

yuyan yanjiu xinshi jiaocongshu

jiemuzhuchiren

yuyan chuanbo yishu

节目主持人语言传播艺术



节目主持人的语言传播艺术是主持人在节目信息传播中对各

肖沛雄 著

 暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

 YUYAN YANJIU
XINSHIJIAO CONGSHU
语言研究新视角丛书
主编 黎运汉

yuyanyanjiuxinshijiaocongshu

jiemuzhuchiren

yuyanchuanboyishu



YUYAN YANJIU

XINSHIJIAO CONGSHU

语言研究新视角丛书

主编 黎运汉

节目主持人语言传播艺术



肖沛雄 著



暨南大学出版社

JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

节目主持人语言传播艺术/肖沛雄著. —广州:暨南大学出版社, 2009. 4
(语言研究新视角丛书)
ISBN 978 - 7 - 81135 - 183 - 5

I. 节… II. 肖… III. ①广播节目—主持人—语言艺术—研究②电视节目—主持人—语言艺术—研究 IV. G222. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 003732 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学

电 话: 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)

传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编: 510630

网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心

印 刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 17

字 数: 362 千

版 次: 2009 年 4 月第 1 版

印 次: 2009 年 4 月第 1 次

印 数: 1—2000 册

定 价: 33.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

“语言研究新视角丛书”编辑委员会

主 编：黎运汉

常 务 编 委：（按音序排列）

郭 熙	何自然	黎运汉	刘焕辉
屈哨兵	邵敬敏	肖沛雄	曾毅平
郑颐寿	周国光	宗廷虎	

编 委：（按音序排列）

曹德和	曹 炜	陈青松	戴仲平
丁金国	冯广义	冯寿忠	郭 熙
韩荔华	何自然	胡范铸	黄丽贞
黎运汉	李 军	刘大为	刘凤玲
刘焕辉	刘惠琼	刘街生	陆丙甫
罗 丽	邱冬梅	屈哨兵	邵敬敏
盛永生	苏金智	汪国胜	吴礼权
肖沛雄	谢旭慧	许光烈	曾毅平
张力军	郑荣馨	郑颐寿	周国光
宗廷虎			

总 序

去年6月暨南大学出版社策划编辑杜小陆先生邀请我为他们出版社主编一套语言学丛书。始初我有些犹豫，但为他的眼界和气魄所感动，而且觉得这是响应社会发展、对语言科学召唤的善举，便欣然应诺了。

丛书筹备工作进展很顺利，很快便得到了20多位学者朋友的赞许与支持。去年7月和今年4月，暨南大学出版社徐义雄社长先后两次诚邀部分编委举行了丛书策划论证会，深入讨论了丛书选题运作的相关事宜，确定丛书名为“语言研究新视角丛书”，丛书的核心思想为“创新”：课题新、理论新、语料新、方法新，力求凸显研究对象的新规律、新特点，洋溢时代气息，体现学科走向，给读者以新的启示。学术研究贵在创新，创新是学科前进的关键，只有创新才能给语言学增加新鲜血液，使其健康发展。而创新的基础是继承和吸收。继承、吸收与创新融合是语言科学发展繁荣的重要因素，也是语言科学发展繁荣的基本规律及其研究的方法论原则。我们撰写这套丛书既注意继承优秀传统，吸收已有成果的精华，更努力于开拓创新。

这套丛书由30本组成，于2008年10月、2009年8月和2010年8月分三批出版。

丛书数量大，内容广泛而丰富多彩。涵盖语言理论、语言本体、语言运用和语言教学的范围，涉及词汇学、语义学、语法学、社会语言学、语用学、话语语言学、方言学、修辞学、语体学、语言风格学、辞章学，以及港台语言、网络语言、广告语言、导游语言、交际语言艺术、语用与文化、语用与教学的方方面面。其中有国家、省部级社科基金规划项目成果，有影响较大的学术专著的拓新或再构，有作者多年潜心研究的新著。我们期望丛书的问世能对现代语言科学以及与其有关学科的繁荣发展有所贡献，对语言学、文艺学、文章学的教学有所帮助，对语言科学的研究者有所启示，对社会公众提高语言运用的能力有所裨益。

