

 Focal Press
Taylor & Francis Group

广播电视编导与播音主持艺术
精品教材译丛

美国播音主持实用教程： 媒体演播指南 (第3版)

Broadcast Announcing Worktext:

A Media Performance Guide (Third Edition)

艾伦·R. 斯蒂芬森

[美] 大卫·E. 里斯

玛丽·E. 比德尔

林小榆 陈一鸣

著

译

清华大学出版社

广播电视编导与播音主持艺术
精品教材译丛

美国播音主持实用教程： 媒体演播指南 (第3版)

Broadcast Announcing Worktext: A Media Performance Guide(Third Edition)

艾伦·R. 斯蒂芬森
[美] 大卫·E. 里斯
玛丽·E. 比德尔
林小榆 陈一鸣

著
译

清华大学出版社
● 北京

Alan R. Stephenson, David E. Reese, Mary E. Beadle
Broadcast Announcing Worktext: A Media Performance Guide, Third Edition
EISBN:978-0-240-81058-4
Copyright © 2009, Elsevier Inc. All rights reserved.

Tsinghua University Press is authorized to publish and distribute exclusively the Chinese (Simplified Characters) language edition. This edition is authorized for sale throughout Mainland of China. No part of the publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体翻译版授权由清华大学出版社独家出版并限在中国大陆地区销售。未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2011-8115

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover are unauthorized and illegal.

本书封面贴有 Taylor & Francis 公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

美国播音主持实用教程：媒体演播指南(第3版)/(美)斯蒂芬森 (Stephenson, A.) 等著；林小榆，陈一鸣 译。—北京：清华大学出版社，2014

书名原文：Broadcast Announcing Worktext: A Media Performance Guide, Third Edition
(广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛)

ISBN 978-7-302-34823-8

I. ①美… II. ①斯…②林…③陈… III. ①播音—语言艺术—教材②主持人—语言艺术—教材 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 310990 号

责任编辑：陈 莉 蔡 琦

封面设计：周晓亮

版式设计：方加青

责任校对：曹 阳

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载：<http://www.tup.com.cn>, 010-62796865

印 装 者：北京嘉实印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：19.5 字 数：435 千字

版 次：2014 年 1 月第 1 版 印 次：2014 年 1 月第 1 次印刷

印 数：1~4000

定 价：45.00 元

产品编号：043248-01

丛书总序

“媒介是人体的延伸”，著名思想家马歇尔·麦克卢汉这一句名言，简洁而又深刻地阐释了大众传媒对于个人、群体和社会而言，有着怎样的重大意义。无远弗届的传媒，其影响是如此源远流长而又绵绵不绝，以至于无论怎样夸张似乎都不为过。诸如信息社会、媒介化社会、数字地球等涉及宏大叙事的新鲜语汇，将传播媒介、传播技术与我们这个时代各种最令人惊异的景观，直观而形象地联系在了一起。

另一方面，传媒也是社会的产物。换句话说，传媒不仅有它的技术面目，而且受到使用者的文化习惯和心理预期的影响。大众媒体从它诞生的那一刻起，就展示了许许多多的可能性，并经历了无数的尝试、再尝试和不断的变迁。这多少有点像哈利·波特系列故事中的神奇生物“博格特”，它会成为视听用户心中最害怕出现的东西，当然，它也会成为人们心中最希望出现的东西。难道不是吗？我们不愿意看到的灾难事故、环境恶化、暴力冲突或战争，各种人们恐惧厌恶的东西，每每出现在电视荧屏上；我们爱听的新歌、爱看的电影大片、欲罢不能的英美日韩剧、搞笑的视频和脱口秀也常常能够轻松地在互联网站的首页或某个角落里找到。这些因素，使得大众传媒就像阳光和空气，玩伴和闺蜜一样，成为人们日常生活不可或缺的一部分。

换一个视角，即从广播电视研究者、从业者和内容服务提供商的角度看，上述的景象就变成了：首先，传媒具有新闻性，使得它追求真实和快速反应，虽然有时也需要理性的思考和严密的推理，有时也会有各种琐碎精细的信息服务；其次，传媒也具有娱乐性，它要给使用者、观看者带来兴奋、愉悦、刺激等各种精神满足。事实上，所有的传媒都可以看成是信息和娱乐按某种配方而成的混合物。有的媒体，比如电视；有的媒体产品样式，比如电视娱乐节目，可能娱乐的成分多一点，有时甚至可以看做是演艺或表演的代名词，但是综合来看，广播电视还是兼有新闻性和娱乐性的。因此，我们看到很多的新闻是以讲故事的方式呈现的，讲故事就带有娱乐色彩，把故事讲好不仅是个体力活，还是个技术活，是一门内涵丰富的学问。

