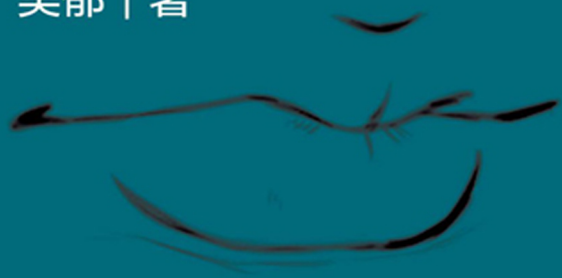


HOST  
LANGUAGE  
SKILLS

主持人  
语言表达  
技巧

（第三版）

吴郁 | 著



中国广播影视出版社

播音主持艺术技巧丛书

# 主持人语言表达技巧

(第三版)

吴 郁 著

中国广播影视出版社

## 图书在版编目 (C I P) 数据

主持人语言表达技巧 / 吴郁著. --3 版. -- 北京:  
中国广播影视出版社, 2020. 9  
ISBN 978-7-5043-8482-9

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

中国版本图书馆CIP数据核字(2020)第142228号

## 主持人语言表达技巧 (第三版)

吴郁 著

---

责任编辑 黄月蛟  
封面设计 智达设计  
责任校对 张哲

---

出版发行 中国广播影视出版社  
电 话 010-86093580 010-86093583  
社 址 北京市西城区真武庙二条9号  
邮 编 100045  
网 址 www.crtpt.com.cn  
电子信箱 crtpt8@sina.com

---

经 销 全国各地新华书店  
印 刷 三河市人民印务有限公司

---

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16  
字 数 314 (千) 字  
印 张 18.5  
版 次 2020 年 9 月第 3 版 2020 年 9 月第 1 次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-5043-8482-9  
定 价 58.00 元

---

( 版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换 )

# 目 录 CONTENTS

- 第一章 主持人节目与节目主持人 / 001
  - 第一节 主持人节目 / 001
  - 第二节 节目主持人 / 012
  
- 第二章 主持人的语言活动 / 020
  - 第一节 主持人的主持职责与功能 / 020
  - 第二节 主持人的语言功力 / 023
  - 第三节 主持人的语境与话语策略 / 028
  - 第四节 主持人的语用特点 / 032
  
- 第三章 主持人语言表达的基本功（上） / 051
  - 第一节 主持人必须说好普通话 / 051
  - 第二节 普通话语音知识之一——声母 / 057
  - 第三节 普通话语音知识之二——韵母 / 063
  - 第四节 普通话语音知识之三——声调 / 069
  - 第五节 普通话语音知识之四——语流音变 / 073
  
- 第四章 主持人语言表达的基本功（中） / 079
  - 第一节 气息控制 / 079
  - 第二节 口腔控制 / 088
  - 第三节 吐字归音 / 094
  - 第四节 声音的运用技巧和嗓音保护 / 097

第五章 主持人语言表达的基本功（下） / 109

第一节 停连 / 110

第二节 重音 / 121

第三节 语气和节奏 / 131

第六章 主持人语言“表述”特点 / 150

第一节 主持人语言“表述”的着力点 / 150

第二节 主持人语言表述的平易性、形象性 / 156

第三节 主持人语言表述的沟通性、服务性 / 161

第四节 主持人语言表述的创造性、个性化 / 170

第七章 主持人的“能说” / 184

第一节 何谓“能说” / 184

第二节 叙事功能中的“能说” / 186

第三节 控场功能中的“能说” / 196

第八章 主持人的“善问” / 208

第一节 “善问”需“有备而来” / 209

第二节 “善问”需“及时跟进” / 218

第三节 “善问”需要铺垫与策略 / 239

第九章 主持人的“会议论” / 244

第一节 主持人议论的一般性特点 / 245

第二节 主持人议论的个性化 / 250

附录一 我看“说新闻” / 272

附录二 主播是谁·谁来做主播 / 281

再版后记 / 287

第三版后记 / 289

## 第一节 主持人节目

### 一、主持人节目发展的社会背景

主持人节目的出现和兴起，无论在西方还是东方，无论在 20 世纪 50 年代的美国和欧洲，还是在 80 年代的中国大陆，其根本原因都是社会的进步和发展，我国主持人节目的兴起和发展，主要有以下三个方面的原因：

