

鲁景超/执行主编

播音主持艺术

11

- 学术视野
- 教学研究
- 人才培养
- 节目研究
- 一线风采
- 人物访谈
- 来稿选登



中国传媒大学出版社

鲁景超 / 执行主编

播音主持艺术

中国传媒大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

播音主持艺术. 11/鲁景超主编. —北京: 中国传媒大学出版社, 2011. 6

ISBN 978-7-5657-0225-9

I. ①播… II. ①鲁… III. ①播音—语言艺术—文集 ②节目主持人—工作—文集

IV. ①G222.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 068747 号

播音主持艺术 11

执行主编 鲁景超

责任编辑 李水仙

责任印制 范明懿

封面设计 天字行设计

出版人 蔡翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电话 010-65450532 或 65450528 传真: 010-65779405

网址 <http://www.cucp.com.cn>

经销 全国新华书店

印刷 北京中科印刷有限公司

开本 730×988 毫米 1/16

印张 16.5

版次 2011年6月第1版 2011年6月第1次印刷

ISBN 978-7-5657-0225-9/G·0225 定价: 45.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

【学术动态】

在《继承传统 创新发展——纪念人民广播播音七十周年研讨会》上的致辞

鲁景超/1

继承传统 创新发展

——纪念人民广播播音诞辰 70 周年研讨会简记

马 谛 卢 静/3

【学术视野】

语言传播大众化的民族文化印记

李洪岩/8

引导与建立:主持人文化影响力对受众价值观念的影响

曾志华/14

关于电视新闻传播改革的思考

罗 莉/20

论新闻直播节目中主播的信息集成能力

——兼论语言传播主体的“一专多能”

陈晓鸥 叶原嘉/26

媒介融合下广播有声语言传播的对策

柴芦荃/32

美国电视新闻主播形态发展概述

查 谦/39

【教学研究】

关于播音主持专业教育拓展的一点思考

杜 宪/46

播音主持专业评价是保证教学质量的必由之路

马玉坤/52

兴来如答 即兴而言

——谈播音主持教学中“艺术生命的激活” 徐树华/56

情感是有声语言的基础 马桂芬/65

树立专业理念,打好理论基础

——以播音主持艺术概论课程教学为例 喻梅/72

关于电视新闻评论播音主持教学的几点思考 仲梓源/77

“节目语境训练”在播音主持专业教学中的可行性与操作性分析

潘洁 孙燕/85

播音主持专业普通话语音教学之我见 吴洁茹/92

试论模仿方法在发声教学中的使用

——以典范作品模仿为例 孙艳梅/98

广告配音市场“生存法则”及广告配音教学探索

——从六则寓言说起 张鹞/105

解读播音主持时构字器官发音动作控制的积极作用 王杨/114

播音教学中的电子设备使用与教学网络化 陈京生/121

【人才培养】

新时代新闻播音教学的新思路

——新闻“主”播培养之探索 成倍/129

驾驭形象是播音主持从业者必须具备的专业能力 赵小钦/140

节目主持人良好话语习惯养成之路径浅析 熊征宇/144

从语言沟通原则看主持人话语习惯的建立 张路斯/148

浅析电视气象节目主持人专业能力的培养 宋晓阳 刘超/153

新加坡华语播音的内容取向与人才培养 陈雅丽/159

【节目研究】

在“及时行乐”背后

——试析电视娱乐节目的社会功能 翁佳/165

电视谈话类节目主持人的角色及功能定位 刘楠/172

浅谈电视法制节目主持人的人文关怀意识	郭 杰/184
我国电视综艺娱乐节目现状分析及主持人面临的挑战	窦 璐/188
浅析广播节目主持人的创新性思维	汪海燕/197
再谈主持人的“一专多能”	
——从《南京零距离》到《非诚勿扰》看孟非的主持之“道”	戴 冲/203
婚恋速配真人秀节目的主持人如何把关	张 雪/211