从执业广播电视的历史长短来看，西方发达国家具有某种起点领先的优势，这是不可否认的。与此同时，比如说美国的广播电视业，它虽然也很重视公共利益的原则，有很多规

范和底线，但是，它更多地采用了商业运营体制，要求媒体必须在商业上是成功的、受人欢迎的，这使得它在近百年的发展历程中，又积累了很多市场操作上的不二法门，就像好莱坞的各种套路和程式一样，以便尽可能地迎合和满足受众的需求。梳理这些经验的工作理论，对于拿来主义者来说，就是一个有着丰富资源的宝藏。商业化当然也有很多弊端，甚至会陷入悖谬的困境，拿来主义者的任务自然是要注意“弃其糟粕”，“取精用宏”。

西方广播电视业中一个引人注目的现象，是新闻和娱乐节目主持人的明星制。圈内的大牌明星们，比如为中国人所熟知的传奇人物迈克·莱士、奥普拉·弗瑞等人，业务精湛，身手不凡，同时又身价不菲，从而成为镇台之宝。他们在巅峰时期的影响力，与体育界、艺术界的天王天后们相比，不遑多让。扛鼎数十年不衰的品牌栏目，动辄数千万乃至上亿的拥趸，令他们的职业生涯光芒万丈，蜚声朝野。因此，传媒行业是一个聚光灯下的行业，也被称为“朝阳行业”，虽然道路也许不乏酸甜苦辣，需要披星戴月，披荆斩棘，而且胜者为王，赢家通吃，突围不易，但是仍有数不清的机会百炼成钢，出类拔萃。

随着旧媒体的背景渐行渐远，以及新媒体的发展一日千里，西方广播电视业同样见证了什么叫潮起潮落，什么叫世代罔替。不仅从业人员是这样，后浪推前浪，媒体本身也如此，绚烂和平淡之间的转换，可能只是俯仰之间的事。以电视业为例，从黑白到彩色，从无线到有线，从卫星电视到互联网电视，从台到网到跨界集团，风云变幻何其迅猛！俗话说，万物皆流。如果说有什么是恒常不变的，那就是基本的法则。比如爱迪生说过的成功法则，百分之九十九的汗水加百分之一的灵感。

从20世纪70年代后期开始，中国的广播电视业，终于把握住了时代的机遇，走上市场化运营和文化体制改革的道路，对于市场规律和专业操作方面的理论、知识和技能要领的寻求，变得格外重要和迫切起来。来自欧美一线的各类教材和参考读物，因此而成为他山之玉，被源源不断地引入，琢玉成器。

世界的洪流总是滚滚向前，辛勤的努力总有恰当的回报。而从前人和他人的经验中坚持不懈地学习，就是一种十分经济的发展、张扬自我，适应、改造世界的途径。有鉴于此，我们与清华大学出版社合作，经过两年的共同努力，组织翻译了这一套“广播电视编导与播音主持艺术精品教材译丛”，以飨读者。

期望我们这一次精心的付出，能为有志于在广播电视、戏剧影视和音视频制作领域施展拳脚的高校学生、研究者和从业人员，献上一份珠圆玉润的营养品。

支庭荣

2012年3月

前 言

播音主持行业，无论是通过广播、电视、iPod还是互联网，对于年轻人来说都是极具吸引力的。媒体的发展，为那些颇具才华并且愿意努力工作的人提供了越来越多的机会。不过，本书所谈及的技巧及认识，是除大众媒体之外，在其他领域也可以助你获取成功的重要工具。对于新手来说，本书罗列的各种技巧和方法，会有助于你在理想职位的竞争中一展所长。同时，在这本书里你能看到许多成功人士的姓名及照片，其实他们学习的都是同样的教材，而这的确有助于他们获得成功。努力，再加上知识，能够为您打开机会之门。

此外，还有一群人也可以从本书介绍的技巧学习中受益。大多数大学毕业生将有机会，或许很可能会在其职业生涯中遥遥领先。但无论是在销售演示、会见媒体、员工大会、工作面试还是在建立人际关系方面，说话的方式、口齿的清晰度、讲话内容的准确性以及说话的感情都将成为其是否能取得成功的主要因素。

根据众多专业人士的认识，本书列出了在这个行业获得成功所需掌握的内容。你所面临的挑战是，学习这些准则并加以运用，通过充分的实践，无论在何种场景下，都可以将其融入你的“演播”工作中。专业的播音员会定期对自己的工作表现进行录音，并且积极地对自己进行评判，尝试找到让自己做得更好的方法。在很多节目中，主持人作为重要因素，管理者可能会用举行常规录音评估会议的方式来帮助你取得进步，或提醒你还没能达到预期目标的地方。我们建议你定期做好工作的录音，并进行细致分析。抱有“我已经做得够好了”的想法是不会取得进步的。期待你能做得更好！