1. 最根本、最重要的，莫过于党的改革开放政策带来的思想解放和经济腾飞

十一届三中全会以后，党的改革开放政策带来了思想解放、经济腾飞、科技发展的生机勃勃的局面。社会的进步带动了广播电视事业的发展，也引起传播观念的变化，并为主持人节目在中国大陆的兴起提供了较为成熟的社会、经济的大背景，以及传播理念变革的理论基础。这样的大环境，既对广播电视传播改革提出了挑战，更提供了节目改革和发展的极好机遇。

2. 广播电视改革的深入发展

30 多年来，我国的广播电视传播发生了可喜的变化，这些变化波及和带动了广播电视传播的各个层面，从传播观念到传播手段，从指导思想到具体的节目制作。比如传播功能的多样化，过去我们的广播电视传播功能较为单一，只是突出其宣传功能、教育功能，现在则注意适应社会主义市场经济，适应大众需求，走与人民群众密切联系的新路，同时发挥曾被冷落和忽视的舆论监督、信息服务、娱乐欣赏等多种功能；又如广播电视节目从内容到形式提倡“三贴近”，即贴近实际、贴近生活、贴近群众；传播方式上，吸引受众参与，节目形态也有了前所未有的创新和发

展,充分发挥直播、互动、“人际交往”在现代广播电视传播中即时的、双向乃至多向沟通的作用,赋予大众传播“人情味”的亲切、新颖、多元的色彩。

3. 科学技术的进步与革命,使现代传播观念有了得以转化为现实的物质和技术保证

信息传播技术的进步带来媒体形态的巨大变革,推动信息传播质的飞跃和提升。在5G时代,以5G技术为核心的新一代移动通信技术将推动媒体传播内容和方式的变革,各个领域的资源将持续深度整合,逐渐改变着的媒介环境给主持人提出了新的课题。5G时代,机遇与挑战并存。主持人面临着多平台表达、多形态跨界、多角色互动等问题,也面临着语言的规范性难以管控、被关注度逐渐降低、话语权面临冲击等问题。主持人对新技术的认知和利用程度,影响着主持人传播理念和传播实践的创新程度和力度。

正是在这样的社会科技背景下,立足于建设有中国特色社会主义广播电视事业的根本任务,放眼世界和未来,借鉴国外主持人节目的发展,我国的主持人节目与节目主持人,应运而生,并且大踏步地走到听众和观众面前,因而也成为广播电视改革的重要标志和成果。

## 二、主持人节目的界定

据老广播人回忆,在新中国成立前及新中国成立初期我国曾出现过主持人节目。新中国成立前国民党设在南京的所谓“中央广播电台”的儿童节目,就由专门固定的人员组织制作和播出节目,他们一般不参与其他节目的制作和播出。那时在上海还曾有以个人名字命名的广播节目叫《冯秋萍结毛线》,类似现在的生活服务节目。新中国成立后,在个别城市的广播电台也曾有过类似的以个人名字命名的节目,都可以看作是中国的主持人节目的最早的尝试和实践。当然,那时并没有“主持人节目”这样的概念,而且也都不成气候。因为正如上文所说,那时无无论政治、经济和科技条件都有很多局限,根本不具备发展主持人节目的社会条件和环境。

在我国社会进步和发展的前提下,终于迎来了主持人节目大发展的春天。1980年7月12日中央电视台《观察与思考》栏目记者庞啸在报道时曾尝试着打出“主持人”字样,不过因条件尚不成熟,没有延续。时隔半年,1981年元旦,中央人民广播电台对台湾广播设立了由徐曼主持的《空中之友》节目,开创了人民广播电台主持人节目的先河。1981年7月到11月,中央电视台在每周一场的《中学生智力

竞赛》节目中，由赵忠祥担任主持人，共播出了13场。1983年元旦，沈力任主持人和节目负责人的《为您服务》栏目开播，终于迎来了中国人民广播电视事业中主持人节目的大发展。

20世纪80年代初期，主持人节目这种形式一出现，就得到听、观众的关注和喜爱，更为节目制作者所青睐。一时间主持人节目天南海北在广播电视中迅速铺开：从广播到电视；从中央到地方省、市台，甚至县级台、企业台；从较易于操作的服务性节目到相对复杂一些的综艺类节目。到90年代初，十分严谨的新闻类节目也都纷纷采用了主持人节目形式。

