场节目运行的主持人。即便其在节目中这种掌控的最终目的、呈现效果预期、环节设置、程序设计(包括部分语言设计),都是由节目中“看不见”的编导、撰稿、策划等来决策或指挥的,但是主持人本身在节目中的主观能动性发挥、独立的思考和应对、主持中具体的言行调适、节目诉求的具体实现等也是由主持人自己完成的——他并不是一个没有思想、没有主见的玩偶。

可以说,在大众传媒中的节目,主持人体现着对节目的全局性、主导性、人格性的把握,对节目的历时生成性和风格融合性产生了积极影响。正因如此,主持人之一档节目,已经不仅仅是单纯意义上的“终端传播者”,其职能和角色超越了“最后一棒”这个范畴,主持人的主控意识、执掌意识、融合意识、创造意识和传播意识



都会或多或少地在节目中有所体现,成为节目的主线之一。

二、传播学角度

“节目主持人”这一称呼诞生并兴盛于大众传播时代。因此,另一个较为科学的考察角度则是传播学。

不论是建立在传统的模拟信号传输技术基础上的广播电视媒体,还是基于数字通信技术的互联网,其核心功能都是“传播”。

经典的传播学理论将传播过程抽象地描述为由五大要素构成的信息流:“传播者—讯息—媒介—受众—效果”。即“谁、说了什么、通过什么渠道、对谁说、产生了什么效果”。五大元素在英文表述中都以“W”开头,也被称为“5W 模式”。^①由此看到,主持人在大众传媒的信息传播中,不是孤立存在的,而是与其前后元素一起构成一个有机的整体。“5W 模式”中的“传播者”,可以是个体,也可以是一个群体,简而言之,是“信息的发出者”。因此,主持人在传播模式中,既是以个体存在的传播者,也是存在于传播群体中的个体。

在媒体的信息传播中,信息流从前期的记者、编导、撰稿、摄像等汇聚到一起后,借助终端到达受众。终端是收音机、电视机、电脑(包括台式机、笔记本、平板等不同形式的电脑)、智能手机等。不论是传统媒体还是新兴媒体,主持人都是作为群体存在的“媒体”传播者中,常态化、直接、带有“互动性”的传播个体。这种角色,决定了主持人在传播学视野下,具有媒体综合形象体现者、人际化大众传播者、受众“意见领袖”、受众反馈目标个体和自媒体内容生产核心等地位和功能。

(一) 主持人——媒体综合形象主要体现者

一个媒体自身的传播行为,会在受众心目中留下一一种特定的形象认知,例如“权威公正”“客观审慎”“时尚前卫”“视野宏大”“知性敏锐”等。这与传播中的很多因素有关:文本要素如用语、句法、风格等;画面要素如角度、景别、剪辑、节奏等;内容的构成如内容属性、内容来源、内容组成结构等。但客观事物之所以吸引一类人群,大多是因为其被赋予的或自身体现出的人文特质。媒体的人文特质恰恰是这个媒体的知名主持人传递出的。可以说,主持人是媒体的“人文形象”。例如湖南卫视的娱乐气质、时尚前卫等人文形象通过谢娜、何炅、汪涵、李维嘉等主持人的个人气质和形象传递出来;中央电视台的权威大气、广阔视野、成熟智慧等则通过早

^① 李彬.传播学引论[M].北京:高等教育出版社,2014:47.



期的赵忠祥、倪萍、敬一丹、长江,现在活跃着的白岩松、康辉、撒贝宁、路一鸣、张羽、侯丰、劳春燕等主持人传递出来。在受众的综合印象中,人文特质占据了多半,其他属性,如经济实力、运作模式等,在传播学视域下,对受众的影响都相对较小。

(二) 主持人——人际化大众传播者

大众传媒的传播行为和其他“人际传播”“组织传播”等,有着诸多差异。主持人作为在大众传媒中以“真实自我”出现的传播者,在这种“拟态”人际传播的过程中,呈现出诸多“人际传播”的特点。除了广播里直接跟听众的热线互动和网络中的面对面交流外,主持人口语化的传播、丰富真实的体态语和真实文化语境下的思维过程等,会让受众产生“与我对话、跟我交流”的在场感和亲切感,会让一些受众在见到主持人本人时脱口而出“我认识你”。在网络媒体时代,一些主持人开通的个人实名博客、微博、微信等,打通了另一个更为人际化、更为立体化的“传—受”交流和互动通道。主持人更多的个人信息、人文特点得以传播,受众对他们的真实性情、思想观念、行为模式等方面的信息有了空前的了解。这一变化,让主持人“人际传播者”的属性更加强烈,受众也能更清晰地辨认一个主持人:大众传播者—人际传播者的双重身份。