致 谢

首先，笔者希望再次感谢奉献出其知识和经验的教授们，他们使本书比之前的版本更充实。很多人还把自己的工作录音也分享出来。在此对所有给予帮助的人表示诚挚的谢意。

对于本书第3版，我们需归功于更多的有识之士，以及那些再次协助我们的人士，他们是：麦克维传媒副总经理，Daniel Anstandig；斯波坎KQH电视台新闻主播，Bill McGinty；达拉斯KRLD电视台，Chris Schneider，他著有《开启广播事业之钥》；西雅图KOMO电台新闻主播、脱口秀主持人及配音专家，Lisa Brooks；波兰俄勒冈州立大学人才教练和顾问，KBPS电视台的John Dodge；克利夫兰WKYC电视台《好朋友》节目的联合主持人，Michael Cardamone；广播业务配音员，Bobbin Beam；ESPN电视台和美国足球大联盟的现场广播员，Al Pawlowski；拉斯维加斯KDWN电视台，Nate Tannenbaum；克利夫兰WKYC电视台总经理，Brooke Spector sky；拉斯维加斯KXTE电视台，Eric Dionne；克利夫兰WTAM电视台，Nate Marinchick；天普大学，Amy Caples；瑞德福大学，Clayland H. Waite；西北俄克拉何马州立大学，Jesse Schroeder；约翰卡罗尔大学，Jackie Schmidt博士；马萨诸塞州伍斯特圣母升天学院，Tom Ryan；克里兰夫WVIZ电视台的电视制片人，Dennis Knowles；约翰卡罗尔大学，Robert Nolls；拉斯维加斯KUNV电视台，Kim Linzy；克里夫兰广播频道新闻节目编导，Darren Toms；克里兰夫WVIZ电视台制片人，Jane Temple；骑士无线网络联合制片人，Joe Madigan；约翰卡罗尔大学，Lisa Lewis；以及约翰卡罗尔大学的学生，包括Loriann Ace、Robert Duns、Paula Goncz、Meredith Hurst、Erica Miller和Maura Reilly。应注意的是，所有做出贡献的人士在采访时都已取得了电台、电视台的一席之地。

目 录

第 1 章 认识专业播音·····	1	2.6 广播控制台和调音台·····	27
1.1 引言·····	1	2.7 音乐播放设备·····	29
1.2 播音员, 天才, 还是名人·····	1	2.8 数字化音频设备·····	30
1.3 从历史角度看播音·····	2	2.9 总结·····	32
1.4 从就业角度看播音·····	3	自学题·····	32
1.5 播音员专业化·····	3	实践项目·····	33
1.6 大学文凭对播音员是必要的吗·····	4	第 3 章 电视播出环境·····	37
1.7 播音员的主要生理条件·····	6	3.1 引言·····	37
1.8 播音员的主要心理条件·····	7	3.2 电视直播间·····	37
1.9 实践经验对播音员是必要的吗·····	7	3.3 电视制作团队·····	39
1.10 播音员的责任·····	9	3.4 电视术语·····	40
1.11 播音员主持人的楷模·····	11	3.5 镜头焦虑·····	41
1.12 总结·····	13	3.6 镜头前的工作·····	41
自学题·····	14	3.7 演播厅内的交流手段: 手势、提示卡、提词器和IFB·····	46
实践项目·····	15	3.8 化妆·····	49
第 2 章 声音工作环境·····	20	3.9 总结·····	50
2.1 引言·····	20	自学题·····	50
2.2 音频工作室·····	20	实践项目·····	52
2.3 麦克风·····	22	第 4 章 声音的形成·····	56
2.4 如何使用麦克风·····	24	4.1 引言·····	56
2.5 播音主持人的话筒前紧张及其原因·····	25	4.2 声音是如何产生的·····	56
		4.3 膈膜呼吸的技巧·····	57
		4.4 正确的呼吸姿势·····	58

