

广播电视语言传播 风格多样化研究

陈晓鸥 主编

中国传媒大学「21工程」科研项目成果

中国
广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

广播电视语言传播 风格多样化研究

陈晓鸥 主编

中国广播电视出版社

CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

中国传媒大学“211 工程”科研项目成果

广播电视语言传播风格 多样化研究

陈晓鸥 主编

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

广播电视语言传播风格多样化研究 / 陈晓鸥主编. —北京: 中国广播电视出版社, 2007. 1

ISBN 978-7-5043-5089-3

I. 广… II. 陈… III. ①广播语言—研究②电视(艺术)—语言艺术—研究 IV. G222. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 105627 号

广播电视语言传播风格多样化研究

主 编	陈晓鸥
责任编辑	刘川民
封面设计	福瑞来书装
责任校对	谭 俊
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	河北省高碑店市鑫昊印刷有限责任公司
装 订	涿州市新华装订厂
开 本	880 毫米×1230 毫米 1/32
字 数	208 (千) 字
印 张	8. 125
版 次	2007 年 1 月第 1 版 2007 年 1 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5043-5089-3
定 价	18. 00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

目 录

第一章 广播电视语言传播风格概说	(1)
第一节 风格与语言风格	(2)
第二节 广播电视语言传播风格的内涵	(6)
第三节 广播电视语言传播风格的研究对象	(22)
第四节 研究广播电视语言传播风格的意义	(24)
第五节 广播电视语言传播风格的研究方法	(27)
第二章 广播电视有声语言传播风格的历史沿革	(29)
第一节 新中国成立前延安时期的播音风格	(30)
第二节 新中国成立——“文革”前的播音风格	(38)
第三节 “文化大革命”时期的播音“风格”	(44)
第四节 改革开放后的播音风格	(47)
第五节 播音风格演变带给我们的启示	(64)
第三章 广播电视语言传播的个人风格	(70)
第一节 构成广播电视语言传播个人风格的 外部和内部因素	(70)
第二节 语言传播风格的表现手段	(81)

第四章 播音史上“四大高峰”的播音风格	(94)
第一节 齐越的播音风格	(94)
第二节 夏青的播音风格	(112)
第三节 林田的播音风格	(124)
第四节 费寄平的播音风格	(142)
第五章 方明、林如、沈力的播音主持风格	(155)
第一节 方明的播音风格	(155)
第二节 林如的播音风格	(165)
第三节 沈力的主持风格	(180)
第六章 语言传播样式和体式	(193)
第一节 语言传播声音形式的内涵	(193)
第二节 语言传播样式的分类及融合	(204)
第三节 广播电视语言传播体式 and 样态	(231)
第七章 语言传播风格的多样化	(235)
第一节 风格多样化是语言传播的美学追求之一	(235)
第二节 多样化是语言传播风格化追求的必然结果	(238)
第三节 语言传播风格多样化形成的可容性 空间和途径	(245)
第四节 语言传播风格多样化的现状与误区	(249)
参考文献	(253)
后 记	(254)

第一章

广播电视语言传播风格概说

在生活中,人们不喜欢听刚听到的声音,也不愿意看刚刚看过的色彩,这是人们正常的欣赏心理。在当今竞争激烈的语言传播领域中,一个播音员、主持人要想吸引人们的眼球和耳朵,除了要作到传播内容的清晰、准确,还必须要显现出自己与他人的不同,即独特性。因此,“个性化”这个词,从20世纪80年代以来,就成为语言传播领域的评论家和从业者口中使用率最高的的词语之一。但是,对“个性化”的认识还仍然停留在经验性的浅表层面,在中国播音学的理论研究和鉴赏评价活动中,我们使用“风格”这个提法。1981年,张颂教授就提出:“风格化,是播音艺术成熟的标志。在实践上已经出现了有风格差异的代表作,在至少是广播爱好者的听众中产生了不同风格的印象。”^①因为风格不是什么人都可以随便获得的,风格是创作主体在长期的创作实践中经过艰苦的努力和不断的磨砺,在思想上和艺术上臻于成熟的标志。因此,对语言传播风格展开深入的研究是非常紧迫的任务。