丛书的参撰者是海峡两岸长期从事语言学、语用学、社会语言学、文化语言学教学和研究的的老中青教授、博士，他们学术造诣较深，眼光敏锐，视野开阔，颇有探索、拓荒精神，曾出版、发表了不少学术专著和系列论文，而且都以严谨、务实、求新、求精的科学态度，潜心耕耘自己的课题，竭力使研究成果具有创新性、学术性、科学性、实用性、启示性。毫无疑问，丛书的每一分册都是作者多年从事语言科学研究和教学的智慧结晶，我相信读者朋友们都能从中发现自己喜爱的闪光点。

丛书成立编委会。由本人任主编，郭熙、何自然、刘焕辉、屈哨兵、邵敬敏、肖沛雄、曾毅平、周国光、郑颐寿、宗廷虎等教授为常务编委，作者为编委。作者提交

的书稿经丛书编委会审定，由主编和常务编委签署意见后，交由出版社出版。全套丛书行文体例大体一致。尽管编委共同努力把好质量关，但由于我们的水平和经验所限，这套丛书的编写难免有不尽如人意的地方，敬请读者朋友不吝赐教。

暨南大学出版社欣欣向荣，富有活力，一贯重视图书出版质量。出版的图书在新闻传播学、语言文学、心理学与管理学等学科领域已形成优势和特色，诸如《中文》等系列华文教材在海内外享有盛誉，“院士科普书系”2006年获国家科技进步二等奖。这次把“语言研究新视角丛书”和全国新闻学教材系列、“海外华文文学丛书”等同列为重点图书，更显示出令人钦佩的远见和魄力。我作为主编，代表全体作者向暨南大学出版社表示衷心的感谢，并诚挚感谢各位作者朋友对我的大力支持。

黎运汉

2008年国庆节

于暨南大学羊城苑得道居

序 言

2008年8月24日晚，一辆象征着英国文化与英伦风情的红色双层巴士在全球奥运健儿沸腾的海洋中朝“鸟巢”外驶去，北京奥运会终于在全球40多亿电视观众的狂欢声中降下了帷幕。正如国际奥委会主席罗格所说的，“这是一届真正的无与伦比的奥运会”。英国《金融时报》在评论北京奥运会闭幕式时写道：“这个夜晚，北京，请不要道别，请不要说再见，因为伟大的梦想将在这里延续和升华。”有位中国网友这样写道：“我们的热情、友好体现了我们的包容，我们这份自然流露的‘不舍’更是对奥运精神的升华，对和谐国际大家庭的向往，这更能让世界动容！”

如果要深入探究这“无与伦比”、“不要道别”和“世界动容”的深刻内涵，实在是太丰富了！“科技奥运、人文奥运、绿色奥运”的理念固然是无与伦比的，竞技成绩、外交盛宴、运动设施、人文关怀、科技支撑、民众鼎力、秩序井然等方方面面又何尝不是“无与伦比”！但如果要问：是什么因素让北京奥运“无与伦比”的“全景观”能生动地展示在全世界面前？答案只有一个，那就是大众媒介对奥运传播的无与伦比的强大功能与艺术魅力！正是它给予了人类犹如上帝或孙悟空一样的“顺风耳”和“千里眼”。试想，在北京奥运会期间，如果没有奥组委接待的国际注册和非注册的两万五千多名媒体人从采、写、编、评到摄影、制作，如果没有国内外数以万计的节目主持人夜以继日的现场直播与精彩解说，又有多少人能目睹并倾情参与这一“无与伦比”的“体育狂欢”？正是通过他们以及他们背后强大的媒介组织和现代传播设施，41.9亿人次的电视观众亲自见证并热情参与了这一历史盛会！