主持人节目在我国的发展速度可以用“迅猛”二字来形容，许多广播电视节目纷纷打出“主持人节目”的旗号，出声露面的传播者则冠以“主持人”的头衔，并告诉听、观众“我是×××，这次节目由我来为您主持”。毋庸讳言，我们听到、看到的主持人节目及主持人在水准上有相当大的差异，必须承认，主持人节目的发展是不平衡的，一段时间内对主持人节目本质特征的认识是模糊的。当时，理论研究者对主持人节目的界定上存在争论，有的从节目形式角度强调“第一人称”“固定栏目”，有的从语言样态上强调“谈话体”，有的要求主持人“采、编、播、控”合一，有的强调主持人在节目中的地位和作用；而主持人节目的实践者对此也莫衷一是，但是他们不管理论的争论，按自己的认识和受众的实际需要做节目。

“实践是检验真理的唯一标准。”主持人节目经过十几年的发展，无论节目制作者，还是广大受众，抑或理论研究者通过对实践和理论的思索，能够在一些基本问题上达成共识。从20世纪80年代初主持人节目在中国本土兴起，至90年代末，显然，在一定的发展阶段上为主持人节目做出界定的时机业已成熟，这对于主持人节目的健康发展、主持人队伍的成长，都有积极的、导向性的实践意义和理论意义。1999年9月，中国广播电视学会组织有关专家学者和第一线的主持人代表共同研究，针对实践中主持人业务与播音员、记者业务的交叉，提出了主持人节目的四点特征：

- 一是传播者在节目中以主持人身份出现；
- 二是体现出主持人在节目中的主导作用；
- 三是语言表达方式以谈话体为主；
- 四是具有直接的话语交流情态。

从一定意义上说，当时的这一界定直接服务于主持作品的评选工作。第一点强调了该类节目必须设置主持人，不过它有某些模糊度，看似严谨实则宽泛，因为有

些人仅仅是“口头上”的主持人（至今仍有这种情况存在）；第三点是从语言样态的角度概括主持人节目的表层特征；第四点实则是为了区分到底是主持人还是记者，因为这一点在主持人发展初期并不明确，现在早已有了记者型主持人，这是后话。而恰恰是第三点，它强调了主持人节目的本质特征——在节目中的主导作用。这一点的明确最有界定价值和发展价值，因为它抓住了主持人节目“牵一发而动全身”的根本所在，反映了主持人节目区别于非主持人节目的本质特征，因而它也经得起时间和实践的考验。

实际上，我国第一个电视主持人栏目《为您服务》的主持人沈力，当时她首先是栏目的负责人（相当于现在的制片人），她对自己的职业生涯有一篇《四十年探寻》的精彩回顾，她说：“我从前期策划、制订方针、探索形式，到平时和大家一起商定选题、审定稿件、参与采访、撰写串词，直到版面编排、后期合成，可以说我参与了栏目的整个过程。”<sup>①</sup> 足见这第一个固定的主持人栏目的起点是很高的，把握了主持人在节目中的主导作用这一肯綮，从理念到实际操作都符合主持人节目的根本特征。

随着主持人节目形态的多样化发展，特别是直播型、专访型、谈话型、真人秀等节目形态的广泛运用，依据既定稿件单纯“串联式”的主持已不能很好适应工作的需要，也难以在节目中真正起到主导作用。主持人要实现现在节目中的主导和掌控作用，关键在于主持人能否称得起是节目的“主人”“灵魂”，这个关键点突出体现在主持人对节目的介入深度和制作播出过程中的实际作用。有的主持人与节目处在“隔膜”状态，“铁路警察各管一段”，只是在最后阶段来“出声露脸”；有的主持人只有“浅层次参与”，即主持人在策划、采、编的过程中较为被动，提不出有价值的见解或建议，比较典型的被戏称为“话筒架子”——完全依赖别人拟定的问题出境采访或背词串联。虽然这样的人也是以主持人身份出现，虽然他也运用谈话体的口吻，但是，唯独缺少对节目真正的投入、深刻的理解和整体的把握。实际上，只有能够深层次参与的主持人在节目中才能够处于主创地位，发挥不可替代的作用，也才可能是节目具备竞争力的核心要素。据此，我们有理由说，主持人只有在节目中真正起到主导作用，这才是主持人的本质特征。因此，1999年描述为“四个特征”的这个界定，是主持人节目操作的下限，它不应成为主持人节目发展的框框。