【一线风采】

电视购物节目主持艺术及其评价研究	宋晓蓉/216
播音主持艺术创作中的“进”与“退”	任 璐/225

【人物访谈】

永不消逝的电波	
——方明老师访谈录	刘 卓/234

【来稿选登】

浅论女主持人的魅力构成	李 瑶/243
电视出镜记者的情感表达	曾芝星/248
全媒体时代下广播的超越	
——以北京交通广播为例	龙煦霏/254

后 记/259	
---------	--

【学术动态】

在《继承传统 创新发展——纪念人民广播播音七十周年研讨会》上的致辞

鲁景超

2010年12月17日

尊敬的各位领导、各位前辈、老师们、同学们：

首先请允许我代表本次研讨会的主办方：中国传媒大学播音主持艺术学院向莅临本次会议的各位来宾表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

历史不会忘记，1940年12月30日，伴随着“延安新华广播电台，现在开始播音！”的呼号，中国共产党领导的人民广播播音事业开始了艰难曲折的发展历程；历史也不会忘记，一代代播音工作者恪守职责，不辱使命，用声音传播真理，记录历史，讴歌时代，服务大众。1948年，齐越受命播送《中共中央关于土地改革和整党工作的重要指示》，毛主席要求：“不要播错一个字”。齐越经过一小时的紧张准备，3300字一气呵成。之后，孟启予和齐越又在毫无准备的情况下，播出了《解放济南捷报》，第一时间向全中国传递出胜利的消息。回顾人民广播的历史，多少次准确无误地播音，多少次圆满地完成任务，播音员始终站在时代的潮头，忠实地宣传党的方针政策，与人民的命运息息相关，与祖国的命运休戚与共。七十年风雨兼程，七十年不懈努力，一脉相承的是对党的新闻事业的赤胆忠诚；七十年筚路蓝缕，七十年薪火相传，始终坚守的是新闻工作者神圣的责任和使命。今天广播电视发展到一个新的历史阶段，需要更多的后来者接过延安的火种，继往开来，不断前行！

胡锦涛总书记在论及发展我国教育事业问题时，曾明确指出：“全面实施素质教育，核心是要解决培养什么人、怎样培养人的重大问题。”从中国人民广播播音事业诞生之日起，“培养什么人、怎样培养人”这一主题，就像一条红线，贯穿始终。

“问渠哪得清如许，为有源头活水来”，在全球化日趋逼近、受众需求日益丰富、媒介技术日新月异、现有传播格局面临巨大变革的新形势下，尤其要弄清我们的源

头在哪里,我们的根在哪里,这也正是我们举办此次研讨会的初衷所在。

如今,中国的广播事业又站在了一个新的起点上,让我们铭记历史,继承传统,创新发展,再创辉煌!最后,预祝本次会议取得圆满成功!谢谢大家!

(作者单位:中国传媒大学播音主持艺术学院)

继承传统 创新发展

——纪念人民广播播音诞辰 70 周年研讨会简记

马 谛 卢 静

1940 年 12 月 30 日,伴随着“延安新华广播电台,现在开始播音!”的第一声呼号从电波中传出,中国共产党领导的人民广播播音事业诞生了。为纪念这个具有特殊历史意义的日子,2010 年 12 月 17 日,由中国传媒大学播音主持艺术学院主办的“继承传统 创新发展——纪念人民广播播音七十周年研讨会”在中国传媒大学国际交流中心隆重举行。延安市委常委、副市长冯继红,国家广电总局原副总编辑、研究员黄勇,教育部语言文字应用研究所所长姚喜双,北京人民广播电台台长汪良,原北京广播学院副院长、中国新闻史学会会长赵玉明,播音主持艺术专业创始人之一、原北京广播学院资深教师马尔芳,中央人民广播电台著名播音员葛兰、铁城、徐曼、常亮、雷阳、马黎,中央电视台著名节目主持人敬一丹,长江学者、中国传媒大学文科科研处处长、《现代传播》主编胡智锋等业界、学界的领导、专家以及部分高校教师代表、学生代表,共 150 余人出席了本次研讨会。研讨会由播音主持艺术学院副院长李洪岩主持。

