

节目主持人**的** 形象设计

孙 韵◎著



台海出版社

节目主持人的形象设计

孙 韵 著

百海出版社

图书在版编目(CIP)数据

节目主持人的形象设计 / 孙韵著. -- 北京 : 台海出版社, 2016.3

ISBN 978-7-5168-0886-3

I. ①节… II. ①孙… III. ①主持人-形象-设计-高等学校-教材 IV. ①G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 042141 号

节目主持人的形象设计

著 者: 孙 韵

责任编辑: 王 品

装帧设计: 中图时代

责任校对: 洛可可

版式设计: 钟小图

责任印制: 蔡 旭

出版发行: 台海出版社

地 址: 北京市朝阳区劲松南路 1 号, 100021

电 话: 010-64041652(发行, 邮购)

传 真: 010-84045799(总编室)

网 址: www.taimeng.org.cn/thebs/

E - mail: thebs@126.com

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 郑州市金汇彩印有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 880mm×1230mm 1/32

字 数: 120 千字

印 张: 4.125

版 次: 2016 年 3 月第 1 版

印 次: 2016 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5168-0886-3

定 价: 29.80 元

版权所有 翻印必究



目 录

第一章 播音主持的步骤	1
第一节 准备稿件的方法	1
第二节 感之于外,受之于心——具体感受	5
第二章 播音主持的技巧	9
第一节 播音员、主持人感觉对象的存在与反应对象感	9
第二节 播音员、主持人在创作中调动思想感情的手段	13
第三节 揭示语句本质和语言链条——内在语	17
第三章 主持的外部技巧	22
第一节 停 连	22
第二节 重 音	24
第三节 语 气	26
第四节 节 奏	33
第四章 主持的思维模式	39
第一节 认识思维	39
第二节 思维方式与语言表达	43
第五章 主持的即兴评述	52
第一节 什么是即兴评述	52
第二节 即兴评述的训练方式	54
第三节 即兴评述范例点评	59
第六章 栏目主持	62
第一节 节目主持人的定义及其要求	62
第二节 栏目分类及主持技巧	63
第三节 栏目主持范文	69
第七章 主题辩论	75
第一节 什么是主题辩论	75
第二节 主题辩论中应注意的问题	76

第三节	主题辩论实例分析	78
第四节	主题辩论实战题目	79
第八章	新闻播报	83
第一节	语言特点及播报技巧	83
第二节	示例分析	84
第九章	诗歌类	87
第一节	诗歌的语言特点	87
第二节	诗歌的朗诵技巧	88
第三节	示例分析	88
第十章	散文播读	90
第一节	语言特点及播读技巧	90
第二节	示例分析	90
第十一章	主持人礼仪概说	95
第一节	礼仪:为面试加分	95
第二节	礼仪的内涵	97
第三节	礼仪的原则	98
第十二章	主持人的形象塑造	103
第一节	仪容仪表修饰美	103
第二节	正确认识自己	108
第三节	服饰穿出信心来	113
第十三章	主持人的仪态端庄举止美	117
第一节	站姿	117
第二节	坐姿	120
第三节	行姿	121
第四节	手姿	123
第五节	摆正心态上镜美	123

第一章 播音主持的步骤

第一节 准备稿件的方法

一、为什么要备稿

备稿,即准备稿件。备稿,是播音员、主持人播出一篇稿件的具体准备方法、步骤和要求,它是每一次具体的播音创作过程中的第一个环节,也是播音创作活动的开始。经过备稿,播音员、主持人最终应做到:有稿能播,锦上添花;无稿能说,出口成章。

播音员、主持人播出的每一篇稿件,主持的每一档栏目,都一定有相应的宣传目的。稿件的内容,播音员和主持人的态度感情、播讲技巧等,都是为宣传目的服务的。可以说稿件就是宣传目的的载体,更是传播和创作的依据。为了更好地把握并实现宣传目的,播音员、主持人必须认真备稿。

