

新媒体时代 广播电视语言研究



主 编 姚喜双
副主编 武传涛 刘子琦



语文出版社

本书系国家语委“十二五”科研规划重点项目
(ZDI125-11) 和山东青年政治学院省级重点学科广播电

XINMEITI SHIDAI
GUANGBO DIANSHI YUYAN YANJIU

新媒体时代 广播电视语言研究



主 编 姚喜双
副主编 武传涛 刘子琦

 语文出版社

图书在版编目(CIP)数据

新媒体时代广播电视语言研究 / 姚喜双主编

— 北京 : 语文出版社, 2013. 12

ISBN 978-7-80241-891-2

I. ①新… II. ①姚… III. ①广播语言—研究②影视艺术—语言艺术—研究 IV. ①G222.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第249016号



责任编辑 余 伟

装帧设计 刘姗姗

出 版  语文出版社

地 址 北京市东城区朝阳门内南小街51号 100010

电子信箱 ywbsywp@163.com

排 版 河北新华第一印刷有限责任公司

印刷装订 北京市兆成印刷有限责任公司

发 行 语文出版社 新华书店经销

规 格 890mm × 1240mm

开 本 A5

印 张 11.5

字 数 268千字

版 次 2013年12月第1版

印 次 2013年12月第1次印刷

印 数 1-4,000

定 价 28.00元

 010-65253954(咨询) 010-65251033(购书) 010-65250075(印装质量)

前 言

姚喜双

目前，人们把广播电视、报刊、网络的互动和集成，把数字技术的应用以及互联网云计算对广播电视的影响和作用所产生的综合效果，看作是传媒又进入了一个新的发展时期，或者叫新媒体时代。在新媒体时代的背景下，广播电视仍然发挥着主要媒体的作用。

数字技术的推动、媒体技术的革新使得我们在运用和研究广播电视传统媒体的时候需要有全新的观念、视角、理念和操作方式。新媒体时代，广播和电视在网络作用下互相渗透，趋于逐步的融合，不像过去那么界限极为分明了，并且吸收了网络传播带来的优势。广播在新媒体技术的作用下，一方面可以听，一方面在网上也可以看，即可以看到数字也可以看到形象。电视一方面可以看图像，一方面也可以在网络上看到文字。同时广播电视通过与网络的融合及传播，由过去的线性传播发展为非线性传播，由过去的单向传播发展为互动传播，由过去的受众被动接受发展为主动接受，受众随时可以调出想看的电视节目，想听的广播节目。

新媒体时代所来的传播的非线性、交互性等特点使得广

播电视语言和广播电视播音主持又获得了更加广阔的施展空间和舞台，同时也给广播电视语言传播和播音主持提出了更高的要求，研究新媒体时代广播电视语言传播的新规律和特征就变得尤为迫切和急需。由教育部语言文字应用研究所、教育部语言文字应用研究所广播电视语言研究中心和山东青年政治学院联合召开的“新媒体时代的广播电视语言研究学术研讨会”，正是基于这样的背景和目的召开的。研讨会邀请了相关专家和学者以及研究生共同研讨这个问题，他们中既有长期从事广播电视宣传的老领导、老专家，也有播音主持方面的著名播音员，同时也有从事一线教学的教师，也有从事媒体语言学专业和播音主持专业的研究生，还有从事语言文字管理方面的机关工作人员。研讨会上大家围绕新媒体背景下的广播电视语言进行了广泛深入的研讨，从新媒体的特征，新媒体对广播电视的影响，新媒体语言的特点，新媒体语言的分类，广播电视播音主持语言在新媒体时代所呈现出来的特征，所出现的问题，所面临的挑战，以及在新媒体背景下如何规范广播电视语言，如何科学地制定新媒体的语言规划，如何处理新媒体语言 and 传统媒体语言的相互之间的关系进行了认真的交流并提交了相关的论文。同时还结合中央人民广播电视台、中央电视台等主流媒体的语言表现及语言规范问题进行了调查研究。研究也注意以主流媒体的品牌节目为例，如央视的新闻联播、央视的焦点访谈、央视的主持人大赛等，使其更具有典型性、代表性和说服力。研究会不仅研究节目语言，也对著名主持人的主持语言特点进行了探讨，使其研究更具形象性；对国家通用语言文字如何应对微博时代，媒体语言的字幕研究，还有广播电视语言服务思考等问题也进行了广泛的探讨，具有前沿性和针对性。现将研究成果汇编成册出版，以供业界同仁和广大广播电视爱好