<sup>①</sup> 中央电视台研究室、主持人节目研究委员会编：《中国荧屏第一人——沈力》，中国广播电视出版社，1999。

主持人在节目中有“深层次介入”这种工作状态和工作机制，应该说是我国节目主持人能够达到的理想的工作状态，因为它符合中国国情，符合广播电视主持人节目深入发展的实际需要，我们也已经有了具备主导节目进程的众多优秀主持人，有了热爱主持人工作同时有多方面能力的后备军，套句俗话，只有如此，在主持人节目方面方能“与国际接轨”。

### 三、主持人节目的传播特色

#### 1. 个性化

在改革开放的新时期，人们获取信息的渠道增多，思维活跃，视野开阔，越来越厌烦人云亦云的东西。何况进入 21 世纪以来传媒事业大发展，平面媒体、电子媒体、新媒体，谁都不甘落后，传播内容五花八门，传播方式层出不穷，无不使出浑身解数来吸引受众的耳朵和眼球。但是我们也不必讳言，传播内容与形式的同质化仍很严重。个性化传播是必然趋势，是战胜同质化的重要战略。

从广播电视发展史角度看，节目主持人是广播电视媒体传播者队伍中的新成员，是最具亲和力的传播者，职业的分工要求主持人以淡化了官方色彩、媒体色彩，而颇具“个性化”特色的形象出现。作为媒介向大众进行传播的中介人物，主持人与受众之间有两大亮点：一是“朋友式”的传播身份；一是“平等”的传授关系。主持人从出现到现在，一直受到人们相当多的关注和喜爱，是一支十分活跃的力量。他们以个性化的视角和个性化的叙述方式进行传播，因此，给予听（观）众十分贴近的人情味和吸引力，优秀的主持人栏目及其主持人更使主持人节目传播具有品牌的魅力和效应。

不过必须强调的是，主持人的个性化传播是指主持人的创作个性，个性化是相对于一般化而言的，个性化并非传播目的，而是优化传播的手段。个性化不等于“个人化”，它首先是对栏目个性风格及传播对象的认识和遵从，并必须符合社会主流的价值取向，主持人的个性风格必须与栏目融为一体，为受众认可接受。以“怪异”“另类”为个性，“为个性而个性”，恣意妄为、孤芳自赏的“与众不同”，是不会被受众承认的，这也正是主持人的个性化与个人化的本质区别。

#### 2. 人格化

主持人在节目中的介入深度和作用决定了主持人节目传播的人格化特色。一方面，主持人与具体的栏目都有着紧密而稳定的关系，而且大多直接参与节目的前期

策划和制作，与社会生活和听、观众有密切联系，了解社情、民情，同时能够自觉地从听、观众的认识与需求出发，在节目选题、策划创意等方面提出自己的见解，因而使传播更具真实性和主动性；另一方面，主持人节目形态丰富多样，主持人起主导作用的直播节目或互动交流的节目形态越来越多，实际上赋予了主持人在传播中一定的话语权和较多的创作天地，因此，主持人往往成为栏目的品牌形象。

在人们的认知活动中，随着认知的深入，认知客体的人格特质必然成为印象形成的决定因素，受众在接受信息的同时必然会关注传播者的表现和情感。主持人节目的传播方式提供了主持人个性化传播的舞台，一些个性鲜明的主持人脱颖而出，家喻户晓，人们在接受他们传播的信息的同时也接纳了他们，喜欢上了他们。在这种情况下，假以时日，从节目的选题、立意，主持人的观点、角度以及主持人的语言、情感中不难看出该主持人的思想、道德，体察到主持人的文化品位和感情格调，加之主持人对嘉宾和听、观众的态度及行为举止，都会使受众对“这一位”主持人的价值取向、道德观念、人文素养、学识功底、思维方式、表达特点、语言习惯、兴趣爱好、审美情趣乃至脾气禀性有较多的了解，一句话，受众透过主持人节目对主持人的人格内涵（性格、气质、能力、道德品质等特征的总和）能够有较清晰的认识和评价。于是，观众会因为对某位主持人的信赖和喜爱而钟情于其所主持的节目。这样的人格化传播自然具有很强的影响力和引导作用。