^① 张颂:《研究播音理论是一项紧迫的任务》;张颂、乔石:《论播音艺术》第25页,北京广播学院出版社,1992年10月。

第一节 风格与语言风格

风格是什么？语言的风格是什么？语言传播的风格又是什么？这是我们在研究之前首先要解决的问题。

按照一般的说法，“风格”一词最初出于希腊文，后来进入拉丁文。它在希腊语中是 *stylos*，在拉丁语中是 *stylus*，原意是“锥子”和“一把用以刻字或作图的刀子”。后来它的意义逐渐发展为“写字的方法”、“说话的方式”、“演讲的技巧”，又逐渐引申为“以辞达意的方法”、“写作的气度”、“作品的特殊格调”、“伟大作家的写作格调”、“艺术作品的气势”。这样，“风格”就成了一个国际科学术语，英语称为 *style*，以 *stylistics* 表示风格学，德语称为 *stiel*，以 *stilistik* 表示风格学，法语称为 *stylistique* 表示风格学。

1753年，法国启蒙运动时期的博物学家、文学家布封在法兰西学院入院式上作了题为《论风格》的演说。这篇演说为文学艺术的风格学研究奠定了基础。当然，如果推本探源，风格理论的产生和人类精神文明一样古老。远在两千多年前的奴隶社会，东方和西方的思想家们在他们对整个宇宙进行哲学思考和审美思辨的过程中，就蕴含了丰富的美学和风格学的珍贵思想。古希腊毕达哥拉斯学派、柏拉图、亚里士多德等人的著作，都分别接触到了美学和风格学的一些基本问题。亚里士多德的《诗学》的美学观念“竟雄霸了欧洲二千余年”之久。古罗马的贺拉斯的《诗艺》、郎加纳斯的《论崇高》，作为专门的文艺理论和文艺美学著作，其中对于风格问题的论述更为直接而具体。而在近现代，西方的学者也纷纷对风格作过专门的论述，人类对于风格内涵的认识也越来越深入。歌德在他的《自然的单纯模仿·作风·风格》一文中指出：“单纯模仿以宁静的存在和我物交融作为基础；作风是灵巧而精力充沛的气质去攫取现象；风格则奠基于最深刻的知识原则上，奠基在事物的本性上面，而这种事物的本性

应该是我们可以在看得见触得到的形体中认识到的。”^①歌德的这一论述对模仿、作风和风格进行了区分,并指出风格在这一审美评价体系处于最高层次的位置。

风格这个词在我国最早出现,大约在魏晋时期。这个词的出现与晋宋盛行的九品论人的门阀制度有关,当时用风格来形容士大夫的威仪规范,指人在风度或品格等方面所表现出的特点的综合。“风”指风采、风姿,指的是人的体貌;“格”是指人格、德性,风格合一,即是对人的外表与内在品德的全面评价。例如,东晋葛洪《抱朴子·行吕》:“士有行己高简,风格峻峭。”《抱朴子·疾谬》:“以风格端严者,为田舍骏。”这里所说的“峻峭”、“端严”等都是用来概括人的风度品格。《晋书·和峤传》说峤“少有风格”,刘义庆《世说新语》说李元礼“风格秀整,高自标持”等,都是品评人物。

在我国,最早把风格概念引入语文学科,并自觉地把它作为一种文艺学、文章学理论,用来评论文章,进行文学批评的则大约始于南朝梁刘勰的《文心雕龙》。其中的《议对》说应劭、傅咸、陆机三人的作品“亦各有美,风格存焉”。《夸饰》篇说:“虽《诗》、《书》、雅言,风格训世,事必宜广,文宜过焉。”这里的“风格”就是指作家和作品的风格。齐梁以后,随着风格成熟的作家、艺术家越来越多,用“风格”来评论文艺作品或文章的就更多了。如“古人之文,宏材、逸气、体度、风格,去今其甚;但辑缀疏朴,未为密致耳。”(《颜氏家训·文章》)杜甫《苏端薛复筵简薛华醉歌》:“坐中薛华善醉歌,歌辞自作风格老。”“齐梁人欲嫩而得老,唐人欲老而得嫩,其所别在风格之间。”(陆时雍《诗镜总论》)这里面的风格就已经指作品的风格和气派,和现代意义上的风格就比较接近了。