4.5	避免胸腔呼吸	58	6.10	电视购物	103
4.6	发声的关键要素	59	6.11	表演	104
4.7	音量	59	6.12	广告画外音	106
4.8	音调	60	6.13	公益广告和促销通告	107
4.9	语速	60	6.14	总结	107
4.10	音色	61		自学题	107
4.11	发音的清晰度	62		实践项目	108
4.12	读音	63		练习材料	112
4.13	不规范的读音	65	第7章	采访	115
4.14	常见的语言问题	67	7.1	引言	115
4.15	保有良好的嗓音	69	7.2	访谈类型	115
4.16	总结	69	7.3	媒体访谈的基本结构	116
	自学题	70	7.4	采访场景	119
	实践项目	71	7.5	调查研究和准备工作	121
第5章	播报的技巧	74	7.6	邀请有趣的嘉宾,准备令人 关注的话题	122
5.1	引言	74	7.7	提升访谈技巧	123
5.2	掌握信息传递型的播报方法	75	7.8	着装	127
5.3	播报的技巧要素	76	7.9	把握全局	127
5.4	如何做标注	80	7.10	保持中立	128
5.5	词语的使用	83	7.11	脱口秀广播	128
5.6	语言的变化	86	7.12	电视访谈	128
5.7	避免不专业播音和不当报道	88	7.13	特殊访谈:政客和 运动员	129
5.8	与观众的关系	89	7.14	总结	129
5.9	总结	90		自学题	130
	自学题	90		实践项目	132
	实践项目	91	第8章	新闻播音	135
第6章	广告播音	95	8.1	引言	135
6.1	引言	95	8.2	衡量新闻价值	136
6.2	电视广告的起源	95	8.3	新闻主播的标准	137
6.3	广告形式:广播	95	8.4	新闻来源	138
6.4	广告形式:电视和有线电视	97	8.5	广播新闻的编写	140
6.5	商业广告的基本结构	97	8.6	电台新闻广播	143
6.6	影响商业广告的其他因素	98	8.7	电台新闻主播	145
6.7	计时的重要性	100	8.8	电台新闻记者	146
6.8	力量:硬推销与软推销	102			
6.9	手势与面部表情	103			

8.9 电视新闻队伍和新闻报道···	146	10.3 体育报道·····	191
8.10 电视新闻主播·····	148	10.4 体育评论员·····	193
8.11 电视新闻记者·····	149	10.5 体育主播·····	195
8.12 广播新闻的即兴发挥·····	156	10.6 比赛实况解说和比赛分析 评述·····	196
8.13 互联网和未来·····	157	10.7 体育访谈主持人·····	202
8.14 总结·····	158	10.8 总论·····	204
自学题·····	158	自学题·····	204
实践项目·····	160	实践项目·····	206
练习材料·····	162	第 11 章 专业播报·····	208
第 9 章 音乐播音·····	167	11.1 引言·····	208
9.1 引言·····	167	11.2 气象播报·····	208
9.2 电台播音员的职责·····	167	11.3 气象节目中的色度键 系统·····	211
9.3 锻炼口头即兴的能力·····	168	11.4 气象播报风格·····	213
9.4 如何成为一名具有感染力的 音乐播音员·····	171	11.5 财经报道·····	215
9.5 广播节目格式·····	173	11.6 财经记者说什么·····	216
9.6 成人时代·····	174	11.7 专题片·····	217
9.7 当代流行广播·····	175	11.8 主持购物节目·····	218
9.8 乡村音乐·····	175	11.9 配音和旁白·····	221
9.9 轻柔爵士乐·····	177	11.10 培养配音技巧·····	221
9.10 摇滚·····	177	11.11 声音特色·····	222
9.11 新闻/访谈/资讯·····	177	11.12 节目主持·····	223
9.12 都市现代音乐·····	178	11.13 总结·····	224
9.13 古典老歌·····	178	自学题·····	225
9.14 另类音乐·····	178	实践项目·····	226
9.15 古典音乐的播音·····	180	第 12 章 大众传媒主持人的法律和 道德问题·····	230
9.16 不同时段的播音·····	181	12.1 引言·····	230
9.17 卫星电台的播音·····	182	12.2 道德标准规范·····	231
9.18 音乐视讯播音员·····	182	12.3 贿赂和插播广告·····	233
9.19 网络唱片播音员·····	183	12.4 策划新闻·····	234
9.20 总结·····	185	12.5 骗局与恶作剧·····	234
自学题·····	186	12.6 付费新闻·····	235
实践项目·····	187	12.7 政治报道·····	235
第 10 章 体育播报·····	190	12.8 体育报道·····	235
10.1 引言·····	190		
10.2 体育播报·····	190		

12.9 追求轰动效应	236	第 13 章 演播生涯的开始	247
12.10 利益的冲突	236	13.1 引言	247
12.11 隐私权	236	13.2 撰写个人简历	249
12.12 诽谤和污蔑	237	13.3 电子简历	253
12.13 比赛和博彩	237	13.4 附加一封求职信	255
12.14 保护来源	238	13.5 制作样片	257
12.15 访问政府信息	238	13.6 建立联系名单	260
12.16 公平原则	239	13.7 求职面试	261
12.17 第315条法规	239	13.8 如何对工作邀请做出答复	264
12.18 版权问题	239	13.9 工会、经纪人和合同	265
12.19 亵渎、猥亵及淫秽 传播	239	13.10 失去第一份工作：广播从 业者普遍面临的现实	267
12.20 网络主持人的道德和 法律问题	240	13.11 总结	271
12.21 总结	242	自学题	271
自学题	243	实践项目	273
实践项目	244	词 汇 表	278
		译 后 记	295

