

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...



彰显个性：电视节目主持的审美取向——兼谈电视节目主持理念的嬗变

时间：2003-3-17 14:29:05 来源：中国新闻研究中心 作者：陈亚栋 阅读1815次

[内容摘要]：本文以中央电视台主办的“荣事达”杯主持人大赛为背景，描述和分析了电视节目主持人理念的演进历程，提出了“个性化”应当成为电视节目主持理念的审美取向的观点，据此分析了其产生的客观社会推动力，并力图从现代社会心理学和方法论的角度对“个性化”的内涵——“智慧性和思维的独特性”进行解读和分析。

[关键词]：个性化 主持理念 审美取向

世纪之交的2000年仲夏，由中央电视台主办的“荣事达杯”主持人大赛吸引了数千名有志于电视节目主持的青年人纷纷报名，历时一年，期间得到社会各界的广泛关注和参与，成为跨世纪中国电视媒体活动中的一大盛事。这场大赛是中央电视台继1988年“如意杯”，1995年“金士明杯”之后举办的第三次大赛，也是中央电视台有史以来规模最大，选择范围最广、权威性最强的全国性电视节目主持人大赛。据主办方称：大赛以发现新人活跃荧屏为目的。引起业内人士关注的是本次大赛首次提出了“探索先进的主持理念，发掘个性化电视主持”的比赛宗旨，其选拔标准侧重于“个性能力”的考核，对电视主持人基本素质的标高作了一番新的阐述，给电视主持理念不啻是一次反省、深思与进取。

对于电视节目主持人，《新闻学大辞典》的解释是：电视台中以某个人的身份在摄像机前主持某个固定节目的播讲者。其特征不是照本宣科，而是具有创造性的临场发挥才能。节目主持人或是参与采编、制作全过程的节目的主要编辑和制作者，或是部分参与节目的编辑、制作。”(1)那么，作为媒介角色的节目主持人，其实践理念与实践范式随着不同节目样式与类型的运行发展而被赋予传播学意义。作为电视媒体本身，究竟如何理解“个性化”概念，又是该以怎样的标准去选拔和评判主持人的呢？

1988年，中央电视台举办了第一届主持人大赛——“如意杯”全国节目主持人大赛，颁奖晚会上，获奖选手们各自拿出自己的看家本领，“显示出唱的比说得好”、“舞得也比说得好”。最后，“那些唱得最动听和舞得最专业的选手夺取了桂冠”——能歌善舞，多才多艺，是这届大赛对电视节目主持人基本素质评判的标准。

1990年，中央电视台先后推出了两档不同风格的综艺节目，这就是《综艺大观》和《正大综艺》。与这两个优秀栏目同时走红的是主持人倪萍和杨澜，亿万观众喜爱他们，众多媒体自然也把她们作为宣传的重点。引起大家兴趣与关注的是，既不像倪萍是演员出身，又不是因为杨澜是从北京广播学院播音系毕业，而是杨澜凭借“外语好、文笔好、不照本宣科”、自编自写串联高的突出表现，在节目中轻松自如、得心应手，从而成为当时乃至以后很多教科书上优秀电视节目主持人的理论典范。有识之士说，可以肯定的是，杨澜作为一个节目主持人，她的工

- 电视节目的本土化思维
- 电视谈话节目生存之道
- 栏目化播出风险和成本
 - 电视频道之死？
- 谁砸了电视购物的饭碗
- 评央视《社会记录》
- “梦想中国”迷失背后
- 免费体育节目不过瘾
- 浅谈电视节目编排
- 抢占娱乐节目制高点
- 央视的三次节目革命
 - 电视节目的人情味
- 电视节目的个性化思考
- 论电视节目的策划思维
- 论电视节目的精品思维
- 优秀电视栏目是运作出...
 - 2005选秀节目大比拼
 - “超女”为何万人“迷”？
 - 中国电视娱乐节目报告
 - “超女”暗战带来什么？
 - 超级女声的几个关键词
 - 电视栏目外在包装初探

作方式是符合电视制作基本规律的，她对节目本身的深层介入，正是节目鲜活与否则的有力保证……如果不苛刻要求的话，杨澜的工作模式可以等同于优秀主持人工作方法，杨澜所战胜的来自工作方面的挑战，可以衡量一个主持人的优秀与否。(2)

——至此我们似乎又找到电视主持人的又一理念：节目主持人是以真实的个人身份组织串联节目内容，同时又能亲自参与节目并从头至尾地在节目中起主导作用的单个的人。主持人的传播组织角度完成如何与他对节目的实际参与程度有着密切的联系。因而主持人的全部归属就落在了实现交换交流这个目的上。(3)