在我国的传统文论、诗话、文体以及20世纪初的修辞学论著中

① [德]歌德等:《文学风格论》第4页,王元化译,上海译文出版社,1982年。转引自姚喜双:《播音风格探》第17页,中国文联出版公司,1992年6月。

常用“体”、“体性”、“体式”、“文体”、“品”等来表示风格。曹丕《典论·文论》说：“文以气为主，气之清浊有体。”司空图《二十四诗品》以及王易《修辞学通论》（1930年）中的“简洁体”、“刚健体”、“优柔体”、“华丽体”，陈望道《修辞学发凡》的《语文体类》（后改为《文体或辞体》）等讲的都是作家的风格、作品的风格。

语言风格的研究，在西方古已有之。公元前四世纪希腊的哲学家、修辞理论家亚里士多德在他的《修辞学》中就有关于语言风格问题的论述，此后在欧洲有好多国家都有人从事这方面的研究。而正式使用语言风格这个术语的，是现代语言学的奠基人瑞士语言学家索绪尔（Ferdinand de Saussure）的学生巴里（Charles Bally）。巴里在其1905年出版的《风格学概说》中说：“风格是说话者个人语言感情的特点。”他把风格限定在语言的范围之内，为语言风格的研究打下了基础。后来各国语言学家也都纷纷采用了“语言风格”这一说法，但对其定义看法不一。前苏联的维诺格拉陀夫认为：“语言的风格就是在语义上具有封闭性，在表达上受限制，但可以协调组织的表达手段的体系。”^①而在欧美，N. E 恩克韦斯特在《语言风格学》中介绍了有关风格概念含义的三种不同看法：第一，风格可以看作是对贴上“标准”标签的一套模式的偏离；第二，风格被认为是一种对中性无风格的或目前风格的表达形式所作的某种风格特性的外加；第三，风格是一种含义，而每一种语言特征都是从语篇的环境和情景中获得其风格价值的。他认为三处看法互为补充，因此，他把风格视为语篇同语境上相关标准之间存在的差异，把它界定为与语境相关的语言变体。^②

① [前苏联]维诺格拉陀夫：《俄罗斯文学语言历史的任务，主要是17—19世纪的文学语言》，见苏璇等译：《语言风格与风格学论文选译》，科学出版社，1960年，第22页。

② 见李大勤等译：《语言风格学》，中国矿业大学出版社，1992年。

我国对于语言风格的研究也有着悠久的历史,汉朝的杨雄《法言·吾子》、魏朝曹丕《典论·文论》中就已经有了关于语言风格的言论。以后历代也都有论述,但高名凯在其《普通语言学》(增订本)^①中首次使用“语言风格”这一术语,并给它下了一个定义。黎运汉在他的《汉语风格探》中把各家的语言风格定义概括为三类:

1. 语言风格是在语言运用当中形成的言语气氛和格调。
2. 语言风格是在语言运用中形成的各种特点的综合表现。
3. 语言风格是语言的变异或变体。

在综合了以上三种说法的基础上,他认为:“汉语风格是汉语言交际的产物,是交际参与者在主客观因素制导下运用汉语表达手段的诸特点综合表现出来的气氛和格调。”^②这个定义是对语言风格比较全面和系统的界定。按作者自己的分析,这个定义从以下几个方面对语言风格进行了界定:其一,语言风格是语用的结果。它是人们对于语言的运用,也就是建立在“言语”的基础上的,它是一种语言现象。称它为“语言风格”只不过是人们习惯罢了。其二,语言风格是多元素的统一体。主要有三种元素:风格形成的制导因素、风格形成的物质因素、制导因素与物质因素相互作用的结果——气氛和格调。其三,语言风格是语言美学形态的升华。其四,语言风格是表现风格,是综合运用各种手段的基础。从调音、遣词、择句,到布局谋篇等都全部融于一篇文章、一部作品之中。我们认为,对于语言风格的这个定义比较全面地吸收了前人的理论成果,应该是对语言风格较为完备的阐述。