重温光荣传统,感悟延安精神,牢记神圣使命

研讨会上,中国传媒大学播音主持艺术学院鲁景超院长代表学院向全体与会者发表了热情洋溢的致辞。她用精练的语言简要回顾了中国人民广播播音 70 年走过的光辉历程;重申了播音工作者要“用声音传播真理,记录历史,讴歌时代,服务大众”的宗旨;希望大家“在全球化日益逼近、受众需求日益丰富、媒介技术日新月异、现有传播格局面临巨大变革的新形势下,尤其要弄清我们的源头在哪里,我们的根在哪里”,要坚守新闻工作者神圣的责任和使命,“接过延安的火种,继往开来,不断前行”。

延安市委副书记冯继红在发言中说,中国传媒大学播音主持艺术学院举办此次纪念研讨活动,对于继承弘扬人民广播优良传统,交流探讨播音主持理论,培养优

秀的新时期播音主持人才,促进我国广播电视传媒事业发展具有十分重要的现实意义,必将产生深远的影响。希望新时期的播音员主持人继续发扬延安广播播音的光荣传统,恪尽职守,不辱使命,再创人民广播播音事业的新辉煌。

国家广电总局原副总编辑、研究员黄勇在发言中用“忠诚使命、艰苦奋斗、服务民族解放、服务人民大众”四句话精辟概括了崇高的延安精神。他说,新世纪以来我国广播电视事业已进入整体转型的战略新阶段,要使传统的广播电视焕发出新的活力,并在新的传媒格局中继续占领重要阵地,有赖于全体广电工作者继续发扬延安精神,不断地努力奋斗。

中央人民广播电台播音指导葛兰在发言中回忆道:“齐越老师是我的启蒙老师,他那种一丝不苟、严肃认真的工作作风,特别是对待同志的那种热忱,永远令我感动。记得有一次,齐越老师提前来到班上,把一个3000多字的介绍大型文艺节目的任务交给了我,让我先一字一句地念给他听,然后,又耐心地为我指正,帮我顺利地完成了这个分量很重的任务。我的进步成长离不开齐越老师的培养教育”。葛兰还满怀敬意地追思了她的老伴、战友、播音前辈夏青。她说夏青一生对名对利非常淡漠,最爱的就是买书、看书。之所以有人管他叫“活字典”,之所以他的播音能够做到层次清楚、逻辑性强、有深度,这和他深厚的文化底蕴是分不开的。播音前辈们的优良传统值得各位晚生后辈学习。

中国传媒大学播音主持艺术学院副教授马桂芬怀着崇敬的心情说:“齐越老师身上有三点优良品德最值得我们学习:第一是爱岗敬业,兢兢业业,一丝不苟;第二是乐教勤业,不辞辛苦,身先士卒;第三是爱生传业,不计名利,真诚授业。”

中央人民广播电台资深播音员、原《空中之友》节目主持人徐曼在回顾自身播音创作经历时说:“播音工作没有小事,我们身上永远要有播音工作的责任感和使命感。在两岸闭塞,亲人之间见不着面、听不到声音的时候,我能有一个机会,能在话筒前对台湾同胞播音,我的声音每天都能传过去,给台湾的听众朋友带去安慰,带去理解,带去希望,使他们能够了解到祖国大陆的真实情况,我感到十分幸福!只要我们诚心诚意地去帮助听众朋友解决问题,他们一定会信任你;只要你爱你的听众朋友,兢兢业业地去工作,你就能够得到听众的信任,得到他们的回报,成为他们的朋友。”