有感而发、有动于衷、有的放矢、有声有色的语言,才是播讲创作的结果。在“理解稿件——具体感受——形之于声——及于受众”的过程中,第一步就是理解稿件。理解的主要目的是为了表达,不能仅限于自己能看懂就行,必须让受众听明白。由于稿件的种类很多,内容包罗万象,形式多种多样,这就要求播音员、主持人在备稿上狠下功夫,认真分析、理解,从而做到应付自如,把播讲的稿件内容变成自己要说的话,达到更好地传情达意的目的。

作为即将学习播音与主持艺术专业的学生来说,稿件的准备就显得尤为重要了。当我们选择好一篇稿件时,必须深入细致地分析理解稿件内容,只有这样,才能准确地体现作者的创作意图,更为真实地反映客观实际,从而准确、鲜明、生动地抒发稿件情感,圆满地传播自己所要表达的内容。

二、备稿的含义

备稿主要有两个方面的含义:一是指广义备稿;二是指狭义备稿。

(一) 广义备稿

广义上的备稿主要是指播音员、主持人的生活阅历、思想觉悟、道德标准、审美情趣、新闻敏感、政策水平、文化底蕴、专业素养等方面的综合素质。简言之,就是平时不断地学习和积累。

播音主持不是个人的随意活动,播音是播音员、主持人在话筒前有声语言的创作活动,但绝不是个人随意的言语活动。播音员、主持人必须忠实、准确地反映稿件的精神实质,鲜明、生动地传达稿件的思想感情,才能圆满完成播音任务,实现稿件的播出目的。稿件是作者对于生活的认识和提炼,是作者的“一度创作”。播音作品是播音员、主持人基于对生活的理解,把稿件的文字符号转化为可以直接感觉到的以情动人的声音符号的“二度创作”。

(二) 狭义备稿

狭义上的备稿是指在播出一篇稿件前的具体准备。由于每个人对稿件的理解、分析不同,呈现出来的表达也会不尽相同,但主要的方法却是大同小异的。在准备稿件的过程中,总体上可以概括为六个步骤,简称“备稿六步”,分别是划分层次、概括主题、联系背景、明确目的、找出重点、确定基调(其中确定基调最为重要,之后依次倒推)。

1. 划分层次

所谓层次,是指文章思想内容的表现次序,即稿件的布局 and 结构。拿到稿件后,先看它按什么序列完成的,弄清楚稿件的布局结构。对稿件的句、段进行整理,即归并和划分。

2. 概括主题

所谓主题,是指作者通过文章的全部材料和表现形式所表达出来的基本思想,或者说主要事实中包含的思想含义,即“中心思想”。概括主题,既要揭示出深刻的思想含义,又要有利于调动播讲人的思想感情。

3. 联系背景

联系背景包括两个方面:一是指和稿件有关的党和政府的路线、方

针、政策等；二是指国际、国内各方面的现实情况及其变化。前者为“上情”，后者为“下情”。下情里还有“主流”和“支流”之分。

4. 明确目的

知道了针对什么而发的稿件后，还要进一步明确通过播出达到什么宣传目的。目的是稿件作者意图的升华，而我们要明确的目的，就是指播音员、主持人的播出目的，即稿件播出后要达到的社会效果。

5. 找出重点

所谓重点，是指主要的或重要的一个或者几个部分，即直接表现主题、体现目的、抒发感情、感染受众的部分。重点一般有两种存在形式：一种是集中；另一种是分散。

6. 确定基调

所谓基调，是指主要观点、基本思想、风格和感情等，即稿件总的感情色彩和分量，播音时总的态度倾向。它不是指某一句或某一段的感情色彩和分量，也不是指播音时声音的高低。

狭义备稿的前四个步骤都是为后两个步骤找出重点和确定基调做准备和铺垫的，在具体的练习中，我们要深刻地体会这点。

三、示例及示例分析

◎ 示例

朋友即将远行。

暮春时节，又邀了几位朋友在家小聚，虽然都是极熟的朋友，却是终年难得一见，偶尔电话里相遇，也无非是几句寻常话。一锅小米稀饭，一碟大头菜，一盘自家酿制的泡菜，一只巷口买回的烤鸭，简简单单，不像请客，倒像家人团聚。