① 高名凯:《普通语言学》(增订本),新知识出版社,1957年10月,第325页。

② 黎运汉:《汉语风格学》,广东教育出版社,2000年2月,第7页。

第二节 广播电视语言传播风格的内涵

一、广播电视语言传播风格的内涵

广播电视自产生以来,在人们的生活中发挥着越来越重要的作用。有声语言创作作为广播电视重要的环节,对传播效果的优劣至关重要,语言传播艺术也就应运而生,语言传播风格也就产生了。最早出现语言传播风格这一提法的是最先提出语言传播艺术的前苏联。在中国,1940年12月30日,人民广播诞生,也就逐渐形成了自己独特的语言传播风格。毛泽东1947年在陕北靖边县王家湾收听蟠龙大捷和真武洞祝捷大会消息和评论后曾称赞说:“这个女同志好厉害,骂起敌人来义正词严,讲起我们的胜利又很能鼓舞人心,真是爱憎分明,这样的播音员要多培养几个。”^①在这里,毛泽东虽然没有直接使用“风格”这个词,但是已经非常明确地指出了人民广播语言传播的一个重要风格“爱憎分明”。1961年1月26日,原中央广播事业局局长梅益在同中央人民广播电台播音组人员的谈话中,专门谈到了语言传播风格的问题。他说:“人们有不同的要求和爱好,也对播音员提出了不同的要求。播音员不能老是一种腔调,必须根据不同的题材采取不同的播法……我想播音应该有更多的表现形式,而且应该鼓励播音风格多样化。”由此可见,语言传播风格是随着人民广播的产生而产生,伴随着人民广播的成长而成长。对于风格的求索也不仅仅是个人的业务追求,也是整个广播电视事业发展的要求。对于形成风格的自觉,不仅关系到语言传播创作过程本身,更事

^① 闫长林:《胸中自有百万兵》,解放军文艺出版社,1961年4月。转引自姚喜双:《播音风格探》中国文联出版公司,1992年6月,第19页。

关传播的效果:风格鲜明的语言传播在革命战争年代和和平建设年代都起着其他媒体不可替代的作用。

语言传播风格是语言风格的一种,其概念的外延要比语言风格小得多,但也因语言传播创作活动的特殊性使其内涵更为丰富,其构成与表现也更加独特。语言传播活动比之其他语言应用活动,有如下特点:

(一) 主流性

语言传播的主流性是由其在整个时代的精神建设中的地位和任务所决定的。播音员和主持人是代表电台、电视台乃至党、政府、人民在讲话。他们所拥有的语言权力是党和人民所赋予的。语言传播是建设社会主义精神文明的主力军,她的使命就是要让时代的主旋律回响在社会的每一个角落。语言传播要倡导人们尊重实践,尊重劳动,尊重自然和社会的公理,引导人们追求真理,倡导严谨求实的科学精神;语言传播要倡导人们尊重人类的普遍价值和公理,崇尚自由、平等、社会公正和正义,倡导诚实守信、尊师重教、尊老爱幼的传统美德与爱岗敬业、无私奉献等现代美德,弘扬社会正义与正气,必须反对道德相对主义和“犬儒主义”的人生态度,强调每一个人对于社会都有不可推诿的道德责任,必须大力倡导爱国主义、集体主义、社会主义精神;语言传播要在尊重人们情感自由、尊重人们审美情趣和风格多样化的前提下,用美的事物、美的情感、美的心灵去感染人们,倡导高雅的审美趣味,倡导高尚的生活情调,消除金钱、权力和欲望对人的异化,超越低级趣味的鄙陋和世道的庸俗,“让人的性能比从前更好、更高尚”。^①