在人类历史上，每一次媒介技术革命都会带来集体的精神狂欢。从广播电视到计算机网络的突飞猛进使人类传播进入了全球化和信息化的新阶段。它为人类真正开辟了一个“秀才不出门，能知天下事”的“视窗”，编织了一张跨越国界的信息交流与心灵沟通的巨网。其中广播电视节目成为人类传递、获取和交流各种信息的主要渠道之一，而主持人节目则成了广播电视节目信息传播体系的主体样式，节目主持人也很快成了当今社会受到瞩目、欢迎与崇拜的群体之一。甚至有人预言，21世纪的广播电视新闻人才之争，将是主持人之间的竞争。在林林总总的广播电视媒介的竞争，名牌主持人和他们所主持的品牌节目，成了举足轻重的“掌门人”和“制高点”。主持人的魅力风靡五湖四海，有人称他们为“当代交际之王”，因为他们上可以与至高无上的总统、首相谈天说地，下可以同衣衫褴褛的乞丐、难民谈笑风生；有人把他们叫做民族、民众的“大嘴”，因为无论面对高官显贵还是名人巨星，他们都可以评头论

足，说短论长；他们还有一个更浪漫的美称，叫做“大众情人”，因为他们手握麦克风，穿梭于世界各地，以其各自的风度与魅力征服了广大受众。当年，为什么美国著名的节目主持人克朗凯特可以在电视上先于政府宣布美国对越南战争的结束？为什么里根总统在看完节目后，从白宫直接给克朗凯特打电话，与他就节目中的有些说法进行商榷？^①人们很快就从主持人的威力中找到了答案。

在成功的节目主持人职业素质的多种元素中，主要功力是语言能力。2007年12月在北京举行的“白象杯”第五届CCTV电视节目主持人大赛上，决赛阶段评委、中央电视台著名主持人赵忠祥在接受记者采访时指出：“本届大赛是总体考核主持人的基本素质，考核选手真正技艺上的能力，即讲话和控制现场的能力。我认为，这是主持人在技能上最重要的组成部分。主持人毕竟不是歌星，不是舞蹈演员，主持人要能够掌握好自己的语言，能够流畅地、有内涵地在屏幕上同观众进行沟通，我觉得这才是最基本的。”

近年来由于节目主持人的崛起和主持人节目的发展如火如荼，关于“节目主持人语言艺术”的研究成果如雨后春笋。许多新闻学研究者、应用语言学家和著名节目主持人从新闻学、应用语言学和传播心理学的角度，在节目主持人的语言现象、语言技巧和语言规律方面矢志耕耘，已经结出了令人目不暇接、可喜可贺的丰硕成果。

然而，人类已经进入了知识经济时代，许多新诞生的学科和理论，为我们对许多事物和现象的观察和研究提供了许多新的思想方法、认识视角和参照体系。比如“人”的生物学概念当然已经为人们所熟知，但从经济学的角度来看：有的学者就把“人”定义为“理性地追求利益最大化的动物”；有的社会学者就把“人”定义为“全部社会关系的集合”；而有的法学家认为“人”“就是天生的政治动物”；心理学界有人却说：“人”“就是由本能欲望和潜意识支配的动物”……可见，借助新的多维的观察视角、知识理论和研究方法，我们同样完全有可能在一个更高的角度、更新的视角、更宽广的视野上，从节目主持人的语言传播艺术中的开放式、综合式的研究中获得许多新的规律性的认识。

作为“语言研究新视角丛书”之一，本书试图从传播学和系统论的角度，结合诸如信息论、控制论、传媒生态学、新闻学、美学和语言学等学科知识理论来探索节目主持人语言艺术的传播现象、技巧和规律。

人类已经进入21世纪的知识经济时代，物质、能量和信息成为世界的三大战略资源。人类借助“信息论”的思想方法，已经把原来对各种传播现象的具体研究上升到“信息流动”这一抽象的理论层面上来，这是传播研究的一个质的飞跃，它使人类懂得了无论是自然界还是人类社会，都是物质和能量在不停顿的运动变化中产生的信息流动的世界。“信息的意义，一般来说是在于将‘不可见的东西’、‘难以看到的东