中央人民广播电台播音指导常亮认为,播音员应该德艺双馨,这个“艺”就是要长自己的本事。随着形势的发展,这个“艺”绝不单单是唇舌有力、嗓子好就行,还需要不断丰富头脑,需要不断进行教学改革。他认为,干播音主持这个专业的思想认识一定要非常清醒,要和中央保持一致。因为我们是党的宣传员,我们的思想境界应该站得高一点,想得远一点,要为祖国的兴旺发达做出自己的贡献。

原北京广播学院副院长、中国新闻史学会会长赵玉明建议编一本反映解放区

播音的回忆录,即从1940年开始,由延安时期的播音、开国大典的播音等几部分组成。同时,争取把当时的听众反映也编进去。保留这段历史的完整,有利于把第一代播音人开创的人民播音优良传统长期发扬下去。

中央人民广播电台播音指导雷阳认为,中国人民广播事业与中国的发展进步、改革开放相伴同行、共存俱进,与中国社会民生息息相通。相信经过老中青几代广播人的共同努力,一定能够迎来中国人民广播事业更加美好的未来。

认清形势,明确职责,关注广播播音主持理论研究

中央人民广播电台播音指导铁城在发言中结合传媒发展新形势,提出了三个值得研究的课题:一是在创建和谐社会的进程中媒体要担负什么责任。中央把话语权下放,媒体可以自己选题,我们究竟应该怎么做,播音员主持人如何担当好媒体的代言人的问题;二是随着老百姓对信息需求的增大,我们的媒体如何帮助老百姓获得知情权和话语权,在满足老百姓信息需求的同时,在舆论上予以正确引导,使其健康地向前发展的的问题;三是科学技术进步了,传播现代化了,我们如何利用这种进步建立有利于与受众沟通的创作语态与心态的问题。

北京人民广播电台汪良台长对广播的未来发展提出了三点主张:首先要坚持“广播为体,新媒为用”的方针;第二要大力普及广播,发挥广播具有的及时性、伴随性,以及不受文化限制等优势;第三要继承发扬延安精神。如果能够秉持这种精神,不断进取,我们的广播事业就一定会兴旺发达。

教育部语言文字应用研究所姚喜双所长对播音创作的基本矛盾进行了阐释。他认为,尽管随着媒体的发展,创作主体、受众,还有创作依据,在不同的年代、不同的媒体时代,都会发生变化,但传和授的基本矛盾依然存在。作为传这一方面,可以是广播员、主持人、评论员来传播,也可以人机互动,还可以用机器来合成,但是,传的主导作用最终是不变的。因此,创作活动首先要认清基本要素和基本矛盾。

长江学者、中国传媒大学文科科研处处长、《现代传播》主编胡智锋从播音主持人才培养、科学研究以及社会服务三个方面谈了自己的思考。他认为:在人才培养方面,应该培养德才兼备,具有人文性、专业性和本土性结合的国际化的人才;在科学研究方面,应该把历史的研究和现实的研究结合起来,把国家需要和专业需要结合起来,把现实需要和个人兴趣结合起来;在社会服务方面,应该在对一线的播音主持的学术服务和教学服务中找到我们的价值。不仅不能脱离一线,而且要在紧密接触中及时地用我们的专业积累回应/回答播音主持过去、现在和将来面临的各种问题。

中央电视台播音指导、著名节目主持人敬一丹在发言中,就70年来播音主持

的“变”与“不变”阐述了自己的观点。变化的是：第一，从“宣传机构”到“媒体”的这种改变带来了播音主持话语方式的变化；第二，我们和观众之间的关系由过去的居高临下的宣誓变成现在更多的平视、注重参与和互动；第三，媒体环境的变化。现在任何媒体都离不开新媒体，如果不考虑新媒体，我们探讨一切都会缺少时代性、针对性。不变的是：（1）我们始终要与时代同行，这个是不应该变的；（2）对内容的注重也是不应该变的；（3）对受众的尊重和理解，这也是不应该改变的；（4）广播对社会的影响不会改变。接着，她对当下的广播提出了自己的思考与期待：今天的广播有没有有力量的言论？有没有旗帜？有没有灵魂？有没有意见领袖？今天的播音员和主持人还能不能产生“大家”？播音员和主持人这个队伍能否多一些成熟度，有一些沧桑感，增加一点信任感，给我们的受众带来稳定感、信赖感和更大的影响力？