认识专业播音

1.1 引言

在话筒或者镜头前主持，成为一名专业播音员的想法，吸引了大批人员进入广播、电视以及有线行业。而如今，随着卫星广播、播客等多种新媒体传播形式的出现，播音主持迎来了比以往更多的机会。作为大众传播者，他们每天给成千上万的听众和观众提供资讯、娱乐和“陪伴”。这是一个让人兴奋和值得投入的职业，但同时也是一个充满挑战和瞬息万变的行业。举例来说，卫星广播的发展给播音员带来了更多的就业机会，但是广播电台的整合和录音设备的出现，对于播音员来说意味着直播的工作减少，自我创作的机会也更加少。科技的变更同样带来新的技术和工作程序，比如高清电视、数字电视演播室提高了对化妆的要求，数字调音台的使用使播音员与调音台的配合变得更加重要。这一章主要介绍播音主持的概况，你将了解成为一名专业播音员的必备条件，成为这个行业的人才需要做些什么，以及这个领域存在的职业可能性。

1.2 播音员，天才，还是名人

韦氏在线词典(www.m-w.com)对播音员的定义是：“a.在电视或广播节目里介绍节目，制作商业广告，或者是在电台做播报的人；b.在体育赛事中进行描述或评论的人。”《钱伯斯英语词典》则解释为“一个播报者，一个在电视和广播节目里播报新闻、宣读其他事件的人”。《格罗里埃国际大辞典》说播音员是“(1)播读者；(2)在电视或广播里使节目得以持续进行、并区分商业和其他报道的人”。通过以上解释，你应该明白这个词语的意思了吧。

我们经常把播音员等同于电台的DJ(唱片骑师)，但综合以上定义的普遍意义，播音员应该是一个广播电视(或电报)的演播者。再考虑上网络所提供的就业机会、卫星传送节目以及其他的科技进步发展，现在，我们应该把播音员定义为一个大众传播者。

在广播行业里，“名人”和“天才”这两个词经常被用来描述不同的播音员。“名人”通常是指活跃于娱乐圈的著名人物，例如“广播电台名人”。“天才”是指某人在某

一方面有着与生俱来的能力和出众的技巧，例如“电视天才”。这些词在描述同类主持人时是可以互换的，但要注意即使在主持人不是那么著名或技艺娴熟的情况下，这些词也可能被使用。

在这一章，我们将会看到一些狭义定义的演播情况，但是目前从贯穿这本书的大多数篇幅来看，术语“播音员”被使用在一个尽可能广泛的背景下。

1.3 从历史角度看播音

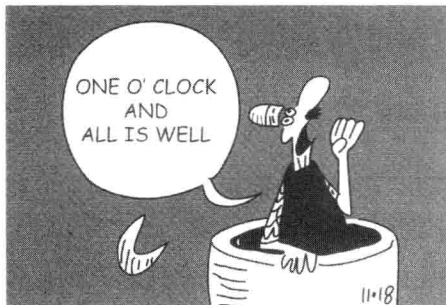


图1.1

现代播音员的先驱(图片经约翰尼·哈特及创造者辛迪加公司批准使用)

现代播音员的先驱(图片经约翰尼·哈特及创造者辛迪加公司批准使用) 是在一个城堡的庭院里，给聚集的观众提供报时的新闻，有时可能又没有新闻。在其他不同的历史背景中，还可能找到类似的信息传播者，但是他们都没有电子发送系统。播音员是电子时代的产物，尤其是在发展到声音可以通过电波传送的时候。换句话说，当电台出现的时候，播音员便出现了。

早期的电台播音员与现代的音乐DJ及直播主持人十分不同。首先，需要颇费周折地找到一位女性播音员，这在当时有一定难度，因为浑厚低沉的中音被认为是基本的条件。第二，几乎每一位播音员都会运用一种非常程式化的说话方式。在电台听他们说话，会觉得他们不像日常生活中大多数人说话的那样，甚至你很可能把他与今天英国人说话的方式联系起来，这非常恰当。事实上，这是一件非常程式化的事情。如图1.2所示，早期的播音员在做播音的工作时经常会穿着无尾燕尾服。而时至今日，男女播音员言行都是比较平常的了，在电波中，我们能听到的声音传达方式也多样化了。老式的播音风格已经让位于现代的交流式的语调，当然，除了颁奖典礼的晚宴。自从电台迎来了它的黄金时代，我们也不会有人见到电台的播音员穿着男士无尾半正式晚礼服工作了。