(三) 主持人——受众“意见领袖”

传播学中的“意见领袖”是对“人际传播活动”中一类人的描述。这一类人有着诸多共通的特点:他们是信息传播活动的活跃分子,虽然他们在地位、身份上跟其他受众并无太大区别,但信息接收和传播行为明显更加频繁和积极;他们经常为他人提供信息,同时对他人施加影响;意见领袖大多是在某一到两类信息方面产生作用,很少有横跨四类信息的意见领袖。^①从传播效果来看,意见领袖对其“追随者”的影响是很大的,通常左右着一般受众的信息接收和判断、观点和行为。不可否认,传统电子媒体(广播、电视)兴盛的数十年中,“点对点”传播产生的“光环效应”给主持人带来了极高的威望。主持人在国人心中有类似于“意见领袖”的地位。尤其在在我国现有媒体体制下,一段时间内主持人在受众心目中甚至已经成为有着一定政治权力的“领导”。主持人的言行所折射出的对某个问题、某个事件、某一现象等的见解、观点、主张和倾向性往往左右着受众的信息接收和处理,以及由此带来的行为决策。当下互联网上广泛流传的一些著名主持人的“伪名言”,从一个侧面

^① 张国良,传播学原理[M],上海:复旦大学出版社,2009:202-204.



反映了主持人作为“意见领袖”的影响力。2013年10月7日,网易新闻、中国日报网等网站转载了《白岩松鉴定“白岩松语录”:很多不是我说的》的新闻报道,这是针对长期以来在微博、论坛出现的大量署名“白岩松”的语录、言论而做的新闻调查。但类似的现象并没有因为该报道而减少,在迅速崛起的社交媒体微信中,也开始大量流传白岩松、崔永元等著名主持人的“名言”,尽管这些“名言”已被证实大多并不是出自他们之口。

(四) 主持人——受众反馈目标个体

对话的主体之间有着相当的相似或相同属性,“人机对话”的实质是人和机器之间的对话。受众希望表达的对节目的意见、建议或诉求等反馈信息,指向于这个节目、媒体的人化形象——主持人。在大多数受众心中,作为最常跟自己“见面”“说话”和“交流互动”的,不是制片人也不是编导,而是节目的“主持人”。主持人在受众心目中是整个传播过程、行为的核心和主导。而今,传播方式和传播格局的变化,伴随着传统媒体“点一面”单一中心式传播模式的被打破,在扁平化、多中心传播模式中,受众获得了更多、更便捷、更真实的反馈手段和途径。观众在主持人实名认证的微博中对已经播出和正在播出的节目点评、留言;主持人在微博、微信里和受众就节目的内容、形式交流、探讨,并在接下来的节目中进行调整。

(五) 主持人——自媒体内容生产核心

“自媒体”(We Media)是近几年逐渐热门的一个词语。从传播的角度看,自媒体的含义并非是以自己为媒体,而是将自我打造成、塑造为传统意义上的媒体:自己掌握着信息采集、处理和传播的能力,并通过新兴媒体加以传播。从互联网产生早期就开始兴起的博客、论坛(BBS/贴吧),到后来的微博,再到现在的微信公众号、微信圈子等,都是自媒体活跃的平台。近些年来,不少在传统媒体颇有威望的主持人也加入自媒体行列,比较著名的如罗振宇主持的《罗辑思维》、王凯的《凯叔讲故事》、栗坤的《栗吱》等。相对于传统媒体节目来说,自媒体节目的体量更小、形式更灵活、内容更多元,而主持人于节目的角色、地位、功能来说,更类似于传统广播节目中的主持人——内容生产的核心、节目运营的主体。