其实，友情也好，爱情也好，久而久之都会转化为亲情。

说也奇怪，和新朋友会谈文学、谈哲学、谈人生道理等，和老朋友却只话家常，柴米油盐，细细碎碎，种种琐事。很多时候，心灵的契合已经不需要太多的言语来表达。

朋友新烫了个头，不敢回家见母亲，恐怕惊骇了老人家，却欢天喜地来见我们，老朋友颇能以一种趣味性的眼光欣赏这个改变。

年少的时候,我们差不多都在为别人而活,为苦口婆心的父母活,为循循善诱的师长活,为许多观念、许多传统的约束力而活。年岁逐增,渐渐挣脱外在的限制与束缚,开始懂得为自己活,照自己的方式做一些自己喜欢的事,不在乎别人的批评意见,不在乎别人的诋毁流言,只在乎那一份随心所欲的舒坦自然。偶尔,也能够纵容自己放浪一下,并且有一种恶作剧的窃喜。

就让生命顺其自然,水到渠成吧,犹如窗前的乌桕,自生自落之间,自有一份圆融丰满的喜悦。春雨轻轻落着,没有诗,没有酒,有的只是一份相知相属的自在自得。

夜色在笑语中渐渐沉落,朋友起身告辞,没有挽留,没有送别,甚至也没有问归期。

已经过了大喜大悲的岁月,已经过了伤感流泪的年华,知道了聚散原来是这样的自然和顺理成章,懂得这点,便懂得珍惜每一次相聚的温馨,离别便也欢喜。

——节选自(台湾)杏林子《朋友和其他》

示例分析

1. 层次

全文共9个自然段,可分为四个大层次。

第一层:1—2自然段

朋友离行前的相聚,感觉就像是家人团聚一样的温馨。

第二层:3—5自然段

与真正的朋友之间的默契与亲密。

第三层:6自然段

年少到年长的心理变化。

第四层:7—9自然段

人生之中的各种经历让我们心智也逐渐成熟,面对别离,更懂得珍惜。

2. 主题

通过与朋友的相聚、谈心,感到友谊的珍贵;从年少到年长的心态变化,让我们明白生命的悲欢离合,懂得珍惜,不留遗憾。

3. 背景

上情:告诉人们在生活之中去珍惜拥有的幸福和相聚时的美好时光。

下情:主流:简单相聚、享受欢乐,用一种积极的态度面对生活,感受幸福和美好。支流:有一些人总是抱怨生活,不懂得满足,当幸福和机遇来临时也不知道珍惜和把握。

4. 目的

倡导人们用一种正确的心态面对生活,感受周围一切美好的事物。

5. 重点

第3、4、7自然段。

6. 基调

轻松平和、自然、深情。

第二节 感之于外,受之于心——具体感受

感之于外,指不仅能感到文字或语言的存在,而且能透过语言符号感受到其所代表的具体的客观事物的存在。受之于心,就是指客观事物对播音员直接或间接刺激所产生的内心反应。具体来说,感受分为形象感受和逻辑感受。

一、形象感受

播音员、主持人对稿件的感受,首先取决于稿件文字的形象性。没有形象感受,就不会赋予稿件内容具体、丰富的色彩,就不会有真切生动的形象产生。它是播音员、主持人表达思想感情、感染受众的基础。播音员、主持人从稿件的文字语言及其中包含的形象中,可以看到、听到、嗅到、尝到、触到文字符号代表的种种客观事物,也可以知道时间发展、空间移动、事物运动等。由此我们可以看出,形象感受包括了视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉、空间知觉、运动知觉、时间知觉等。

在形象感受中,实词对具体生动的感性形象具有直接作用。其中,视觉感受注重人内心的视像感,要历历在目地浮现于眼前;听觉感受,则

是文字语言所描述的声音,刺激了我们的听觉器官,这种间接刺激引起了听觉的想象;嗅觉感受通常指可闻与不可闻的两种状态;味觉感受通常指酸、甜、苦、辣、咸对味觉器官的刺激;触觉感受也就是时空感,主要是现实和回忆。