者参考，请大家批评指正。

感谢课题组的同人所付出的辛勤劳动，感谢山东青年政治学院文化传播学院的大力支持，感谢语文出版社编辑的帮助。

2012 年 10 月

目录

新媒体背景下的广播电视语言研究	姚喜双 (1)
通用语言文字如何应对网络微时代	黄 勇 (10)
从听众的意见谈起	方 明 (15)
新媒体时代的语言思考	朱 山 (19)
新媒体时代播音主持语言的亲和力与公信力	武传涛 (26)
新媒体语境下广播播音主持的融合与创新 ...	李 文 (37)
“读图时代”广播有声语言的审美价值	尹 航 (46)
电视播音主持有声语言规范问题研究 ——以推普周期间中央电视台《新闻联播》 为例	卢迪迪 (61)
电视媒体语言偏离的审美论析	姜 燕 (79)
新媒体时代的中国新闻主播现状及发展分析 ...	刘 卓 (90)

新媒体环境下时政新闻报道的创新语态研究	… 侯 月 (104)
新媒体视域下主持人节目的话语空间之 “变”	… 吴 倩 (112)
对新媒体下播音员主持人语言规范问题的 思考	… 孟 晖 (121)
论主持人的访谈语言 ——第六届央视节目主持人大赛《特别现场》 环节解析	… 霍慧娜 (138)
敬一丹电视新闻评论主持语言表达特点 ——以《焦点访谈》为例	… 张 丁 (156)
新媒体时代广播电视语言中的“港台腔”	… 王红娟 (169)
语言符号和非语言符号在电视语境中的互动与 改变	… 田钰佳 (183)
新媒体影响下的整屏新闻字幕研究	… 许 璐 (192)
论新媒体环境下电视新闻的画面语言表达艺术 ——以中央电视台《朝闻天下》为例	… 孙晓彦 (203)
新媒体时代下电视纪录片解说的情感表达	… 张树楠 (211)
试析网络视频主持人语言规范问题	… 姚喜双 李 桃 (220)
网络视频主持人研究三问	… 李 桃 (243)
浅析网络语言对广播电视语言的影响	… 王海燕 (258)
新媒体背景下网络语言规范问题浅议	… 周 梅 (265)
新媒体时代下门户网站主持人初探	… 李 杨 (280)
论广电媒体中的网络流行语的使用	… 袁 伟 (288)
新媒体时代有声语言传播中的外语词及其规范 研究	… 邹 煜 (302)
新媒体时代媒体与语言规范的互动 ——以“珀”字的读音及其规范为例	… 许 浩 唐雪凝 (314)

新媒体时代的广播电视语言服务若干问题

思考 刘子琦 (321)

新媒体时代播音与主持艺术专业教育的应对

策略 王 杨 (345)

附录

探讨新媒体语言问题 研讨广播电视语言发展规律

——新媒体时代的广播电视语言研究学术研讨会

在济南举办 (353)

新媒体背景下的广播电视语言研究

姚喜双^①

(教育部语言文字应用管理司 北京 100032)

随着时代的发展和科技的进步，当今媒体已从报刊、广播、电视等传统媒体发展到网络及其他新媒体。媒体是交流和传播信息的工具，无论是传统媒体，还是新媒体，都离不开语言。新媒体的出现与发展，形成了新的媒体格局，使传媒业态发生了新的变化。

—

什么是新媒体？新媒体是新的技术支撑下出现的媒体形态。进入 20 世纪 90 年代，网络信息技术引发了大众传媒的第四次革命，被公认为继报刊、广播、电视之后的第四媒体。我国自 1994 年接入互联网以来，也迅速踏上了全球的信息高速公路。目前，我国网民的数量已经超过 4 亿。网络传播是一种集声光电于一身、聚音字像于一体、汇采传受于一线的新型传播模式。进入 21 世纪，科技的进一步发展，尤其是数字技术的繁荣，催生了较网络媒体更新的一代媒体，它们在

^①姚喜双，教育部语言文字应用管理司司长，教授，博士生导师，研究方向为媒体语言学。

数字技术和网络技术的基础之上延伸出来，衍生出多种形式，如手机媒体、数字电视、移动电视等。新媒体的“新”最根本体现在技术上，同时也体现在形式上，有的则是在传统媒体基础上引进新技术后而形成的新旧结合的媒体形式，如电子报纸、网络电视等。以网络为代表的新媒体与报刊、广播、电视为代表的传统媒体形成了互动的局面。