(二) 主导性

与主流性相应而生的是语言传播的主导性。作为党的新闻事业

^① 诺贝尔文学奖的评选标准,转引自许苏民著:《人文精神论》,第636页,湖北人民出版社,2000年。

的一部分,导向正确始终是语言传播的基本要求。因此,语言传播就是要撷取人类精神的精华,去引导人、武装人、塑造人、鼓舞人、提升人。古今中外,典章制度,先进思想,高尚情怀,高贵人格,远大理想,高雅情趣,科学精神,民主法治……都在她的关注之中,以“准、新”之态度,创造精品,追求经典,以事醒人,以理服人,以情感人,以真唤人,以善引人,以美怡人。

语言传播中人文精神的主导性最终体现为:汇同所有社会主义精神文明建设的力量,不断提高所有炎黄子孙的文化认同感、国家认同感和民族凝聚力。对文化与国家的认同感和凝聚力来自于共同的社会理想和精神支柱的铸就,这就是历史所赋予的,以语言传播为代表的社会主义文化建设者的千钧重担!

(三) 音声性

语言传播的创作主体是使用有声语言进行创作,而有声语言的独特之处就在于其音声性。语言传播的“音声化”的创作过程是这样的:语言传播者对创作依据和创作要求进行深入的理解、内化,准确把握自己的身份定位,站在党和政府及最广大人民群众的利益上,引发自己的真情实感,融入自己的生命体验和古今中外的文化积淀,以优美的有声语言、鲜明的时代感受,向受众传递信息、传递情感、传播理念。在这一过程中他全神贯注、全情投入、精雕细琢、精益求精,在一笑一颦、一吁一叹之中,无不折射出他精微细腻的人生感念、炉火纯青的语言技巧、深厚扎实的语言功力、深沉凝重的人文关怀、高雅脱俗的审美追求……

(四) 情感性

“情感性”是由语言传播活动本身的特质所决定的。作为建设社会主义精神文明的重要活动,语言传播和其他精神文明建设活动一样,是要把对共产主义的终极理想,对美好明天的共同期待,对人类社会和人类本身的真、善、美的向往等,全都内化为广大人民群众内心的“共同感”,以期他们能够把它外化为建设中国特色社会主义社会、实现

中华民族伟大复兴的具体行动。但是,语言传播活动不同于会议报告的直白单调,也不同于纯粹的文艺活动的婉曲间接,它是集两者的优势于一身:以直接率直的“真”(新闻性)为核心,以引导人们趋向共同理想的“善”(政治性)为目标,而以内心的心灵感动和美的形式为手段(艺术性和审美性)。人类对真、善、美的追求是与人自身的知、意、情的活动大致一一对应的。有人说:“美统真善。”^①从语言传播的角度,也就是情感的活动以及其中所蕴含的情感教育,可以把人对人生终极力量的崇敬仰悦之情转化为对人类现实处境和未来命运的关爱,也可以把人求真向善的追求服务于人生的艺术化、审美化,使人性、人类社会更加美好。

韵律优美的诗化语言能够击中人心灵的琴弦,引发心灵的震颤。语言传播能够把文字语言的“冷冰冰的符号”,化作生动的、洋溢着创作主体鲜活的生命意识、灵动的感性生命气息的、亲切可感的有声语言。在情感这一人类心灵中“最柔软的角落”中,在人震颤的心灵共鸣中,唤起人们生命深处隐藏着的、本来就有的,但被繁杂冗乱的日常生活所压抑的感觉敏锐的天生气质,人们在不知不觉中走向生命的深处,体验到了富于感性的有声语言中的内在的生命活力和生命跃动。在优美的、充满感性的有声语言当中,受众于那美不胜收的关于人类文化经典、人类精神精粹的完美表达中,感到“字字为我心中所欲言,而又非我之所能言”,那字字句句,若出己口,那情理事景,若出己心,传者与受者,创作主体与接受主体,“身无彩凤双飞翼,心有灵犀一点通”(李商隐《无题》),神契情通。而受众也会感到,个体有限的生命已经融入了绵延不断的人类群体之生命感觉中。那真善美的追求,那共产主义的崇高理想,那社会主义的现实召唤,那高尚人格的养成,那“己所不欲,勿施于人”的人生底限的遵循,那高雅情趣的水积蛟生……都在这有声语言的人文关怀中变得可亲、可感、可