^① 徐德仁，施天权：《时代的明星》，上海：复旦大学出版社，1990.99

西’作为‘可见的东西’，让我们能（明确地）加以体验。”^① 信息是一切生物进化的导向资源，是一切知识的来源，是语言表达的内涵，是科学思维的材料，是科学决策的依据，是有效控制的灵魂，是一切资源配置和管理的基础。归根到底，人类千秋万代的精神文明和物质文明成果得以传播、积累、沉淀、融合、发展，回顾人类从原始语言的出现，正式语言的运用，文字和印刷术的发明，书籍、报纸、杂志和广播、电影、电视的陆续问世，直到当今的全球信息高速公路，无不是人类通过创新传播技术，不断适应人类与日俱增的信息文化传承的需求，加快人类社会走向现代文明的速度。所以，从某种意义上说，人类的文明发展史就是一部伴随着信息传播技术和符号不断演进的历史。人类与大自然之间以及人类之间的一切活动现象、相互关系、矛盾斗争和发展变化，无不表现为人类对各种信息的收集、交流、互动、反馈和利用。在现代社会的紧张生活节奏中，“公众越来越依靠‘第三只眼’去看世界——获取信息、掌握动态、增长知识、享受娱乐”^②。人类每时每刻都离不开信息，就像离不开空气和水分一样。

从人类信息传播手段演进的意义上说，主持人语言传播现象不过是人类社会信息流动与文化传播发展历史长河中无数晶莹浪花中的一朵，主持人的传播也是在运用人类发明创造的传播媒介和传播符号，它不可能离开传播的主体条件、传播对象的需求、传播信息的类型特点、传播环境的制约而随心所欲、信口开河，研究主持人的语言艺术必须纳入这样一个信息传播的流程来考察：主持人的语言运用必须具有对不同层面传播环境的适切性；必须体现对某些特定传播对象需求的针对性；必须具有能代表某些特定的传媒机构履行舆论调控的导向性；必须按照特定媒介的特点和节目风格充分发挥主持人语言的鲜明个性。主持人的语言艺术从某种意义上来说，就是主持人在运用语言符号传播信息的过程中实现了传播主体、传播对象、传播信息内容等各传播要素之间的有机协调和最佳发挥，从而达到了对社会、对受众来说最好的传播效果。

传统的大众传播从“传者中心论”发展到后来的“受众中心论”，很大程度上得益于20世纪40年代维纳建立的“控制论”的启发。“控制论探讨的是系统内部的管理和指挥”^③，控制论对传播学乃至主持人语言研究的意义主要在于它的“反馈论”，正是经由反馈，传播活动中的各方才发生传播关系，才得以同处一个传播系统之中。主持人如何认识在节目的语言运用中满足受众对反馈互动的需求的必然性、重要性和提高满足需求的技巧性，不仅直接关系到主持人语言运用中的人格魅力、角色定位、个性风格和语言技巧等问题，而且直接关系到主持人在受众心目中的亲和力、感召力和信誉度问题。