### 3. 人际性

主持人节目传播方式方面的“人际性”主要体现在两个方面：一方面指主持人大多采用“拟态”的人际传播，即使面前没有实在的交流对象，也格外注重营造人际交流的拟态语境，运用谈话语体和富于交流感的语言样态进行传播；另一方面主持人节目把“面对面”的“人际传播”特色引入了大众传播，在主持人节目中，传受双方在一定程度上具有直接交流、即时反馈的交互传播模式的特点。非主持人节目中，受众除了接受信息外，很难进行人与人之间直接的交流，主持人节目开通“热线”、建立短信及网络平台，特别是“现场观众参与讨论”等形式，为广播电视传播中的人际交往创造了条件，提供了环境，传受双方有了真正的交流和即时的反馈，区别只在于人际传播的内容同时进入了以公开性和广泛性为特点的大众传播。然而这的确是传播模式上的一种突破，哪怕这种突破仍应纳入大众传播的轨道，但正是这种“人际性”使得大众传播的“单向传播”模式有了“交互传播”的特色，双向沟通的作用。正如美国传播学者沃纳丁·赛弗林和小詹姆斯·W 坦卡特在《传

播学的起源、研究与应用》中所言：“最有效的传播节目往往是大众传播与人际传播的结合。”<sup>①</sup>

在现代传播中，主持人不仅重视传播的目的，同时注重受众的需求、受众的接受能力和习惯，寓“引导”于“服务”之中，在服务中实现传播目的，从而使传播更易于被广大听、观众接受，也更为有效地缩短了传受双方的心理距离，增强了传播的亲切感和沟通性，优化了传播效果。

#### 4. 互动性

在主持人节目中“受众参与”程度加深。过去的传播理论虽然也重视受众的参与，不过那时主要关注受众接受媒介传播时调动想象和情感的介入程度，强调的是“心理参与”和“现场参与感”，显然都徘徊在一种参与的“感觉”上。社会发展到今天，听、观众收看电视节目时，这种“心理参与”和“现场参与感”虽然还都是需要的，也都存在着，但仅仅是这些就不够了，听、观众要求“深度参与”，除了节目播出后打电话、写信、发电子邮件表达自己对节目的意愿外，更希望直接参与到节目的制作播出中来，以“传者”和“受传者”的双重身份出现在节目中。于是，传播者也积极运用“受众参与”改进和丰富节目传播方式，使受传者在传播中获得平等感并产生更多的能动性。

在互动型的主持人节目当中，受众能够与主持人或其他节目参与者进行直接的交流，他们是节目的重要“构件”，有时甚至是节目的主体（如各类真人秀）。主持人节目中的这种互动性和参与性，使受众在传播中享有一定的表达权和很大的表现空间，从而在很大程度上改变了受众只有决定是“中断”还是“继续”接收节目那种实际上的被动地位。受众在主持人节目中能动地、平等地参与，极大地焕发了他们对媒体的热情，有一种“这是我们自己的节目”的亲近感，乃至“实现自己梦想”的憧憬，于是激发了进一步的参与，因而从整体上促进了主持人节目收视率的提高。

## 四、主持人节目的主要节目形态

“节目形态”与“节目类型”是两个紧密相关又有所区别的概念。节目类型是从节目的内容、功能、对象角度对广播电视节目进行划分的，如新闻类、社教类、

---

<sup>①</sup> [美] 沃纳丁·赛弗林、小詹姆斯·W 坦卡特：《传播学的起源、研究与应用》，陈韵昭译，福建人民出版社，1985。

综艺类、体育类，之下还可有进一步细化的分类，如少儿类、老年类、妇女类、财经类、法治类、军事类、农业类、生活类等。节目形态，则指节目的主要构成形式、方式及播出的状态，它涉及节目外部形状特征和表现方式，主要指向节目的参与者、节目环境、节目环节、结构方式方面的特点及播出的相对稳定的状态。节目形态是处于电视节目类型之下而略高于节目个体的，偏重节目样式方面、操作方面的概念。