中央人民广播电台播音指导、著名节目主持人马黎认为，一个称职的主持人，必须要思考很多主持之外的问题，学习更多的节目所需的相关专业知识。唯有这样，主持起节目来才能非常内行，说出来的话才能让人信服。

中国传媒大学播音主持艺术学院教授马玉坤认为：播音主持业务的发展变化，既有其自身内在的因素，也有偶然的社会原因，更有深藏在背后的历史观念的牵制。我们现在在播音主持业务方面的探讨，更多的只局限在形式上，不能不说是制约我们发展的最大障碍。

中国传媒大学播音主持艺术学院教授赵俐结合当前的播音发声教学实践进行了反思。她认为：用声不是一个简单的发音能力，更多的是表达能力，背后又有文字感悟能力和生活感悟力，感悟力之外还有学习能力。我们要把当前的播音发声教学创造性地推向前进，需要处理好传统的理论和方法与当代播音主持的语境及学习者之间的关系。

中国传媒大学播音主持艺术学院副教授栾洪金从三个方面分析阐释了广播的可持续发展空间。一是，移动收听潜力巨大。广播的“移动收听”使其“无所不在”、“无处不及”；二是，应急广播彰显力量；三是，网络让广播更精彩。网络上不仅能使受众自由选择节目，而且能够做到声画同步、动静结合，使信息的传播真正实现全方位、立体化。

中国传媒大学播音主持艺术学院副教授陈晓鸥以中央人民广播电台《中国之声》节目为案例，就其播音主持方面的特色总结了三点：第一，传播国家之声，保持“最权威”；第二，突出现场之声，彰显“最新闻”；第三，强化监督之声，追求“有思想”。她对《中国之声》提出了四点期待：一是保持准确清晰的规范之声；二是保持庄重大气的自然之声；三是保持分寸恰当的思想之声；四是保持富有活力的生命之声。

中国传媒大学播音主持艺术学院讲师郭杰就如何办好少儿广播节目提出六点建议:一要了解少儿的心理特点;二要遵循办节目的规律;三要开拓收听市场;四要发挥少儿广播节目的娱乐教育功能;五要发挥传统优势;六要充分利用先进的技术手段,开拓少儿广播节目的新天地。

重庆大学美视电影学院播音与主持教研室主任、副教授马欣从广播媒介发展对播音创作及人才培养方面的需求发表了看法。他认为:随着广播一线播音创作的发展,专业教学机构需要紧跟时代潮流,积极探索不同的播音艺术创作模式,并根据不同的创作模式培养人才,要注重提升学生的综合能力,为新时期培养符合播音创作需要的专门人才。

湖北黄冈师范学院新闻与传播学院讲师李强认为,播音创作者应该积极运用多种媒体传播的现代化优势,开辟多种创新渠道,在继承传统的基础上,推动广播媒体的进一步改革。

研讨会紧扣“继承传统、创新发展”的主题,开得热烈有序,收到了较好的效果,达到了预期的目的。中央电视台、北京电视台、北京人民广播电台、《光明日报》等多家媒体对本次研讨会进行了报道,人民网全程直播了本次研讨会的实况。

(作者单位:中国传媒大学播音主持艺术学院)

【学术视野】

语言传播大众化的民族文化印记

李洪岩

语言传播借助广播电视媒介有了更广阔的传播平台,听众、观众多了,自然要考虑受众的接受能力和传播效果,内容不宜难,态度不宜冷,口味不宜偏,方式不宜硬,由此使得语言传播形成了大众化的传播态势。