① 田宗介. 现代社会理论——信息化、消费化社会的现在与未来. 北京：国际文化出版公司，1998. 149

② 徐国源，谷鹏. 当代传媒生态学. 上海：上海三联书店，2006. 1

③ [美] 斯蒂芬·李特约翰. 人类传播理论. 史安斌译. 北京：清华大学出版社，2004. 43

如果从系统论的角度讲,主持人节目自身只是一个小的信息传播子系统,虽然它包含了与其他系统截然不同的关系模式,但它自身之外的所有人和事物构成了这个小系统赖以生存和发展的客观环境,这个环境既包括了它之外的一切事物或系统的总和,也包括了对它起着一定影响和制约作用的多个不同层面的更大系统或母系统。系统论对传播研究的影响更多地表现在方法论上,没有系统的概念就不会有对主持人语言传播活动的整体把握。系统论用要素、结构、层次、功能、环境等一系列概念以及其整体性、自我调节性、相关性、开放性、目的性、优化原则等概念,揭示了主持人语言的普遍属性和规律,使主持人语言艺术的研究视野更广阔、更系统,也更科学、规范和精确。我们应该从系统论的高度来考察主持人传播活动的整体结构,把节目传播系统看成是整个社会大系统和传媒支系统中的一个子系统,主持人节目是与社会进程相关联的社会大系统的有机组成部分,这样一来对主持人节目的语言运用就能适应节目传播的整体性、动态性、交叉性和层次性特点。从传播的环境论看,它有助于我们丰富关于主持人节目语言传播效果与多层面的传播环境的认识,并有助于我们处理好其中的各种关系。

20世纪30年代以后出现的运用“生态学”来研究传播媒介的“生态传播学”、“生态人文主义”等新的学科,又从另外一个角度启迪了我们。马克思和恩格斯在批判费尔巴哈的直观唯物主义时曾经高瞻远瞩地深刻揭示了现代工业社会所带来的“人与自然的矛盾的激化以及生态危机必将出现”。“正如自然环境中有热带、温带、寒带,有森林、草原和沙漠一样,社会环境也具有多样性,传播系统作为整个社会系统的信息‘传播一流通’的‘子系统’,若其正常生态受到破坏,舆论生态就会失衡,社会环境也会恶化。”^①现在作为“万物之灵”的人类已经开始意识到自己所面临的种种严重危机,其中既有环境污染的危机,也有精神污染的危机,还有对世界、对人类和对文明的认识偏差的危机。所有这些问题,都构成了现代社会的综合性病症。“由此,自然、人、国家一概成了为实现某个既定目标而机械运转着的机器,大众传播产品都已经纳入一体化的‘文化工业’的生产营销流水线,‘独特的个性’、‘细腻的感情’、‘自由的精神’如果不能被制作、包装成时髦的商品投放市场,就会被视作‘无用的东西’被无情抛弃。”^②其中在大众传播的生态环境中,这种大工业时代所带来的“精神危机”的表现主持人节目中俯拾即是。

甄子

肖沛雄

2008年中秋月圆之夜

① 徐国源,谷鹏.当代传媒生态学.上海:上海三联书店,2006.1

② 徐国源,谷鹏.当代传媒生态学.上海:上海三联书店,2006.7

目 录

总 序	(1)
序 言	(1)
第一章 主持人语言与传播主体	(1)
第一节 主持人节目传播主体——节目主持人	(2)
第二节 主持人的多重角色定位和多元传播职能	(11)
第三节 主持人的综合素质	(18)
第四节 主持人主导与大众传播多元调控主体的关系	(44)
第二章 主持人语言与传播受众	(51)
第一节 主持人传播的“上帝”——受众	(53)
第二节 主持人节目受众的复杂形态	(56)
第三节 受众地位理论的历史演变	(61)
第四节 主持人节目受众的特征	(63)
第五节 主持人节目受众主体地位的体现	(68)
第六节 受众对节目主持人角色的心理期待	(84)
第三章 主持人语言与传播信息	(94)
第一节 主持人传播就是用符号运载信息的传播	(96)
第二节 信息需求的多元化决定了主持人节目的细分化	(108)
第四章 主持人语言与传播环境	(166)
第一节 传播环境影响和制约主持人语言	(168)
第二节 主持人传播语境的多维空间	(176)
第三节 主持人传播语境制约的特点	(201)
第五章 主持人语言与传播效果	(209)
第一节 主持人语言个性风格的品牌效果	(212)

第二节	主持人语言人格魅力的陶冶效果	(223)
第三节	主持人语言美感魅力的审美效果	(229)
第四节	主持人语言发展趋势的预期效果	(241)
第五节	主持人语言应对策略的逆挽效果	(250)
参考文献		(260)