从以上两个角度可以看出,不论是在传统媒体的运行模式、传播格局下,还是在互联网信息时代、传播时代,主持人都扮演着重要的传播角色,发挥着重要的传播功能,对传播过程起着举足轻重的作用。因此,主持人在新技术革命、传播方式变革、媒体融合加速推进的当下,不仅不会像传言所说的那样萎缩甚至消亡,反而



会在自身的求变和调整中,移步到新媒体、媒体融合传播中的新位置,发挥更大的作用、产生更强的影响力。按照麦克卢汉的预言,大众传播回归到“面对面”和“地球村”传播时代,个人的语言传播必将兴盛繁荣。届时,主持人便是新媒体中,最活跃、最闪耀、最具声画传播能力的个体——传播主体。此时最考验主持人的,是全面而过硬的传播能力、卓越而亲民的传播魅力。尤其是在新媒体时代,失去了传统媒体光环护驾和体制内经济、政治力量推捧的自媒体主持人,面对的是最具专业考验、能力挑战和生命力比拼的受众市场,一个主持人应有的知识储备、能力结构、思维素养和表达水准显得尤为重要。其中,“思维和表达”的能力、水准或将成为未来主持人需具备的专业能力,是衡量和判断一个主持人合格与否、优秀与否的重要标尺。

第二节 主持人思维活动

对思维的研究始于20世纪80年代,“我国著名科学家钱学森提出以思维为研究对象、并有广阔实际应用价值的一个‘科学技术大部门’”。^①思维被看作是人类所独有的大脑功能。心理学认为,“思维和感觉、知觉一样,也是人脑对客观现实的反映。不过感觉和知觉是对客观现实直接的反映,他们反映的是客观事物外部现象或个别属性;而思维则是对客观事物间接的、概括的反映,它所反映的是客观事物的共同本质特征和内在联系”。^②感觉、知觉作为思维的基础,是思维能力形成的素材来源。例如,当老师提出一个问题“为什么燕子低飞,就预示着雨天的来临”后,我们脑海里出现的燕子的外形、色泽、动态等,是“感觉”留存在我们大脑中的感官信息,而作为这些信息的总体特征把握:体型、个头、羽毛、爪子等综合而成的“燕子”的认知,则是“知觉”能力所致。人的思维能力发挥作用,对事物的本质特征和内在联系进行思考,才能得出结论:下雨前空气中湿度增大,这些细小的水珠粘在飞虫翅膀上,会导致它们的飞行高度下降。此时这些低飞的昆虫比平时更易捕捉,燕子当然不会放过这样的机会。雨前空气湿度大、昆虫翅膀潮湿且飞行高度低、燕子因捕食昆虫而低飞等,都是对事物特征、本质以及内外部联系的认知。

《思维科学概论》一书对思维过程做了深入和细致的描述,提出了“认识的过

① 田运.思维科学[M].杭州:浙江教育出版社,1988:1.

② 叶奕乾,何存道,梁宁建.普通心理学[M].上海:华东师范大学出版社,2010:151.



程:感觉—记忆(经验)—知觉(意识)—认识(知识)—理解(理论知识)”^①。感觉是思维活动的基础。感知系统——眼耳鼻舌口肤,对外界事物有不同特性的感知,这些零散的、不成系统的感知会被我们的大脑保存下来。这种被记忆、被保存的刺激过程叫经验。感觉多了,主动或被动的记忆多了,经验也就相应地增多了,累积到一定程度则会发生质变——成为对外界事物的知觉。知觉是大量的经验在大脑中经过整理后,形成的对具体事物的系统性、完整性、全面性的感觉合成,能整体地反映一个事物,是对零散经验经过整合后的、初步的、主观的、具有一定抽象性的认知。继续发挥主观能动性,更多地搜集此事物的信息、经验资料等,不断验证意识—知觉的正确性,则会形成更丰富、更有系统且经过验证的认知体系——知识。知识是人类认知的结果,是综合了经验、知觉归纳、总结之后,经过验证的对事物的认知。如果再进一步搜集相关信息、验证新的假设,零散的知识就会成为一种有序的、有关系的、有层次的、成系统的知识体系,这便产生了更高一级的心理活动——理解。这是具备更强大主观能动性的心理活动。