一种新的媒体的产生使传媒业态的形式、内容发生革命性的变化，促使新的传播格局的产生，是历史上的一个规律。从历史上看，报纸作为传播工具，在诞生之初一直占据大众传媒的主导地位，并称霸了几百年的历史，是最主要的信息传播渠道，也是最重要的大众媒体和公共媒体。广播出现以后，报纸一统天下的传播格局发生了变化，受众接收信息的渠道得以拓展。人们若想反复地了解信息，依然是通过报纸这种渠道；若要及时地接收信息，则可以选择收听广播，因为广播突破了时间和空间的局限，比报纸的时效性更强，传播范围更广泛。广播和报纸之间既有竞争，又有融合，既有继承，又有创新。广播诞生之初，很多话语都是照搬报纸，按照报纸来念，就连后来出现的电视也有报纸摘要节目，所以说模仿和效仿传统媒体是新媒体传播的一种方式。当然，新媒体也会影响到传统媒体。广播成熟以后，报纸借鉴广播更为通俗的语言，更加直白、自然，甚至许多口语表达方式、一些大白话也出现在了报纸上。当时，广播作为一种新媒体对报纸这种传统媒体有影响，继承了它，又对它进行了创新。近半个世纪以来，应该说是电视称霸了传媒界，现在即使出现了新媒体，电视仍然是主流媒体。电视在很大程度上继承了广播和报纸的报道方式，同时，电视又有自己的特点，增添了画面，传播方式更直观、亲切、自然，语速更快。电视这种新媒体的产生又使传播格局发生了很大变化，一部分受

众继续忠实地通过报纸和广播获取信息，一部分被电视吸引。然而，受众群体并不是完全割裂开的，大多数的受众并不只依赖一种媒介，报纸、广播和电视的受众出现融合的现象。目前，以网络为代表的新媒体的产生，使报纸、广播、电视三足鼎立的格局发生了变化。以网络为代表的新媒体继承了传统媒体新闻性的特征，继承了时效性和真实性的新闻特点，同时又有创新，时效性更强，传播主体、传播内容、传播形式和受众更广泛，互动性更强。比如说以微博为代表的自媒体可以互动，具有即时性、平民化、广泛性的特征。新媒体的语言更自然、更随意、更平易，但是语言的规范性减弱了，没有像报纸等传统媒体那样在用词上进行反复琢磨。同时，新媒体语言作用于报纸和广播电视，很多网络用词被用到了报纸和广播电视当中，丰富了传统媒体的语言，使其内容更加活泼，也在一定程度上影响了传统媒体语言的规范性。网络的形式也被借鉴到了传统媒体中，比如说网络版主，在报纸等传统媒体上也有版主。传统媒体和新媒体的传播内容和形式在相互演变影响。

新媒体的产生使传播业态发生改变，各种媒体互动形成新的传播格局，是一种规律。当前形势下的报刊、广播、电视和网络分属于传统媒体和新媒体，你中有我，我中有你。网站的标题和版面在很大程度上借鉴报纸标题和版面的设置；网络音频的传播实际上就是广播电台的翻版；网站视频的传播类似于电视台节目的传播。网络媒体模仿报纸、广播和电视，是因为有传播的诉求，不光有点对点的传播，也有点对面的大众传播的诉求；不光有一对一的传播，也有一对众的传播诉求。在这种传播格局的形式下，就有规范性的诉求，不规范就传播得不远、传播得不宽，就不像报纸、不像广播、不像电视。你中有我，就是要像报纸、广播和电视等传统媒

体学习，有规范性的诉求。同时，还有我中有你，许多传统媒体比如报社、电台和电视台很多都建立了网站。建立网站就要遵循网络传播的规律，传播的时效性要强，语言要生动、平民化，有互动性。