如果你曾经看过报纸连环漫画《伊德奇才》(*The Wizard of Id*)，你一定看到过播音员的先驱。如图1.1所示，在一个高高的城堡的护墙上，有一个中世纪的男人在叫喊：“一点整，一切都好！”当然，如果情况一直如漫画中描绘的那样就不是太好了，但那是另外一回事。总之，我们的“播音员”是在一个城堡的庭院里，给聚集的观众提供报时的新闻，有时可能又没有新闻。在其他不同的历史背景中，还可能找到类似的信息传播者，但是他们都没有成为真正播音员的一个基本的要素——他们没有



图1.2

20世纪20年代初期的播音员，哈罗德·W. 阿林，被很多广播史研究者认为是第一位全职的广播播音员。(图片由马里兰大学的美国广播图书馆提供)

1.4 从就业角度看播音

总的来说，广播不是一项大型事业。如果只考虑这个领域的播音部分，那广播的范围就更小了。在2004年，广播公司一共提供了327 000个职位。由于电台是电视台的8倍之多，所以我们可以很直观地认为，大多数的播音员都在电台工作。根据美国劳工部官方统计的数据，2004年播音员主持人员工的总人数大约为69 000人，其中57%由电台和电视台直接聘用。而其他增补的人员职责主要安排在卫星广播、电信产业以及一些相关公司的播音岗位，例如工业视频的解说员、网络博客等。

不同的播音员在薪酬方面有很大的区别，但总体来说，他们的酬金都是比较低的。大多数情况下，电视播音员的薪酬会比电台的高，有线电视的播音员的薪酬则在这两者之间。和广播界的其他方面一样，播音员的薪酬由其所效力的电台的受众市场规模决定，市场大则工资高，反之则低。其他影响薪酬高低的因素还包括，该播音员是在地方台还是整个全国网工作、他工作的电台是商业性质还是公共广播等。商业广播大区域平台的职位通常获得的薪酬是最高的。在2006年，广播电视的播音员平均年收入为36 100美元，而一开始从小众收听市场做起的主持人年龄通常只有十几或20岁出头。然而，具有主要受众市场的专业人才可以获得六位数的收入，大区域播音员则有上百万薪水。举个例子，在2006年，当凯蒂·库瑞克接过《晚间新闻》的主播位置时，据说CBS(哥伦比亚广播公司)付给了她1 500万美元的年薪。劳动部门的数据同样也记录了播音员的平均时薪为11.69美元(美国劳工部，2006年)。因此，作为一个小众市场的初入行者，你将会获得一份适中的收入，用人单位只会承诺把高薪给足够专业以及愿意去做这份工作的人。更多关于雇佣工薪的材料可在第13章中找到，在那一章里，还会探讨如何获得一份初级职位的播音员工作。

播音员多数情况下工作在一个较舒适的环境中，工作室通常都有好的灯光、空调以及人性化的设计。这份工作总的来说是不存在危险性的，而由工作造成疾病或伤害的几率在传播业中也处于较低水平。

1.5 播音员专业化

大多数播音员工作的范围在四个领域之中：音乐播音、新闻播音、体育播音以及如图1.3所示的特殊播音。由于播音工作的范围比较小，尤其是在广播中，所以一个播音员能做好几种节目的情况并不少见。比如，音乐节目的主持人在其工作日中，担任新闻节目的主播可能也是他工作的一部分。事实上，当你最初尝试在这个领域找一份工作的时候，

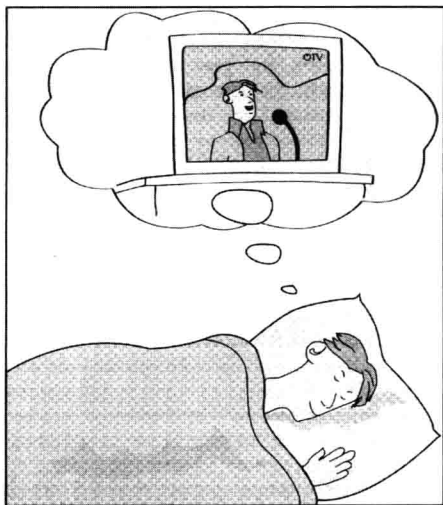


图1.3

大多数播音员工作的范围在四个领域之中：音乐播音、新闻播音、体育播音、特殊播音。你的未来是否在这里？

能否胜任多个不同的播音岗位，取决于你所掌握技巧的熟练程度。

音乐播音主要是指电台的流行音乐节目主持人，不过也同样包括在有线电视台主持音乐节目的主持人，还有音乐网站、卫星广播以及天狼星XM广播的主持人。这些工作要求主持人能在音乐推荐的间隙进行直播或者提供即兴的材料。音频节目主持人同样也要进行新闻、体育、天气、商业、社会等的新闻传达。他们经常要在节目中采访嘉宾、操作音频设备、推销广告时间，还要写商业文稿和新闻台词。