与大众化相应的是跨文化传播也在发力——大众化意味着受众群体的扩大,突破民族文化界限的跨文化传播从技术层面到战略层面都在时时得以推进。

与大众化相生相克的另外一面是民族文化的传承与弘扬。民族性相对来说是属于小众的,文化圈也往往被认作是小众化的俱乐部,于是给人一种印象,广播电视语言传播越是讲求大众化,就越是与民族文化格格不入。

那么,语言传播大众化的民族文化印记是否存在,大众化与民族文化遗产之间是否可以协调发展,就成了广播电视语言传播研究中带有战略性质的课题。

—

语言传播大众化趋势与民族文化遗产、弘扬之间确实存在冲突的可能。

首先,大众性与文化性的冲突表现在大众化趋势经常存有“去文化”的倾向。如今广播电视传播竞争很大程度上表现在对受众的争夺上,但凡有哪个节目赢得了很高的收视率,接下来便会有大量类似的节目出现在各个电台、电视台中。你讲故事,我就把故事讲得更离奇;你来个“大家唱”,我就来个“记歌词”;你“相亲”,我就“约会”;你有“超女”,我就有“好男”。虽说各个节目彼此存在差异性,但其本质却很接近,而目的更趋一致,那就是只要某一种节目吸引眼球了,就会以此为风向标,扎堆出现一批同类型的节目以期博得受众的关注。可以想见,这种趋同的追逐(而非追求)缺少了文化积累该有的厚积薄发,缺少了文化思考的独立观照,至少是

缺少了文化追求所应具有的态度,更不用说深入挖掘文化内涵、树立文化理念和传播具有文化含量的内容了。

其次,传播大众化趋势会产生跨文化传播的冲突。上文提到的节目影响力的示范效应不仅会在同一民族文化圈中产生影响,而且在跨文化传播领域中也会有明显体现。大家所熟知的苏珊大妈在《英国达人》选秀节目中声名鹊起后,平民选秀就成为常见的节目形态,可是成功的移植并不多,有的节目的确是重在展示“才艺”,也有成功的可能,但有的节目却真的只是展示“秀”,因此往往只是昙花一现,加之传媒环境、受众接受心理等差异使得不少克隆的节目水土不服,更不用说“克隆”本身就不是一种尊重知识产权的行为。

不过另一方面,语言传播大众化趋势也为民族文化遗产创造了便利条件。

这种便利条件突出地反映了民族文化意识的觉醒。比如北京奥运会开幕式的中国元素不仅极大地满足了本土民众的心理需求,而且也极大地吸引了海外观众的目光。众口一词的高度评价反映了民族文化的广泛适应性,它不仅适应本民族受众的欣赏口味,而且也适应其他民族求新求异的心理需求。可以说,民族文化遗产在大众化趋势中不会像人们想象中的那样受到挤压,恰恰相反,它以满足不同心理需求的方式为自己赢得了更广阔的发展空间。

心理层面得到满足的同时,技术层面则为语言传播大众化提供了基础条件和广阔平台。传统媒体对语言传播大众化趋势起到的推动作用本已不言而喻,而新媒体的传播能力更不容小觑,2010年的词频统计显示,“新媒体是人们在观察和论及媒介领域时提及率最高的第一热词,比人们提及‘传统媒体’的几率高2.8倍”。^①人们运用新媒体进行传播更为方便,使用量也更多,借助新媒体出现的博客、播客、拍客会把自己的所观所想传播到更大范围,个体化的传播者甚至成为不少重大新闻的最初来源地,不论是有声语言还是文字,传播的自发行为有着更为广泛和深远的大众传播影响力。不过,同时人们也很不乐观地发现,轻则不规范、重则不真实甚至粗陋的传播内容也大量存在。作为重要传播手段的语言传播(同样包含有声语言和文字)当然也存在失范、粗鄙的现象,因而对语言传播进行规范和引导的任务也更加艰巨。