在广播电视节目传播中，一方面，各具特色又有一定模式的节目形态，可以灵活地运用在各种不同类型的节目当中，如谈话或专访的节目形态，新闻类节目会用，综艺类节目、青年节目、老年节目、体育节目都可能采用。另一方面，不管属于哪种类型的主持人节目，其采用的节目形态多种多样，并不断有新的形态或交叉的形态出现。之所以要讨论节目形态，皆因为不同的节目形态，主持人的功能也有所区别。

从主持人在节目中的主持功能的角度看，当前主持人节目使用频率较高的节目形态主要有：杂志型、专访型、谈话型、热线服务型、晚会型、游戏娱乐型、竞猜益智型、“真人秀”等；同时，这些节目形态还存在受众参与型和非参与型，以及直播型和录播型的区别。

**杂志型节目形态。**这是在固定的栏目时间，采用杂志组合编排的方式，把若干不同内容、不同体裁、不同形式的节目单元（或称小栏目、子栏目）加以组合，由节目主持人把它们串联成一个有机的整体的节目样式。这种节目形态具有内容丰富，形式多样，安排灵活，可为听、观众提供多方面信息和多方面服务的优势，打破了传统节目那种千篇一律的固定模式。20世纪80年代中期，珠江经济台曾以“大时段、多主题、勤转换”的“主持人直播大板块节目”，在其特殊的地域环境及空中电波的争夺战中赢得了新的生存空间，同时“大板块节目”形态也为全国许多电台甚至电视台效仿。应当肯定“珠江模式”在节目改革中的积极作用，不过在后来的发展中，“大板块节目”形态主要用于节假日的特别节目，因为它更适合于大多数人在休息日才会有的长时间的收听、收视行为。现在，板块结构的合理内核得到保留，发展演变为杂志型节目，由许多小栏目灵活组合，一般一次节目不超过一个小时。还有一个值得注意的现象，眼下许多杂志型节目，它们各个小栏目的内容显现出内容属性的回归，而避免节目内容“天马行空”“东奔西突”的随意性，以真正顺应受众的接受习惯，于是就形成了不同内容属性的节目与杂志型节目形态的嫁接，诸如：新闻类杂志型主持人节目、科技类杂志型主持人节目、读书类杂志型主持人

节目、卫生健康类杂志型主持人节目、文艺类杂志型主持人节目，等等。这种节目内容与节目形态在深层次上的优化组合，无疑是节目改革深入发展过程中“自组织调节”的结果。

在杂志型节目里，主持人对于小栏目的衔接、导出、评介，或者说主持人的开场白、串联、结束语，要说得生动、新颖，富于交流感和创造性。

**专访型节目形态。**即由专题的，或专门的采访谈话过程构成的节目。专访始自记者的采访，并不是主持人节目的专利，只不过像现在这样以谈话双方的言语过程作为完整的节目播出，在过去的非主持人节目中不是很多，那时记者的采访录音录像大多只截取片段作为素材用在节目中，现在这也依然是记者的工作常态。而在主持人的专访节目，主持人与栏目是相对固定的，一方面，访问直接由主持人来做并由主持人呈现给受众，而且十分强调在内容深度、广度的开掘上有真正交流的“对谈”，而不止于“发问”；另一方面，专访作为一种节目形态成为相当多主持人节目都采用的传播方式，无论新闻类、社教类、文艺类或服务类主持人节目，也无论广播主持人节目还是电视主持人节目。比较知名的，如中央电视台的《面对面》《高端访问》《大家》、凤凰卫视的《名人面对面》、杨澜的《杨澜访谈录》等。

主持人专访之前必须有认真、充分的准备，使自己具有对话资格，同时还要摆正与采访对象的关系，善于提出具体而独到的问题，与采访对象做深入的、有较大信息量的交谈。

**讨论、谈话节目形态。**是指节目主持人组织打进热线或发来短信的听众或引导、激发现场观众，还有邀请到节目中的嘉宾，围绕大家共同关心的问题展开讨论的一种节目形态。在谈话节目中，“你说，我说，大家说”，充分体现了受众的平等参与权和节目的多元开放性，参与者不论来自哪个社会阶层，大家都是平等的，尽可以开诚布公、畅所欲言，各抒己见，结论是开放的，主持人驾驭整个讨论过程，以期达成社会较大范围的沟通、了解与理解。这种节目形态以其亲切平易、真实自然的特色，为人们提供了对公众问题、对社会现象表达意愿的机会，提供了向社会敞开心扉，寻求思想或情感帮助与观念更新的场合，加之节目制作经费较为低廉，因此自然而然地为各类节目所青睐，“挺进”到多种不同类型的主持人节目当中。如新闻评论类节目、社教类节目、体育节目、文化节目、青年节目，甚至少儿节目，或者专门设有谈话栏目，如中央电视台的《实话实说》《五环夜话》《对话》《朋友》《艺术人生》《新闻1+1》，在许多台热播的《夫妻剧场》《超级访问》，凤凰卫视的《时事辩论会》等，广