新闻播音包括主持人和记者两个角色。在新闻通过电台、电视台和有线频道等传统渠道传播的同时，网络和其他内容发布系统也为更多的新闻播报提供了可能性。主播被认为是在镜头前或话筒前引领新闻报道方向的主导者，包括播读新闻消息、介绍其他来自电视连线记者或是提前编辑好的新闻片段。而记者则是站在主播的角度去收集、采写以及播读新闻消息的传播者，通常记者采集的信息都是录制下来并且作为新闻的一部分播出的。

体育播音通常被分为三种：体育新闻播报员、体育解说员和体育评论员。体育新闻播报员与新闻的播音员类似，不同的是他们只播报体育消息。体育新闻播报员通常要筛选和撰写体育消息、采访体育明星、公布比赛结果。电台的体育新闻播音员的工作通常需要在节目中全部由一个人完成，而电视中播音员的播报则可能只是新闻消息的一个片段。体育解说员和体育评论员则通常会结成一个团队，对体育赛事进行描述。其中，体育解说员是主要的播报者，他要对赛事详情进行描述(即使当时没有在比赛)。而体育评论员又被称为能够为比赛解说增色的播音员，他们提供赛事分析以及比赛背景。在当今的播音环境中，大多数体育评论员既不是播音员出身，也未曾受过播音岗位的专业训练，但是其中相当一部分以前曾是某项运动的专业运动员或教练。尤其是在大区域广播，一位播音专业的学生是很难成为一个杰出体育评论员的。

特殊节目播音员是指那些工作在其他播音岗位上的，例如商业广告配音、天气预报、解说旁白、脱口秀主持人，以及提醒频道休息时间和其他节目信息的电视节目播音员。有线频道、卫星广播以及一些新的多媒体平台，都提高了对专业化的重视，因为节目提供了可选择的多样性，包括经济新闻、家庭购物、美食、园艺、还有家庭维修等。这些领域都需要播音员具备一定的专业知识，同时也很可能要求其具备主持这类节目的特殊技巧。打个比方，天气预报员要从卫星气象服务和传统的气象局收集信息，然后为他们播出的地区播报气候信息。如果在天狼星XM电台工作的话，播音员不仅要掌握一定的播音技巧，还要有天主教的信仰背景。每一种形态的播音领域都将会在后文中以单独的章节进行更深入详细的探讨。

1.6 大学文凭对播音员是必要的吗

成为一个播音员，你需要一个大学文凭吗？答案是不完全需要。但在一些专业性的播音工作中，例如新闻领域，就有一定的必要了。此外，如果你有从播音岗位走向管理岗位的志向，那么学历就变得非常重要。即使不考虑你所在的是什么样的播出岗位，拥有一个

文凭对你来说还是有帮助的。在大多数存在竞争的情况下，大学文凭能使你更容易获得一份工作，而当你有了工作之后，它可以助你更轻松地晋升。在很多优秀的大学都设有两年或者四年的播音和传播类的课程，可以帮助你为播音主持生涯做准备。你也可以通过浏览传播教育协会的网页(BEA)查找开设传媒课程的大学，他们的网址是www.beaweb.org。

除了考虑你所就读的具体学校以及实际专业，为了你的播音事业，你所接受的教育还应该包含以下三种：传媒教育、通识教育、专业教育。很明显，你应该在大众传播的领域中接受教育。导论课程和史论课程将会为你了解这个行业打下一个很好的基础，同时，播音主持和制片方面的课程将会教给你一些必要的技巧和技能。更多的写作、制作、管理的课程则可以给你的播音业务打下一个扎实的基础。有些人会推荐你上播音专业，但其他人则可能建议你学其他专业，同时选修一些与传媒有关的课程。这两种方法都造就了不少成功的播音员，所以，你可以选择其中吸引你的那一个。

除了要具备播音的学科背景之外，你还需要有一个渊博的通识教育背景。几乎所有学校都会要求你选修主干课程中的几种类型。不要把这些课程只当成是获取学分的目的，而要把它们当成是一个能熟悉更宽广、更系统的领域的机会。不管作为哪一种类型的节目主持人，你都需要对任何话题能侃侃而谈。举例来说，受众期待的电台DJ们是可以对任意事物进行即兴演说的，而有线电视新闻播报员则应该掌握当天新闻背后的背景情况。艺术、音乐、话剧、文学、政治科学、心理学都是你要选修的课程，同时，要尽你所能选修多一些的写作课。此外，对英语的精通，尤其是对语法规则及正确发音的掌握，对一个播音员主持人来说尤为重要。主持人同时还必须是一个计算机能手，因为计算机已经是现代传播中的一部分了。即使你最终从事的工作并不在传播行业之内，这些全面的教育也将会对你产生非常大的帮助。