1993年5月1日，中央电视台推出了一个全新的早间新闻杂志性节目《东方时空》，有媒体评价认为：《东方时空》的诞生，可以看作是我国电视新闻与电视节目主持人双双走向成熟的标志。它的开设率先显示了主持模式的活力。作为杂志型新闻节目的最重要的特点就在于它的杂志性。它涉及两个层面：意识内容上的丰富与报道深度适应观众需求的变化。采用主播结构式整体串联模式正好适应了这些特点。以主持人为结构中心的传播方式使各种事实、观点、材料、背景等能够灵活自由的连接起来，同时又能够根据编辑的意图进行。节目中主持人的定位：屏幕上的传播组织者，各个空间角色之间的交流自觉不自觉地成为主持串联的基本活动。

在后来开设的品牌栏目的《焦点访谈》中节目主持人的作用愈加突出。主持人向记者型方向发展，其定位不同于单纯的记者，有不同于单纯的主持人的特殊的媒介角色，在栏目中，改变了过去出镜记者不参加片子的编辑、制作这一具有一定弊端的运行机制，像白岩松、水均益、方宏进、敬一丹等主持人，站得高看得更远，更具有思想性，给观众一种端庄、稳重、可信的形象，尔后出现的《新闻调查》，主持人的活力继续得到张扬。在编导提纲的指导下，主持人以记者的某种思维方式对事件的采访作全面的设想，列出即将可能碰到的问题。主持人思维方式中体现了浓烈的理性和思辨色彩。也必然要求主持人政治思想、业务能力、道德修养等综合素质整体提高。

——这些我们可以看作主持人理念在反思中日渐完善与成熟。这从“荣事达杯”主持人大赛复赛阶段专业比赛中便可以管窥：复赛阶段专业素质考核要求选手按时间评述、人物访谈、现场演讲的考核一气呵成地完成规定动作，综合素质考核则通过快速回答、艺术赏析、外语趣谈等环节。充分展示选手本专业以外的知识取向和广博程度。应该说，这些内容是比较能够展示主持人的个性风采

“荣事达”大赛的总导演田永明说，一个好的主持人应当具备良好的的语言表达能力、现场控制能力、广博的知识和相当的艺术修养以及亲和力，如果再加上一张好面孔，那就算是锦上添花了。他还说，如果把王刚的沉稳大度、崔永元的随机应变和白岩松的理智冷峻结合在一起，就能成为一位难得优秀主持，这也应是本次大赛的考核标准。(4)姑且不论说这个考核标准是否过于苛刻，至少可以肯定的是，只是要求能歌善舞、多才多艺的名人时代就要过去，主持人的“能人时代”正在走来，“文化型、智慧型、主动性”等富有“个性”的主持人将超越以往的主持人模式从而成为新世纪选拔主持人的标准。

对于“个性”的理解，首先让我们从现代社会心理学的角度溯源解读，“个性”(personality)有时也译为“人格”，这个概念从词源上来说是来自拉丁文“persona”，指的是希腊罗马时代戏剧演员在舞台上戴的面具，这个词经过演变，不但进入了人的日常生活，而且进入了科学领域，转化成了一个科学的概念。对于什么是“个性”，到目前为止还没有统一和公认的看法，一涉及到对“个性”的理解，便会有朴素迷离之感。其原因首先是由于人们既在日常生活中使用这个概念，也在科学研究中使用这个概念。其次是由于许多学科使用这个概念，每个学科都有对“个性”的研究，再次是由于各路学者持有不同的立场观点，对“个性”的看法也就不同。社会心理学认为：个性的形成和发展主要取决于个体所加入的社会生活，取决于个体经历的社会化进程。而社会化的影响主要体现在宏观社会文化层次上和微观的个体生活情境的层次上。社会文化层次是个体个性形成和发展的宏观背景。个体生活情境是

个体个性形成和发展的微观机制。(5)对于作为社会公器的电视传媒而言,我们认为:主持人的“个性”应当属于方法论的范畴,“个性”是传播的手段以达到传播的目的,“个性”是主持人的一种品质,是主持人内在修养的外在表征,是思维与智慧的外化与延伸,是思想的包装方式。在现实的电视实践中,我们在电视屏幕上看到的白岩松、崔永元等这些富有个性的节目主持人,在传播过程中,他们用独特的方式在表述,用其娴熟的方法在传播信息,这便是我们抽象意义的个性在现实中的体现。