思维能力作为人类独有的把握世界的能力,不仅仅是人认知世界的本能,也是在人类社会中生存的必备,是从事其他活动,如专业学习、社会工作等的必要和重要基础。不论是学界还是业界都普遍认为,思维能力的高下决定着人的学习能力、工作能力、创新能力等诸多能力,思维方式、思维能力、思维方法在很大程度上决定着人的成就。一些特殊的职业对人的思维能力、思维模式有较高的要求,例如侦探需要具备严密的逻辑思维和形象记忆能力;律师则要求有极高的逻辑思维能力、推理能力;画家必须具备极高的形象思维、想象思维素养;导演必须拥有良好的形象思维、想象思维和逻辑思维能力等。

第三节 节目主持人的思维

在全媒体传播和媒体市场化时代,受众对节目的选择性越来越大,节目市场的操控权将越来越回归受众。“点击”这一个动作替换了以前的“按遥控器”,个性化收看收听将成为主流。在这样的背景下,节目主持人需要摆脱程式化、模式化、僵化的语式、句式,需要建立主持人个性化思维和表达,形成自我训练意识和成长意识,建立起主持人观察、积累、思考的职业习惯。

^① 高隆昌,等.思维科学概论[M].成都:西南交通大学出版社,2004:54-55.



在新闻节目中,主持人需要培养起独立观察、细致观察、深入观察的习惯,从而形成独立思考、勤于思考、善于思考的素养,让采访不落俗套、不循规蹈矩,体现出新闻节目主持人的信息传播能力。

在访谈节目中,主持人需摆脱谈话节目中格式化的、千篇一律的问话思路、提问模式和反应模式,要有对具体问题剖析、对每一个人物个性化分析、对每一期话题细致解析的思考和表达能力。

在文娱节目中,主持人需通过形象思维、发散思维、创新思维等的训练,培养和提升自身的语言表达能力,力求形象生动、感受力强、具有张力。

.....

具体来说,面向全媒体传播时代的主持人,其思维能力应具备以下特点:

一、多元性

因为工作性质特殊,主持人的思维结构应具有多元性和复合性。形象和抽象兼具、聚敛和发散皆备、想象和逻辑并重、正向和逆向俱佳……是主持人思维的总体要求。因为在整个主持工作中,主持人会遇到方方面面的问题和任务;时而生动逼真地讲述,时而严谨地推理、细致地分析;既要在一台晚会的主旨有深入的理解和把握,又要感性十足地融入其间……这些看似苛刻的要求,正是主持人所必备的业务素养和专业能力。

二、活、快、准、新

“活、快、准、新”这四个特点在主持人思维活动中是同等重要且必要的。

(一)活

1. 鲜活

十余年前学者们就提出主持人在节目中具备的人格化、人际化属性,例如吴郁将主持人职业角色定位为“主持人是广播电视媒体中,集社会性和人际性于一身的具有亲和力的传播者”。^① 陆锡初将主持人定义为“以‘我’的身份在广播电视中组织、驾驭、掌握节目进程,与受众平等交流的大众传播者”。^② 主持人在节目中,首先是以一个真实存在人的身份在跟观众(现场、收音机旁、电视机前等)交流。通俗

① 吴郁.主持人的语言艺术[M].北京:北京广播学院出版社,1999:47.

② 陆锡初.主持人节目学教程[M].北京:中国广播电视出版社,2001:1.



地说,是“一个活的人在跟活的人说话”。看似废话,但却包含着深意:现实生活中的人,是有人的个性的,有自己的价值观、世界观、人生观,有自己说话的特点、方式和表达习惯。此人的受教育背景、生活阅历和知识储备等形成了其独有的精神气质和人文形象,其语言是带着生活气息和个性特征的,是鲜活的,我们能“看到”其性格、阅历。没有人愿意和一个只会背书、语言僵死的“机器人”交流。因此,主持人思维的首要一点是“活”——鲜活的、有生活气息的、带着人格特性的、个人独有方式的思维活动。在以主持人为中心的节目运作中,主持人一般都会自己撰稿;而在由编导、撰稿或记者完成稿件的节目中,主持人也需要对稿件进行修改和调整以符合自己的语言风格。