你需要考虑的最后一种教育课程应该是专业化的课程，你得选择一些与你从事的播音专业化相配合的课程。比如，如果你把自己定位为一个古典音乐节目主持人，那么扎实的外语背景就非常有利于你的工作，而在某种程度上它也是必要的。同样，一名天气预报员要学习气象方面的课程，而一个消费者事务的记者应该选择商业、法律、道德领域的课程。除了考虑播音专业性的课程，你还应该学习一些非常独特的课程，以助你将来得到喜欢的职位。

很明显，本教材针对的是大学教育，但要进入播音行业，你还有其他选择，那就是职业学校，例如康涅狄格传播学校。很多职业传播学校都是合法的并具有相当的传播背景，可以提供给你很多动手操作广播设备的实践机会。这些学校培养了很多成功的毕业生，但是你要弄明白你想要从这些学校获得些什么。最基本的，通过在职业学校半年至一年的课程学习，你将会接受全面的传媒背景教育，仅此而已——没有通识教育，没有专业教育，没有任何形式的学位。由于越来越多受过传媒教育的大学毕业生想要进入这个行业，所以对于没学位的学生来说，要与之竞争是越来越难了。因此在决定要选择职业学校这条路之前还是要谨慎些。记住，有些职业学校是很好的，但也有一些学校，他们的兴趣不是给你提供一个认真严肃的传媒教育，而是为了收取更多的学费。尤其要注意那些打着各种旗号

的学校：“毕业后有成百上千个工作需要你”、“进入传播业，丰厚收入等着你”。这些都不是实事求是的口号，而是在提醒你，这是一个教学质量有问题的学校。在你进入这些学校之前，也许你可以联系一些广播电视台方面的管理者或者节目导演，问一下他们，这些学校在对他们的学生进行传播行业的培养方面是否有好的口碑。

以前，除了有大学的教育背景之外，很多直播主持人，尤其是电台的主持人，都必须从美国联邦通信委员会(FCC)取得许可证。主持人在主持节目时不需要这个许可证，但是在管理电台发射器和计数器读数时是需要的，这些往往是主持人分外的工作。由于撤销了管制规定，美国联邦通信委员会后来就不再要求主持人必须拥有此许可证了。

1.7 播音员的主要生理条件

正如前文所说，我们希望播音员的嗓音是浑厚低沉的。

今天，人们对播音员的声音可接受范围宽了许多。然而，有一个最基本的生理条件，那就是你必须具备至少称得上是悦耳的声音。当然，一把低沉的声音是有优势的，尤其是女性的播音员。但只要你的声音不是太难听，要成为一个播音员都不会太困难。一般来说，播音的语言也不能有地方口音。尽管存在着一些例外，如标准的美式英语发音和语法在播音中已经被人们广为接受了，但播音员还是应该使用标准的发音和准确的语法。

对于电视主持人来说，另一个硬件条件就是要有一个吸引人的外表，这种吸引力可以有多种不同的定义。大多数成功的电视节目主持人衣着是较传统的、考究整洁的，他们牙齿整齐，喜欢戴隐形眼镜胜于戴框架眼镜。很少有主持人是超重的、脸上有疤和青春痘的，也不会有异常的特征，如大鼻子或招风耳。虽然过分重视一个人的外表是非常不得当的，不过外形的确是作为主持人必须要考虑的一个重要方面。如果你真的打算成为一名电视节目主持人，你就要对自己的外表多做了解，改正有可能影响你走上这个岗位的“瑕疵”。

还有一个对身体条件的要求就是体力。自从很多电台电视台开始了每天24小时的直播，主持人通常都要超时工作，并且工作时间还常常是不固定的。例如，担任晚间本土新闻的播音员就明显不是常规的朝九晚五的上班时间。电台的主持人也许只需要轮流换班工作四个小时，但这是实时“直播”的四个小时，不能有任何错误。如果你犯了错误，你也不可能倒回去重新做一次。在这一次值班中，你是不能有任何休息或停顿机会的。主持人必须要有很好的身体状况，以保持节目的流畅，并且要让人看(听)起来是在充满能量进行直播的，不管当时是一天中的第一个小时，还是在晚上10点。想要成为一名主持人，就要意识到，这意味着你将要成为不分假期和周末而拼命工作的人。

成为播音员主持人的最后一个硬件条件，就是要有足够的力气扛起机器设备。电台主持人要操控的无非就是耳麦或者便携式录音机，但是电视主持人，尤其是小规模电视台的主持人，很可能是由一个人全部完成操控录像机、三脚架、手提电脑、还有其他设备等工作。有一位大学毕业生，到达了梦想中的工作地点——滑雪场，但她的亲身经历验证了以上说法。她的工作是什么？每天都要划过那些雪山，但同时身上还扛着摄像机、戴着