第一章

主持人语言与传播主体

“从外在关系上看，主体是相对于一定的客体而存在的人；从内在本质上观，主体是从事自由自觉活动的人……”^① 在大众传播的信息流动过程中，传播主体就是相对于广播电视等传播客体而存在的发起传播的人。他们在一定的环境下，借助媒介的渠道，通过制码，用符号运载所指示的信息内容并传给受众；受众借助媒介的渠道，获得对方传播的符号，再通过译码，把符号还原为信息内容，并由此引发了双方的反馈互动，最终传播对象获得某方面的满足，在思想上或行动上产生某些反应（正面或反面），体现为传播效果。

传播者是传播活动的主体、前提和基础。在传播活动中，“传播者”这一概念是相对的，因为传播者与受传者的角色可以互换。传播者的基本职能就是收集、处理和传播信息。传播者是传播活动的起点和中心之一。由此可见，要研究任何一种人类传播活动，首先就要研究传播的主体，也就是传播信息行为的“传播者”。

主持人从它诞生的第一天开始，就是节目中发起传播行为的传播者。只是随着大众传播的不断发展演进，受众通过多种手段直接或间接地参与到节目的传播互动中，他们也成了节目的信息传播者。

从传播信息行为中的相互位置与作用的角度看，大众传播的传播者有传播主体与配合者之分，传播主体的职责是有目的、有系统地对收集信息、加工信息、发送信息起主导作用。由于大众传播中的节目主持人在节目中的主要任务就是根据节目的内容、主体受众和主题的定位，在有目的、有系统地收集信息、加工信息、发送信息三个方面起主导作用，是节目流程的主导者、节目节奏的主控者、节目沟通的主宰者。所以说，节目传播的主体就是节目的主持人。

第一节 主持人节目传播主体——节目主持人

一、在人类传播变革中从诞生到兴盛的节目主持人

法国著名画家高更曾画过一幅震惊世界的经典作品《我们从哪里来？我们是谁？我们往哪里去？》，该作品表达了一些现代人对自我的迷惑和茫然。在科学技术和大众传媒迅速发展的今天，很多节目主持人渴望提高自己的传播艺术，可是对“我们从哪里来？我们是谁？我们往哪里去？”的认识仍然非常肤浅，他们不懂得如何开发自身的个性特长，也不知道自己人格和素质的缺陷在哪里，许多主持人之所以昙花一现，都可以从其个性失衡、自我迷失中找到缘由。因此，正如我国著名的历史学家庞朴说的：“我们想知道一个东西的性质和未来，有一个很重要的手段就是要知道它的过去。

^① 李为善，刘奔．主体性和哲学基本问题．北京：中央文献出版社，2002.4

知道它从哪儿来，我们就会知道它往哪儿去。”^①

“节目主持人”是一个舶来语。节目主持人的“雏形”甚至可以追溯到1906年美国匹兹堡大学物理学教授金纳德·奥布里·费森登在首次成功地进行无线电实验时所安排的“主持人”，他成功地主持了圣诞故事播讲、歌曲演唱和乐器演奏的组合节目。1928年，荷兰对外广播开播了第一个主持人形式的节目——《快乐的电台》，主持人艾迪·勒达兹将一些充满生活气息的内容串联起来，轻松活泼地传递给听众，被后人公认为是“历史最为悠久、最富个人独特风格的国际广播节目主持人”。