^① 引自许苏民:《人文精神论》,第628页,湖北人民出版社,2000年。

触,可心往之,可行趋之。

(五)实践性

与情感性息息相通的就是实践性和行动性。“要想照亮他人,必得先燃烧自己”,这是在语言传播的业界流传颇广的一句话。如果只觉得“自己的心里明亮”,那就还仅仅停留在“理想的意图”阶段,要想使它成为普罗米修斯之火的“理想的力量”,就首先要去“盗得天火”,然后再让它光耀众人。使它落实为有声语言的表达。

语言传播就是要热情地宣传共产主义的世界观,为人民服务的的人生观,无私奉献的价值观,想国家和人民所想,以丰富多彩的方式把爱国主义、社会主义、集体主义观念送入人心。对于语言传播者来说,首先要提升自己的人生境界,使自己的宣传真正出于己心,使以上观念体现在自己所说出的一句话中,贯注在每一个语气中,使崇高理想、高尚的精神变得可感、可亲,春风化雨,润物无声,使广大人民群众在潜移默化中自觉提高认识,提升境界,完善人格,走向高雅。追求真善美,拒绝假丑恶,自觉抵制拜金主义、极端个人主义、封建主义沉渣和资本主义思想的侵蚀。

这种实践性还表现为:创作主体要在生活与工作的实践中对自己所倡导的时代精神身体力行,言必信,言必行,行必果,表里如一,言行一致。

语言传播活动的这些特点必然要影响甚至在一定程度上决定语言传播风格的内涵和特点。对语言传播风格内涵的探寻要从创作主体与客体两个方面的互相联系的角度去认识。我国的传统文论认为,不能离开作家周围的客观现实追求独特的风格,作家只有由于外围事物的感发,才会“摇荡性情,形诸舞咏”,产生创作的热情和冲动。也只有那些艺术地刻画和深刻地反映的对象,达到主客浑然交融的作品,才具有高度的审美价值和风格。《文心雕龙·物色》说:“写气图貌,既随物以宛转;属采附声,亦与心而徘徊。”文章与风格是“心”与“物”相融合,主与客相和谐的产物。司空图说诗风的“诣极”是

“思与境偕”，更是明确地说明风格成于主客相统一的道理。在语言传播活动中，创作主体当然是主导，但是其风格必须在与创作客体的相互关系中形成。离开了创作依据，离开了节目，就无从谈起创作主体的语言传播风格。

在《马克思恩格斯全集》开卷的第一篇著作《评普鲁士最近的书报检查令》里，马克思曾借用布封“风格却是本人”——“风格就是人”这句名言来说明他对风格问题的看法。布封的这句话在风格与主客体的关系上，突出的是主观个性的作用。布封所说的“本人”是指创作主体的个性、品格，强调创作主体的个性和人格在作品风格的形成过程中的重要作用。而马克思认为，创作个体的确立是在他与对象世界的特定审美关系中形成的，是主观与客观的圆融统一。“其次，真理是普遍的，它不属于我一个人，而为大家所有。真理占有我，而不是我占有真理。我只有构成我的精神个体性的形式。‘风格就是人’……可是天才的谦逊和经过修饰的、不带乡音土语的语言根本不同。相反地，天才的谦逊就是要用事物本身的语言来说话，来表达这种事物的本质特征。天才的谦逊是要忘掉谦逊和不谦逊，使事物本身突出。精神的普遍谦逊就是理性，即思想的普遍独立性，这种独立性按照事物本质的要求去对待各种事物。”^①这里，“天才的谦逊”指的是纯正的创作风格，它是特定审美关系的产物，创作主体必须“按事物的本质要求去对待各种事物”，反映出这种“事物的本质特征”，才能形成独树一帜的创作个性和创作风格。在这里，他着重指出，创作主体主观性必须符合对象的性质，“使事物本身突出”。风格是客观化了的主观与主观化了客观在作品中的统一，是“对象的性质”以及“与之相适应的本质力量的性质”相统一的特殊形态。

在语言传播活动中，创作主体风格的形成更是离不开它与创作

^① 《评普鲁士最近的书报检查令》，《马克思恩格斯选集》，第1卷，人民出版社，1972年5月，第7页。