二、逻辑感受

没有逻辑感受,就不能掌握稿件清晰的脉络,就不会抓住起、承、转、合的变化。

1. 主要表现

(1) 揭示语句的目的和它的本质含义(内在含义)。

(2) 理清语言的链条(句与句之间、层次与层次之间转折、并列、对比等关系)。

2. 主要感受

(1) 主次感:强调重要的,是从宏观角度看。

(2) 递进感:环环相扣,层层推进。

(3) 并列感:句与句之间处于同等重要的地位(多出现在新闻中)。

(4) 承接感:关联词很明确(因果关系)。

(5) 转折感:事物发展方向突然变化。

(6) 对比感:事物发展不同属性的陈列(在起、承、转、合中对比感属于转)。

三、示例及示例分析

◎ 示例

很久以前,在一个漆黑的秋天的夜晚,我泛舟在西伯利亚一条阴森森的河上。船到一个转弯处,只见前面黑黢黢的山峰下面一星火光蓦地一闪。

火光又明又亮,好像就在眼前……

“好啦,谢天谢地!”我高兴地说,“马上就到过夜的地方啦!”

船夫扭头朝身后的火光望了一眼,又不以为然地划起桨来。

“远着呢!”

我不相信他的话,因为火光冲破朦胧的夜色,明明在那儿闪烁。不

过船夫是对的,事实上,火光的确还远着呢。

这些黑夜的火光的特点是:驱散黑暗,闪闪发亮,近在眼前,令人神往。乍一看,再划几下就到了……其实却还远着呢!……

我们在漆黑如墨的河上又划了很久。一个个峡谷和悬崖,迎面驶来,又向后移去,仿佛消失在茫茫的远方,而火光却依然停在前头,闪闪发亮,令人神往——依然是这么近,又依然是那么远……

现在,无论是这条被悬崖峭壁的阴影笼罩的漆黑的河流,还是那一星明亮的火光,都经常浮现在我的脑际,在这以前和在这以后,曾有许多火光,似乎近在咫尺,不只使我一人心驰神往。可是生活之河却仍然在那阴森森的两岸之间流着,而火光也依旧非常遥远。因此,必须加劲划桨……

然而,火光啊……毕竟……毕竟就在前头!

——节选自[俄]柯罗连科《火光》,张铁夫译

示例分析

从形象感受上分析,整篇文章里面涉及视觉、听觉,时间和空间知觉还有运动知觉的感受力。例如:“漆黑”“一星火光”“明亮”“闪烁”“闪闪发亮”“这么近……那么远”……通过黑夜之中看到的火光,营造一种忽明忽暗的闪烁感。伴随着火光一直存在的这一系列描写,在具体的播音中要注意感受内心的感觉变化,出现的景物、听见的声响都要置身于其中去感受。

从逻辑感受上说,“火光又明又亮,好像就在眼前……”体现出递进关系,表示火光离我们已经不远;“远着呢”又出现转折,火光并不像想象的那样近;“我不相信……因为火光……”又表现为因果关系的连接,因为自己明明看到了火光,所以不相信船夫的话;“依然是这么近,又依然是那么远……”并列句的运用体现出远近好像都一样的感觉,摸不透的火光。一系列的逻辑感受,帮助我们在分析文章时能及时地理清头绪,分清主次、递进、并列、承接、转折、对比的关系,利于具体的表达。

四、练习材料

设若单单是有阳光,那也算不了出奇。请闭上眼睛想:一个老城,有山有水,全在天底下晒着阳光,暖和安适地睡着,只等春风来把它们唤

醒,这是不是理想的境界?