研究新媒体背景下的广播电视语言，从上面的分析中看到：第一，是对规范性的诉求。无论是传统媒体还是新媒体，只要面向大众传播，就有规范性的诉求。不能说传统媒体都是规范的，新媒体都是不规范的，不能被表面现象迷惑。第二，无论是新媒体还是传统媒体，在历史发展的进程中，在几次媒介高峰中，各领风骚百十年。在这个过程中，他们的语言和形态相互渗透、相互交流、相互补充，这都是正常的、必然的。第三，语言的选择。无论是新媒体还是传统媒体，当然，新媒体更明显一些，在语言使用方面都在不断地更新。新词新语的产生，都有一个受时间和实践检验的过程。有些词语如流星一样，当时很时髦，一闪而过，抢眼之后消失在遥远的银河。有些，经过时间的检验，不光是留在新媒体发挥作用，也贡献给了传统媒体。这就要加强新媒体背景下的语言研究，研究其产生、发展和消失的规律，顺应媒体语言发展的规律。

二

认识把握新媒体背景下的传播规律，做好广播电视语言规划。广播电视语言规划要充分认识媒体的地位、作用和融合。当前报纸、广播、电视等传统媒体和以网络为代表的新媒体并存，在现实情况下，尽管各领风骚，但还是有主有次。报纸有报纸的一席之地，广播有广播的特殊地位，电视又有主流媒体的作用，网络有新媒体的新型特点。在日常的传播过程中，电视还是占主导地位，所以新媒体背景下的广播电

视语言研究，主要是研讨新媒体背景下的电视，包括我中有你的内容。电视中的网络，应该把它看成是一个综合体。新媒体背景下的电视不是过去的纯电视，应该把网络传播的功能包括进来，也应该关照你中有我的内容。我们通过网络观看的视频，比如网络春晚，都应该在研究范围之内。进而言之，也应该考虑到媒体语言规划方面的问题。在我国，媒体语言是面对全国各族人民进行传播的。《国家通用语言文字法》已经明确规定以国家通用语言文字为基本用语用字。同时，民族地区和方言地区经省级和省级以上广播电视主管部门批准，也可以用民族语言和方言进行传播，这是考虑媒体语言规划的一个法律依据。另外，还应该考虑到我国新时期改革开放的形势，一些广播电视有外语广播，以适应对外传播的需求，文化走出去战略的需求。就语种的规划来说，要贯彻《国家通用语言文字法》，要进行大量调研、调查，根据现实情况来规划。要加强对广播电视语种使用情况的普查和调查，制定具体的政策。方言地区对方言节目的需求是多少，什么节目适合用方言播出，方言节目播出的时间有多长，黄金时间段用多少，非黄金时间段用多长，方言和普通话的比例是多少，都需要研究。我国幅员辽阔，人口众多，经济社会发展不平衡，仍处于社会主义初级阶段。不平衡是初级阶段明显的特征，所以在制定政策的时候既要有大的方面统一，又不能一刀切，要根据各地具体情况进行规划。我们认为各地广播电视管理部门应根据当地的实际需求制定规划，使传播更符合实际，更符合大众的需求。没有区别就没有政策，要注意到区分性。广播、电视、网络等媒体语言都有规范的需求，但也不应一刀切。中央电视台新闻联播的播音员，和网站《大鹏嘚吧嘚》的主持人语言的规范性要求应该有区别，这些都需要从语言规划上研究。从语种、地区和媒体的

角度来看，政策规划不能一刀切，从传播的内容来看也不能一刀切。比如说湖南卫视的综艺节目和中央人民广播电台的新闻联播节目，所使用的语言样态是不一样的。这边可能是聊天式的，那边可能是播报式的、宣读式的。从语言使用者的角度来讲，也不能一刀切。记者的语言和播音员主持人的语言、和嘉宾主持的语言和新闻联播播音员的语言规范应该是不一样的，这样才符合实际，才更能够服务于我们媒体语言的现状，体现出政策服务和语言规划服务。从用词来讲，主流媒体应该是语言规范的榜样，尤其是播报样式的新闻节目应该是语言规范榜样的主体。从实际情况看，并不是所有的媒体都是榜样，也并不是所有的媒体从业人员的语言都是榜样，应区别对待。

三

新媒体背景下出现的问题及解决方法。其问题首先是对新媒体背景下广播电视业态情况认识不清，说起广播电视就认为都是规范的，说起网络就认为都是不规范的。实际上传统媒体与新媒体是你中有我、我中有你的关系，要加强对媒体业态地位、作用、影响和融合的认识。其次，对新媒体背景下的广播电视语言应加强语言规划，对不同地区、不同的人、不同的媒体、不同的节目、不同的时间段区别对待，在制定政策和语言规划上应该更细一些，更科学一些。既要有统一的规划，按照法律统一的执行，又不能一刀切。有些法律制定的比较粗，还需要细化，有些法律当时对新媒体现象还没有认识到，应该增加对这方面的语言规范的规划，从语言规划的角度应该提出语言的立法，新媒体网络语言的立法。媒体语言规划应该从实际出发，分层次地科学规划。在媒体中，电台的语言规范化程度较高，电视处于中间层，网络媒