白岩松不止一次地说主持人拼到最后拼的是人格和个性,《实话实说》的主持人崔永元仗仗人格魅力塑造了真实的主持人形象,这种人格化的主持态势用真诚与个性支撑起来,是感性魅力与理性魅力有机协调,再一起落到驾驭话题、组织讨论的能力上。因而,主持需要的个性与人格,这不仅仅是传播学上的大众传播与人际交流,而是已经渗透到社会学领域,直接或间接地作用于社会的组织构造。由此我们可看到:个性化主持这一命题的概念是牢固的,是充分建立在电视节目实践的基础之上的,是节目主持人把握媒介角色与自我之关系的逻辑起点,更是受新闻改革理念驱动的受众认识方式的进一步使然。

为什么观众呼唤有个性的电视节目主持人?这是同我国社会大发展的大背景紧密相连的。1978年以前,我国的社会政治、经济、文化生活是一元的、一级的,整个社会的每一个个体所呈现的是服从,是共性。作为具有独立人格的生命个体的精神是处于高度紧张的压抑和次压抑状态。众所周知的历史证明,这一段时间泯灭了人的创造力,限制甚至是阻止了社会的发展。改革开放以来,以中国农村的又一次土地革命为发端,农民的创造力得到了充分的张扬,隐藏在人们的内心深处的创造力得到了极大地发挥。伴随着市场的细化和文化的多元化,人们的审美需求也呈现出高水平的多元性,这一切都客观而迫切的要求电视节目主持人的多元化呈现,需要电视荧屏提供符合个性化欣赏标准和欣赏习惯的个性化节目主持人,这便是个性化产生的客观社会推动力。(6)这次大赛中进入前二十名的选手基本上都是具有鲜明的个性特征,或机智、或诙谐、或儒雅、或大气、或稳重、或活泼,总之是琳琅满目、个性彰显、异彩纷呈。

同时,个性化主持的兴起与长期以来社会主义文化和精神文明的确立和发展有着深刻的勾连。

首先,它是以中央电视台为代表的主流传播媒介长期以来坚持弘扬“双百”及“二为”方针的必然结果,从外部环境来看,所谓“百花齐放”、“百家争鸣”,个性化主持的出现背后是长期以来的文化开放和文化尊重,就主持人自身的成长而言,正是为人民服务的指向内在地激发着许多个性独具的主持人面向大众,服务人民的真诚态度和敬业精神。

其次,个性化主持的出现是社会主义文化和精神文明人本性、人民性、人道性的深刻体现,一方面,个性化主持人的兴起使大众传播“小众化”,另一方面,“个性化”主持理念意味着对受众更为细致入微的关怀,他用“小众化”的手段接通了更深、更新层次的大众传播。

再次,个性化主持的出现与兴起背后是传播主体“实事求是”,“真诚面对观众”的切实施现:冷战已经结束,世界与中国正阔步走向和平与发展的昌明年代,以往英雄式形象、严肃的主持方式的威严与高旷将不复存在,代之而言的将是亲和的面貌,平等的交流,不事雕饰的生活常态,真情真味的展示,格外朴拙可爱。电视台与电视主持人都不再神秘而令人敬畏,他们正在成为我们身边的朋友,与大众一起关注,一起成长。

总之,个性化是观众意志的反应,是电视理论界的呼声,是市场的指引。呼唤个性化的主持人,是人们接受信息时理所当然的审美需求,个性化是优化传播效果的重要手段。主持人节目形式提供了个性化传播的舞台,一些个性鲜明的主持人脱颖而出,主持人个性化传播的效果有两点最为突出:一是个性化的主持人与栏目融为一体,他们就是栏目的形象、栏目品牌吸引着大批如期而至的忠实受众;二是个性化主持人具有很强的号召力、粘合力和拉动力,他们的个人魅力具有无可替代的广告效应,一旦他们去主持新的栏目,就会带走一大批观众,像王刚两进两出《东芝动物园》收视率波动的落差十分明显,其中原因与主持人在原有栏目中那种生命

的投入，那种与栏目高度和谐中表现出来的为观众所欣赏的亮眼的个性，无疑是重要的原因。广播电视事业的发展需要个性化的主持人。我们认为个性化是主持人自身、声音、形象等先天条件与栏目、个性与受众审美契合中的发挥。在这个前提下，个性化表现为智慧性和独特的思维性依附于人格基础。