但是节目主持人的产生绝非偶然。当人类抛弃了贫穷、落后、封闭的农业社会而进入工业社会，在享受了规模化、标准化和制度化带来的现代丰硕物质技术成果之后，民主意识和信息需求也在日益苏醒，人类开始意识到工业化社会所推崇的制度化和非人格化的传播，对人类思想文化的多样性、人类交往的人际性和人类信息传播个性的抹杀与吞灭。人类开始追求个性解放和社会主体话语权的民主空间，追求那些本来应当被维护和兑现的精神领域的合法权利，追求建立平等性、交互性、个性和人际性的传播模式。大众传播的人际化趋势正是在这样的背景下应运而生，并由此催生了以鲜明的人际性、交互性、人性和个性为特征的主持人节目。而与此同时，在社会学理论中出现的诸如“去中心”、“去合法化”以及在传播学理论中出现的“反对文化霸权”等理论，则是人类思想观念发生巨大变化的升华和概括。而这些理论的诞生和传播，也推动了相对宽松和成熟的社会民主空间的拓展。所以，社会民主化进程和民主化程度发展比较快的西方国家首先出现了节目主持人，并且很快就显示了其强大的生命力。

于是，人类在20世纪50年代迎来了节目主持人的蓬勃兴盛时期。随着世界各国广播电视事业以及节目主持人传播内容、形态、作用的不断变化发展，主持人节目的发展如火如荼。到现在，用于描述节目主持人概念的英文词语已经不下十几种，但是“节目主持人”在英文中最贴切的对应词是“anchor”，即新闻节目主持人或新闻主播。根据有关资料介绍，“anchor”的“原意是指体育运动接力赛跑中最后一棒的运动员，也就是跑得最快、最有冲刺力的人，anchor这词引申到电视节目后，其含义为最优秀的、最有组织能力的电视新闻节目主持人，即这个人必须有能把各种新闻片及现场新闻报道组成一个完整的新闻节目，在整个节目中起组织和串联作用”^②。最早将“anchor”这个词作为“节目主持人”来表述的是哥伦比亚广播公司的新闻部制片人、黄金节目《60分钟》的总编导唐·休伊特，他在1952年美国共和党全国代表大会和第34届总统选举的报道中，建议一改以往电视新闻报道朗读新闻稿，节目分散、呆板的状况，而用一位能够在新闻传播过程中真正起到关键性积极主导作用的人物来

① 夏榆. 我们为什么要考古. 南方周末, 2002-09-19 (19)

② 陆锡初. 主持人节目学教程. 北京: 中国广播电视出版社, 1995. 19

把新闻报道统一组织成为一个有机的整体，这就是“anchor”。不久后，他所大胆起用的美国哥伦比亚广播公司的沃尔特·克朗凯特闪亮登场，一炮走红，成为后人公认的世界第一位新闻节目主持人。

几十年来，随着我国节目主持人传播的内容、形态和作用的迅猛发展，广播电视传播业界和学界对“节目主持人”的定义见仁见智，五花八门。国内也有一些比较有影响的研究，如1999年9月和11月先后在天津和珠海召开的全国主持人节目研究会学术会议上，有关专家经过深入研究，为“节目主持人”的概念界定确定了四条标准，这就是：“传播者在节目中以主持人的身份出现；体现主持人在节目过程中的驾驭能力；语言表达方式以谈话为主；具有直接的话语交流情态。”虽然这还不是一个科学、完整的定义，但它从身份定位、职业功能、传播方式和沟通情态等方面对“节目主持人”提出了基本要求，还是很有理论研究价值和实践指导意义的。

《广播电视词典》提到，节目主持人就是“在广播电视节目中，以个体行为出现，代表群众观念，以有声语言为主干或主线驾驭节目进程，直接面对受众，平等地进行传播”^①的人。这个概念突出了“节目主持人”的个体性、群体性、直接性和平等性的特点。

吴郁教授在她所著的《主持人语言表达技巧》一书中提出：“主持人是在广播电视媒体中，集社会性和人际性于一身的具有亲和力的传播者。”具体地说，“一方面，从根本属性来说，主持人是党的宣传工作者、党的新闻工作者，是广播电视媒体中以有声语言（含体态语）进行传播的人，此其社会性；另一方面，从特殊性来说，主持人以观众信赖、喜爱的身份、与观众平等的关系，以‘个性化’、‘人格化’以及各种喜闻乐见的方式进行传播，是最具亲和力的传播者，此其人际性。”这个概念是从社会学和新闻学的角度提出的，它在点明了节目主持人的社会性和人际性的同时，同样突出了“节目主持人”的个性化、人格化、平等性和亲和性的特点。