小山整把济南围了个圈儿,只有北边缺着点口儿。这一圈小山在冬天特别可爱,好像是把济南放在一个小摇篮里,它们安静不动地低声地说:“你们放心吧,这儿准保暖和。”济南的人们在冬天是面上含笑的。他们一看那些小山,心中便觉得有了着落,有了依靠。他们由天上看到山上,便不知不觉地想起:明天也许就是春天了吧?这样的温暖,今天夜里山草也许就绿起来了吧?就是这点儿幻想不能一时实现,他们也并不着急,因为有这样慈善的冬天,干啥还希望别的呢!

——节选自老舍《济南的冬天》

天空的霞光渐渐地淡下去了,深红的颜色变成了绯红,绯红又变为浅红。最后,当这一切红光都消失了的时候,那突然显得高而远的天空,则呈现出一片肃穆的神色。最早出现的启明星,在这蓝色的天幕上闪烁起来了。它是那么大,那么亮,整个广漠的天幕上只有它在那里放射着令人注目的光辉,活像一盏悬挂在高空的明灯。

夜色加浓,苍空中的“明灯”越来越多了。而城市各处的真的灯火也次第亮了起来,尤其是围绕在海港周围山坡上的那一片灯光,从半空倒映在乌蓝的海面上,随着波浪,晃动着,闪烁着,像一串流动着的珍珠,和那一片片密布在苍穹里的星斗互相辉映,煞是好看。

——节选自峻青《海滨仲夏夜》

第二章 播音主持的技巧

第一节 播音员、主持人感觉对象的存在与反应对象感

一、对象感的形成

广播电视语言的传播,不能是自言自语,也不能对空宣传,更不能自我欣赏,传播和宣传需要与对象交流。播音员、主持人在“目中无人”的工作环境中(演播室)一定要做到“心中有人”。

斯坦尼斯拉夫斯基说得很好:“没有对象,这些话就不可能说得使自己和听的人都相信有说出的实际必要。”要获得对象感,努力做到“心中有人”。从中我们需要把握媒体节目的特点,把握受众的情况,同时还要把握播音员、主持人与受众之间的关系,从而努力获得对象感。

二、什么是对象感

所谓对象感,是指播音与主持过程中意识到对象的存在并与之进行交流、呼应的一种感受。播音员、主持人在播音时,面前一般是没有实在的传播对象的,要让传播对象始终在脑海里浮现着,好像和他们面对面地说话一样。不仅意识到对象的存在,而且还要意识到他们的“反应”,与之进行思想感情上的交流和呼应。既“存在”又“交流”,这就是对象感。

对象感,指的就是播音员与主持人必须设想和感觉到对象的存在和对象的反应,必须从感觉上意识到受众的心理、要求、愿望、情绪等,并由此来调动自己的思想感情,使之处于运动状态。对象感,是播音员与主持人用来使思想感情处于运动状态的一种手段、一种途径,属于联想、想象中的感觉。

播音员、主持人所有的行动或思考都是为了“作为目标的人”。在实际的播音或者主持之中,应该时时处处都感觉到受众的存在、反应,如

欢喜、悲伤、兴奋……受众的各种反应往往会引起传播者更饱满的感情，传播者与受众之间便形成了互相激励、鼓舞的“默契”，只有具体的对象感才会对播音员、主持人产生积极的作用。

三、对象感的作用

- (1) 影响播讲愿望；
- (2) 影响思想感情的运动状态；
- (3) 影响播音的亲切感；
- (4) 影响表达方式。

四、如何寻找对象感

对于初学播音与主持艺术的同学来说，需要尽可能多地熟知各种对象。首先应该从我们最了解、极熟悉的人做起，一想起他们，音容笑貌，举止神态都时时可感、历历在目；然后扩大到生活的其他领域，了解各类对象，以便更迅捷、实在地感觉到：播到这里，他们会这样反应；播到那里，他们又会那样反应……

播音员、主持人为了适应广播电视传播的需要，必须尽量扩大生活的领域，并且深入生活，“了解各种人，熟悉各种人，了解各种事情，熟悉各种事情”，同更多的人交知心朋友。有的播音员、主持人生活圈子狭小，既不注意观察，更不注意积累，设想具体对象时总是千人一面、千人一心，因此，播音与主持受到很大的局限。