体语言规范化程度最低，因此应该对网络媒体进行重点规划。从播音员来看，老一辈播音员语言规范化程度较高，而一些年轻同志则较低，因此，对新入行的媒体从业人员应加强国家通用语言文字培训，可以采取以老带新的方式。此外，在规划时还应细化到播音员、主持人、出镜记者，根据需要灵活作出规定。再次，从语言表达的现实情况来看，新媒体的出现一方面给语言表达增添了活力，一方面使语言表达不规范现象屡屡发生。在传统媒体和新媒体还没有很好融合的过程中，一些网络语言、方言、外来词语的滥用现象比较多。比如，有的央视主持人在主持央视网络春晚时，大量使用网络词语以此来显示自己懂网络语言。然而所使用的网络词汇既有旧的网络词汇，又有新的网络词汇，该用的时候用，不该用的时候还用，甚至还使用网民已经淘汰的词语。统计显示中央电视台网络春晚用的网络词语比网络节目《大鹏嘚吧嘚》用得更多，央视主持人的语音规范比较好，但在使用网络词汇方面还存在欠缺。《大鹏嘚吧嘚》的主持人不用通过使用网络词汇来标榜自己是网络主持人，只使用比较新颖的网络词汇、一些外来语和方言，显得俏皮活泼。在传统媒体和网络媒体还没有很好融合，没有深度融合的情况下，这是必然现象。针对这种现象，我们应该加强对语言内容的研究，使其更规范、更合理。解决这一问题，可以通过培训和轮岗的形式增强双方的融合。网络主持人，如果要上电视的话，需要加强吐字发音的练习，增加培训，并不是说网络主持就没有规范性的诉求。规范网络词汇的使用，对电视节目主持人在主持网络节目时怎样使用网络词汇，避免过度使用进行培训。运用轮岗的方法，电视节目主持人多去网络媒体主持，语言就更自然了，网络媒体主持人多去电视节目主持，语言就更规范了。比如网络节目主持人小白进入到央视后，语言

规范性得到了加强。另外,主管部门应及时推荐新词新语,及时公布哪些词能用哪些词不能用。统一外来语的使用,如“PM2.5”怎么念,“脸书”还是“面书”要尽快统一,及时跟进。目前,我国的网民数量已经4亿多人,但相对于13亿人口而言,大部分群众还没有接触到网络,对网络词汇的认知还比较低。而广播电视的普及率已经达到95%以上。很多词汇在网络上使用适合,应该网来网去,但是应用到传统媒体上很可能造成语义不明的问题。主流媒体在选择新词新语方面,应加以规范,尽量使用已经成熟的词汇,避免部分受众不明白,产生歧义。最后,普通话普及情况调查显示,普通话普及程度提高了,但普及的质量还有待进一步提高。2010年8月,为落实《国家中长期教育发展和改革规划纲要》,制定《语言文字规划纲要》,总结分析我国普通话普及的总体情况和特点以及阶段性规律和特征、普通话普及情况调查项目组对河北、江苏、广西三省(区)做了普通话普及情况调查。结果显示,与2000年调查数据53.6%相比,此次三个省(区)普通话普及程度均在70%以上。调查结果证明,经过10年的努力,推广普通话工作富有成效。然而,普及程度提高了,普及质量还有待进一步提高,能真正达到普通话水平测试标准的人群低于30%。大多数被调查者普通话水平限于能听懂状态,普通话表达有困难,规范化程度较低。媒体是推普工作的榜样,尤其是广播电视媒体。2010年的普通话普及情况调查结果显示,广播电视媒体对普通话学习影响力上升明显,看电视听广播是被调查者学习普通话的主要途径。媒体对于社会语言文字应用能力起到示范、促进和引领作用,媒体语言使用的规范化对社会影响巨大。《国家通用语言文字法》规定:“广播、电影、电视用语用字应当以国家通用语言文字为基本的用语用字;广播电台、电视台以