播电台如上海台的《市民与社会》，北京台的《人生热线》《新闻天天谈》等。当然随着时间的推移，有些栏目已停播，而新的谈话栏目又纷纷涌现。

谈话节目主持人要有积极敏锐的思维反应，灵活得体的语言组织和表述能力，能够营造宽松真诚的谈话氛围，调动参与者踊跃发言的积极性，还要善于倾听，能够正确而迅速地理解判断他人发出的信息，善解人意，宽以待人。总之，谈话节目主持人要善于掌控谈话推进的节奏，能够平衡话语权。

**热线服务节目形态。**主要是指广播电台开通听众热线，或电视台邀请观众到节目制作或演播现场，通过同步双向交流提供服务的节目形态。节目常常邀请相关领域的专家或职能部门的官员做嘉宾，也有些信息性服务是由主持人直接提供的。如近年很受欢迎的北京卫视的健康服务类栏目《养生堂》。这种“热线”问答、“面对面”问答，使得过去那种虚拟的间接交流，成为实在的直接交流，使迟滞的反馈成为即时的反馈，它的灵动和方便能为广大群众提供多方面的服务，因此这种节目形态也成为很多主持人节目的选择。如在文化娱乐类节目里，有热线点歌、热线猜谜、热线游戏的服务；在公众服务性节目中，有医药咨询、政策咨询、法律咨询、房地产咨询、心理咨询、感情疏导、商品导购、问题投诉等多方面的服务。北京交通台的《一路畅通》《汽车天下》《1039 服务热线》分别提供上下班高峰时段行车和情绪的疏导服务、爱车故障投诉、修车问路等相关服务，沟通手段包括短信、热线投诉电话、24 小时录音投诉电话、电子邮件、信件等多种方式。近几年，很多省市电台、电视台还与政府职能部门配合，联合开办“热线办公”或具有群众监督特色的“政风行风热线”节目，为建设和谐社会做出积极努力。

主持人在这样的节目形态中不仅要求热情周到、耐心细致、善于与人沟通，还必须要有相应的专业知识和积累，有对实际生活的深入了解，同时应注意坚持“寓引导于服务”的原则。

**晚会型节目形态。**它由音乐、舞蹈、戏曲、曲艺等多种艺术门类的节目组合而成，它是众家艺术与广播电视艺术的有机结合。综艺节目以其丰富多彩的内容、新颖别致的形式，熔思想性、时效性、艺术性、娱乐性、参与性于一炉，具有生动形象、寓教于乐、愉悦心神、陶冶情操的审美功能、娱乐功能、教育功能和认识功能，受到听、观众的欢迎和喜爱。春节联欢晚会及节日庆典或行业综艺晚会，是电视综艺节目的典型形式。随着综艺节目内容和形式日益丰富，节目的综合性、参与性及直播，使综艺节目处在一个有序而又多变的动态过程中，排练的“千锤百炼”和周

密安排的“按部就班”中蕴藏着无法预料的、鲜活的“契机”和“风险”。在这样的动态播出状态下，主持人在综艺节目中的功能不断深化，仅靠满腔热情、声情并茂地背诵串联词，已不足以面对场上充满活力的观众包括与他们的交流，也难以对直播中的动态变化做出迅捷而得体的语言反应。

主持人是综艺节目主旨与风格的体现者和代表者，在综艺节目中的功能被形容为“现场的导演”、串联轴目的“有机经纬”、“串起晚会这条美丽项链的那根线”……的确，要把容纳多种艺术形式、沟通现场和电视机前的时空氛围的综艺节目组合成一个整体，完成场景转换，同时要在直播现场富于创造性地完满体现编导意图、灵活应变地保障节目安全顺畅播出，应该说主持人是面向观众最好、最方便、最直接、最灵动的元素，是整台节目“形散而神不散”的关键人物。有了主持人现场的组织 and 串联，才产生了观众与节目、场内与场外的情感互动、情感共鸣。对综艺节目主持人语言的艺术表现力和感染力，以及控场能力、应变能力都有很高的要求。