应天常在他的《节目主持人通论》一书中运用“概念实体化”的方式，把“节目主持人”定义为：“在大众传播的特定节目情景中，以真实的个人身份和交谈性言语交际行为，通过直接平等的交流方式主导、推动节目进程，体现节目意图的人。”^②这个定义是从语用学的角度来概括的，突出了节目主持人语言行为的语境、语旨、语用手段、语用方式等方面的特点。

二、传播学视野下的节目主持人

节目主持人的语言行为属性是一个多面体，它既是一种文化语用行为，也是一种社会交际行为，还是一种信息传播行为。所谓“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，

① 赵玉明，王福顺. 广播电视词典. 北京：北京广播学院出版社，1999. 212

② 应天常. 节目主持人通论. 武汉：武汉大学出版社，2007. 33

上述对“节目主持人”的定义，是学者们从不同的学科意义上来概括的，都有其合理性和科学性。俞虹提出：“节目主持人是在广播电视节目中，以个体行为出现，代表着媒体群体观念，用有声语言、形态能动地操作和把握着节目进程，直接、平等地进行大众传播活动的人。”^①这是从传播学的角度，从节目主持人的传播媒介、主体地位、传播控制、传播形态、传受关系等方面来界定的。

笔者认为，如果要从主持人与主持人节目传播中各种要素的关系的角度全面地揭示节目主持人的深刻内涵，那么，节目主持人就是：在一定的传播环境下，既代表着一定的媒体，又以传播者个体的自我身份和个性化的传播形态出现，按照一定的目标受众和信息需求的定位，运用各种语言符号，在与受众进行直接、平等、互动的交流中，使自身对信息传播的内容、模式、过程和效果起主导、协调、控制作用的人。这个定义从传播学的视角出发，简明而全面地从节目主持人与整个传播活动各要素（主体、受众、信息、符号、过程、效果）的相互关系上来揭示其本质和规律。

三、节目主持人特色的传播学解读

节目主持人的诞生是进入后工业社会后人类对物质文明和精神文明发展、人类民主体权利诉求和人类交际需求的追求的历史产物，所以从它呱呱坠地之日起，就逐步显示了与其他大众传播形态不同的传播特色。如果从主持人节目的传播要素来分析，主持人的传播特色不是凭空出现的，它是作为节目主体的主持人与节目中各种传播要素有机结合而形成的。从传播学的角度看，节目主持人的传播特色主要体现为“五化”：传播主体明确化、传播受众定位化、传播信息栏目化、传播风格个性化和传播过程互动化。

（一）传播主体明确化

在一个比较完整的主持人节目系统中，主持人的地位和作用是不容置疑的。主持人是节目传播的主体，是节目的“掌门人”和品牌。其与以往一般根据不同层次的“婆婆”的策划和授意，按照事先准备好的文稿见字发声的广播电视节目播音员大不相同。主持人是整个节目主题和方案的主要策划者，是把握方向的主导者，是节目进程的驾驭者，是沟通关系的协调者，是营造气氛的主宰者。他们在节目中的地位非常明确，对节目成败的关键性作用是不容取代的。美国著名的新闻顾问艾尔·普里莫说过这样一段话：“如果把所有构成一档新闻节目获得成功的因素考虑进去，并且给每一个因素增加一些分量，构成10个因素的话，那么主持人会占据其中8个因素，其他因素的总和只占2个。”^②一个节目的主持人如果因为各种原因“砸了锅”，这台节目就基本“报废”了。其想要东山再起就必须脱胎换骨，自然难上加难！

① 俞虹. 节目主持人通论（修订版）. 北京：中国广播电视出版社，2004. 7

② 徐德仁，施天权. 时代的明星. 上海：复旦大学出版社，1990. 37