我们播送的内容涉及各行各业，涉及各个阶层，就某一篇稿件、某一个特定栏目，我们设想的具体对象应该是稳定的、统一的。具体对象的稳定，毫不排斥我们设想的具体对象以外的人收听或收看。同样的稿件、同样的节目，不同的播音员、主持人完全可以设想出不同的具体对象。对初学者来说，对象感的训练不应强求一律。我们需要做到：

- (1) 保持一种平等的关系；
- (2) 从目中无人到心中有人；
- (3) 想人之所想，急人之所急；
- (4) 所设想的对象应该是稳定统一的；
- (5) 处理人物语言时，应该有针对性。

五、示例及示例分析

◎ 示例

一天,爸爸下班回到家已经很晚了,他很累也有点儿烦,他发现五岁的儿子靠在门旁正等着他。

“爸,我可以问您一个问题吗?”

“什么问题?”“爸,您一小时可以赚多少钱?”“这与你无关,你为什么问这个问题?”父亲生气地说。

“我只是想知道,请告诉我,您一小时赚多少钱?”小孩儿哀求道。“假如你一定要知道的话,我一小时赚二十美金。”

“哦,”小孩儿低下了头,接着又说,“爸,可以借我十美金吗?”父亲发怒了:“如果你只是要借钱去买毫无意义的玩具的话,给我回到你的房间睡觉去。好好想想为什么你会那么自私。我每天辛苦工作,没时间和你玩儿小孩子的游戏。”

小孩儿默默地回到自己的房间关上门。

父亲坐下来还在生气。后来,他平静下来了。心想他可能对孩子太凶了——或许孩子真的很想买什么东西,再说他平时很少要过钱。

父亲走进孩子的房间:“你睡了吗?”“爸,还没有,我还醒着。”孩子回答。

“我刚才可能对你太凶了,”父亲说,“我不应该发那么大的火儿——这是你要的十美金。”“爸,谢谢您!”孩子高兴地 from 枕头下拿出一些被弄皱的钞票,慢慢地数着。

“为什么你已经有钱了还要?”父亲不解地问。

“因为原来不够,但现在凑够了。”孩子回答:“爸,我现在有二十美金了,我可以向您买一个小时的时间吗?明天请早一点儿回家——我想和您一起吃晚餐。”

——节选自唐继柳编译《二十美金的价值》

示例分析

1. 层次

第一层:第1自然段

小孩儿在家等爸爸回家。

第二层:第2—5自然段

小孩儿向爸爸要钱却被拒绝。

第三层:第6—7自然段

父亲平静下来细细思索。

第四层:第8—11自然段

通过交谈父亲明白了孩子的用意。

2. 主题

父母与孩子之间心与心的交流,值得深思。

3. 背景

上情:父亲与孩子的对话,可以看出孩子很期盼爸爸能多留一些时间给自己。

下情:主流:一些家长在自己工作忙碌之余仍不忘陪伴小孩儿,关心他们的健康与成长。支流:少部分家长只顾自己的事业,忽视对小孩儿的教育。

4. 目的

呼吁家长们不要在自己忙碌的工作中忽略了对孩子的关心和教育,随时与小孩儿的交流和沟通是十分必要的。

5. 重点

第3、4、7、11自然段。

6. 基调

明快、亲切、诚恳、自然。

此稿在播讲过程中,要特别注意父子之间的对话感。由于全文的对话形式很多,而且紧密相连,因此,必须分析和理解每个对白之中的内容,设想父亲和孩子交流时的情境,从而去寻找相应的对象感。

一些播音员、主持人在对白之中很容易把引号内外的内容播得含混不清,因此就不能给受众很直接的对话感觉,在实际操作时,一定要注意这一点。例如:“爸,可以借我十美金吗?”到“父亲发怒了……”这里的语气转换十分明显。“为什么你已经有钱了还要?”父亲的疑惑油然而生,直到孩子的回答表明了一切。这些都是在播讲之中需要注意的细