**益智、竞赛、游戏节目形态。**即主持人调和激励受众以智能或体能、技能参与的节目。在这些主持人节目中，参与者动嘴、动手、动脑、动身，主持人穿针引线，与大家打成一片，其乐融融，节目富于知识性、趣味性、娱乐性和动作性。20世纪70年代末的“中学生知识竞赛”，现在被许多面向中小学生的主持人节目改造得更加生动活泼，极具挑战性和娱乐性；而寓知识性、趣味性、欣赏性、参与性于一体的《东芝动物乐园》，让男女老幼都在欢乐中增长了关于动物的知识以及生态平衡的环保意识。这样的节目形态也被“嫁接”到许多不同内容属性的主持人节目中，近年来更有《一站到底》《中国诗词大会》《快乐大本营》《全家总动员》等栏目活跃在屏幕上，它们是经济类节目、社教类节目、综艺类节目与益智、竞赛、游戏娱乐的节目形态嫁接在一起的。

这类节目形态的主持人要善于“与民同乐”，健康向上，热情愉快，活泼奔放，语言富于感染力，收纵自如，能够带动和调节气氛。

**“真人秀”节目形态。**“真人秀”是国外一些发达国家电视台首创的节目形态，它吸引普通观众报名参加，在现实环境中设置一些给予参与者不同考验的环节或关卡，通过有戏剧冲突的比赛进行选秀。这些考验会涉及道德层面、生存技能层面、智慧层面、心理层面、体能层面，乃至特定职业的要素素质的考验，等等。真人秀节目有其连续性，它设置了环节但是其实施的过程和结果无法预测，因此十分真实，悬念丛生，刺激性、冲击力、可看性都很强，于是这种节目形态也被我国电视节目拿来为我所用。

真人秀节目形态在我国具体分为娱乐秀、生活秀、职场秀、人物秀，等等。如野外生存真人秀《跟着贝尔去冒险》；职场秀节目《你好！面试官》；大型生活服务纪实节目《向往的生活》；还有中央广播电视总台举办的《主持人大赛 2019》；娱乐选秀的栏目就更多了，如《星光大道》《声入人心》《创造 101》《相声有新人》等。

“真人秀”节目的主持人必须对节目有完整的、全局的了解，对节目意图及“真人秀”选手有真诚的人文关怀，又要求相关的知识及丰厚的生活阅历，以及在不确定性极强的节目录制过程中，灵活主动地协调各方面关系，调节和调动情绪的能力。

**直播节目形态。**直播，是区别于提前录制的节目制播方式，与以上列举的节目形态有所不同。现场直播的主持人节目，其魅力即在于能够最真实、最准确、最丰富、最及时地反映事件发展的自然过程，它能够打破和跨越空间的距离，满足受众在第一时间获知信息的心理需求，见证事件的发展，获得现场参与感及对真实性的审美追求。主持人在直播中是直接面对受众的信息传播者、报道组织者，也是面对受众的节目主导者、现场驾驭者，主持人一方面要按既定播出方案走，一方面要根据现场的变化在连线或访谈中即兴做出解说、评论，临时抉择介绍资料，以及协调和补台。直播被越来越多地用于各类主持人节目，只要有必要，直播会与任何节目类型、任何节目形态结合。

在直播的节目形态里，主持人对节目必须有相当深度的介入，对报道（节目）的意图、有关的背景有全局的把握，对报道内容和程序“烂熟于心”，还要有沉着冷静的心理素质，才能在主持中自如而合理地调动素材及其他传播参与者，才能机敏果断地处置意外情况的发生，使语言的传达有条不紊、准确清晰，并与现场气氛、现场节奏吻合匹配。

## 第二节 节目主持人

### 一、节目主持人的职业角色

现如今“主持人”这个头衔的运用十分广泛。我们都知道“主持”的本意是“负责掌握和处理”，于是临时性的主持人如一次会议的主持人、某产品新闻发布会主持人、楼盘开市仪式主持人、单位联欢会主持人；职业性的主持人如广播电视节