电视是技术的艺术，电视是立体的综合的艺术。这样的客观现实要求处于电视文化代言人的电视节目主持人必须具有深厚的文化积淀，深厚的文化积淀表现不是靠主持人漂亮的外表，而是要靠主持人雄厚的知识储备和出众的气质、修养。这其中起决定作用的首先是较为合理的知识储备，作为文化积淀的第二个层次是智慧。如果说知识是可以通过后天的学习来获得，那么智慧不是对知识的复述，它是几近于原创性的瞬间迸发是一种触类旁通、知识迅速迁移之中的精妙表达。从“荣事达杯”大赛中脱颖而出的《今日说法》的主持人撒贝宁回忆当初比赛时说，“我们所抽到的题目是用三个词将一个故事，但我一开始就认识到，这不仅仅是在绘声绘色地讲故事，而是要表达我的观点，展示我的情感，并且最为重要的是要取得观众的共鸣”。在最后一轮的英语问答中，撒贝宁认为：比赛更多的是考察一个主持人在面临一种较为特殊的非常态的情况时的应变能力、处理能力，这同样是一个主持人的一项基本素质。有一部分选手尽管英语并不是很地道，但由于自身的那种遇事不惊、从容冷静的气质风度同样赢得了很高的分数。(7)正如在这次比赛中，王筱磊在瞬间所调集的歇后语对《秋菊打官司》中主人公的绘声绘色地刻画，这些智慧的瞬间都是大赛可圈可点的精彩华章，这些原发性的智慧闪现都是作为一个现代的、出类拔萃的电视节目主持人所应必须具备的最基本的素质。

作为文化的三个层次，也是最高层的表现是思维方式。可以说作为一个个体的人的最大的差异性生活方式，而支配生活方式的深层驱动力是思维方式的差异性。思维方式就是一个独立的个体生命对于外在信息和内在信息的加工、处理方式，是文化的最高境界。中央电视台社教中心专题部主任尹力认为：参赛主持人的最后较量不再是知识的多寡，而在于知识的迅速检索能力，在于信息加工能力，在于思维方式的差异。作为主持人在现场会遇到意想不到的复杂情况，这些意外不能靠幕后的导演来处理，而只能靠主持人在现场的第一时间的瞬间机智来巧妙化解。这就要求有灵敏的反应能力和恰如其分的智慧表达，这一切都是思维能力与思维方式的展示和体现。

广播电视事业的发展需要个性化的主持人，但是必须明确个性化不是传播的目的，而是优化传播的手段！(8)首先，主持人的个性化是对栏目的个性及传播对象的认识和遵从，主持人的个性风格必须与栏目融为一体。个性化不等于“个人化”，个人化是针对受众而言的另一个概念（如提供个人化的信息、个人化的节目），主持人提个人化则会误入迷恋和展现“小我”的泥沼，一切脱离栏目特点，不符合社会主流价值判断、恣意妄为孤芳自赏的“与众不同”，是不会被受众承认，更无法接纳的；其次，主持人的个性化是“从人格出发而表现出来的创作个性”，没有高尚的人格作后盾的所谓“个性化”可能恰是道德滑坡、趣味低下的“垃圾”；第三，个性化是主持人自身、声音、形象等先天条件与栏目、个性与受众审美契合中的发挥。在这个前提下，个性化表现为独特的思维方式、独特的视角、独到的见解、独创的构思、独有的感受、独具特色的表达。诚如在节目中让我们感受到的个性风采的白岩松、敬一丹、水均益、张越、黄健翔们，这才是我们所倡导的个性化的传播，个性化的服务。

注释：

- (1)甘惜分主编：《新闻学大辞典》河南人民出版社1993年5月第一版，第240页
- (2)张政《中国电视节目主持人事业发展历程的回顾与反思》，《播音主持艺术》第一辑
- (3)张骏德著：《当代广播电视新闻学》复旦大学出版社2001年3月第一版，第184页
- (4)曾志华《新世纪的挑战》，《现代传播》2001年第二期
- (5)周晓虹著：《现代社会心理学》上海人民出版社1997年5月第一版，第140页
- (6)尹力《呼唤中的思考》，《现代传播》2001年第二期
- (7)撒贝宁《荣事达杯主持人大赛赛后感言》，2001年第二期
- (8)吴郁《以平常心看主持人》，《现代传播》2001年第二期

通联：江苏省如东电视台 陈亚栋
电话：013606270588 0513——4160971

文章管理：web@cddc.net （共计 2723 篇）

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：节目主持

- 电视节目主持方式浅析 (2002-9-18)
- 电视节目主持初探 (2002-8-16)

[>>更多](#)

— 彰显个性：电视节目主持的审美取向——兼谈电视节目主持理念的嬗变 会员评论[共 1 篇] —

有新意啊 [aoxi ao于2003-3-31发表]

— 我要评论 —

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.