2. 灵活

节目主持的传播特点使主持人的工作性质不同于忠于台本的“影视演员”或者照本宣科的“报幕员”。大多数节目主持人没有统一固定的“脚本”,即使节目进行中虽然有事先的策划和安排,但具体摄制过程仍会有各种各样难以预估的情况出现。这就需要主持人根据节目中的一些突发状况进行灵活应对。自2010年起,“真人秀”类电视节目在中国逐渐火热起来,成为继人物访谈类节目后,又一类“遍地开花”的节目。仅中央电视台2015年就推出了《叮咯咙咚呛》《黄金路线》《青春季》《城市梦想》《挑战不可能》《了不起的挑战》等数档真人秀节目。真人秀节目中“不可预测”是常态,对主持人灵活应变的思维能力要求很高。主持人在现场主持中常常处于一种“未知”状态,这类节目只有宏观的方向性主持方案,而不可能形成具体的、按部就班的行进程序,有时甚至还会临时改变一些环节。例如在《挑战不可能》中,足迹辨识专家董艳珍和主持人就是否结束挑战针锋相对,现场气氛紧张万分,原因是主持人撒贝宁看到董艳珍在前一轮的分组挑选中将足迹人筛除,最终留下的五名挑战助理中并没有足迹人后,认为董艳珍挑战失败,以下是播出视频的实录:

当董艳珍对最后五名筛选对象产生疑虑,又回到足迹面前观察分析时,主持人撒贝宁说:董警官似乎在这五个留下的人选当中,也产生了疑虑。这样,董警官来,咱们掌声有请董警官回到我们舞台中间。非常遗憾地告诉您……

(主持人话未说完,挑战者抢话)

董艳珍(以下简称董):我想让她们重新走。

主:能不能重新走啊,这个因为我们挑战的规则,稍后我们再商议。但是……

评委李昌钰教授插话:等一等,等一等。



主：我先告诉董警官一个比较遗憾的……

董：我还没有找完。

主：但是现在已经挑战结束了！

导演组人员不得不上台来对挑战环节和规则做出调整。此时撒贝宁就必须组织好语言来应对这一变化，协调好现场评委、工作人员和观众等人员，同时还要保证这一处理方式能为节目宗旨和播出效果服务。

（二）快

不论是在一档节目中还是一台晚会中，节目主持人“纵览全局”的地位、“统率千军”的身份，决定了他要在最短的时间内对突发情况、不可预知的变化做出最快的调整。例如嘉宾一反常态的回答、在场观众过激的行为、现场表演突发的意外、受访对象的突然举动，等等。一般来说，这些变化不容许主持人和节目主创、编导坐下来慢慢沟通，而是要在几十秒甚至几秒钟的时间内作出反应。2015年3月，湖南卫视《我是歌手》的第三季总决赛第二轮竞演直播现场，歌手孙楠突然宣布退出比赛。面对这一突发状况，主持人汪涵根本没有时间跟后台的编导和大赛组委会领导商量、请示，必须当机立断。汪涵在接受凤凰卫视专访时，对当时的心理过程做了以下描述：

其实老孙（指孙楠）当时举手的那一瞬间，我回头一看他要举手，他要发言。我有可能就意识到肯定会出一个什么状况，因为这么大个直播嘛，上亿的观众在看，在那个节点举手说话。我想应该不是简单的感谢或什么的。职业敏感说有可能会出一些状况，但是不知道会是一个什么样的状况。当他说要退出比赛的时候，我心里咯噔一下，那肯定是生理反应了。但是我想，（我当时）说的每一句话都是人话，所谓人话就是当下最真实的，其实我那一刻所有的反应都是作为制片人、作为主持人的第一反应：就是先让他说，然后我争取一些时间赶快来组织（回应的语言），所以没有打断他。因为其实打断他反倒是一个我个人觉得不大明智的（行为）。因为你打断了他，你根本就没有时间思考了，你反倒听他说完来龙去脉，大家都是成年人了，有可能这种处理方式会温和一点。你要表达意见你先表达，我听完你说的事情我再来表达我的观点，所以当时就没有打断老孙说这些。他说完了以后我的第一反应就是摊上事了。的确是，大直播嘛！但是我心里想，毕竟是很熟悉的20年的舞台，应该也不会有多大问题，再说观众都还在。所以我第一反应就是制片人的反应，先准备一个广告放在那儿，待会儿万一会有什么状况，然后这么说。其实都是在听的过程中，脑子里闪现了几个点，然后再用一些语言把它们串起来。差不