可见,不论是大众化的“去文化”倾向,还是大众化的“去高雅”现实,都客观上对强化语言传播的文化性提出了要求。由于民族性与文化性有着不可分割的关系,而且民族文化具有强大的涤荡净化功能,因而讲求语言传播的民族文化性已经成为传播理性不可或缺的构成部分。

^① 中国人民大学新闻学院与中国人民大学新闻与社会发展研究中心:《中国传媒发展指数报告(2010)》,转引自《光明日报》,2010年5月12日。

二

与民主化相伴的信息公开进程对大众传播领域中的国家形象塑造作用巨大。

如果说新媒体发展使普通民众获得了发言的机会,那么2008年5月1日起实施的《中华人民共和国政府信息公开条例》则规定了行政机关要主动公开政府信息,而且条例中特别要求,行政机关应当将主动公开的政府信息,通过政府公报、政府网站、新闻发布会以及报刊、广播、电视等便于公众知晓的方式公开。^①其中直接涉及传媒领域的网站、新闻发布、报刊、广播、电视等都被提及。可以说,大众传媒成为政府形象塑造和展示的重要窗口。而结合大众传播全球化趋势来看,政府形象的塑造与展示必然也是国家形象塑造、展示的重要组成部分,当然也是民族文化形象的典型表现。

曾任驻外大使的外交学院原院长吴建民根据亲身经历认为,中国今后发展很大的障碍是中国在世界上的形象存在被扭曲的认知,而其原因与外国的媒体报道有关,也和中国官员尤其是新闻官员交流能力欠缺有关。^②国外媒体的报道反映了外媒传播视角及传播方式存在的问题,这本已说明了跨文化传播中存在认知冲突,而中国新闻官员交流能力欠缺则进一步反映了传播能力在跨文化传播中的作用。可以说,传播所起到的作用不仅仅是实现基础层面的信息流动,更会作用于观念层面的思想、情感、意识的碰撞、沟通与理解。

对外的国家形象塑造,对内的政府服务能力提升,都对语言传播能力提出了高标准的要求。不少行政机构在做好实事的前提下也积极地借用传播手段优化服务效果,2010年8月31日,浙江省委党校、省委外宣办共同签署“关于发挥省委党校教育平台作用,加强领导干部舆论引导能力建设合作意向书”,双方整合资源,在省委党校开设的各类班次中分层次、分类别进行课程培训,提升参训对象的新闻发布及与媒体的沟通能力。^③这则事例表明,新闻发言人制度实施及新闻发布会召开的目的,不是要求行政机构面对媒体时进行简单应对或应付,而是为了更好地借助媒体实现各级政府部门准确传达信息、发布政令、沟通群众、服务社会的初衷。

以上这些对内对外的传播现象都从深层次反映出语言传播在大众化传播领域里所具有的几个特性:一是语言传播具有普遍适用性,包括而不限于广播电视领域,社会各领域各阶层的人士都要借助语言进行交流,而且要讲求交流传播效果。二是语言传播具有思想意识性,它不是仅仅停留在信息流动层面上,而是深入到思

① 参见中华人民共和国国务院令 第492号《中华人民共和国政府信息公开条例》,2007年4月5日公布。

② 参见吴建民:《中国官员需修“对外交流课”》,载《人民日报》,2008年11月20日。

③ 参见江南:《新闻发布会开到浙江省委党校课堂 面对媒体成必修课程》,新华网,2010年3月24日。

想的交流和感情的沟通上,并且以达成共识和感情融洽为长远目标。三是语言传播具有文化融通性,在本土文化内部寻求彼此的认同,在跨文化交流中则寻求互相了解、理解及彼此的尊重和赞赏。这三个层面既反映了语言传播大众化进程中必然涉及的环节,也反映了传播适用广度的拓展和传播文化深度的挖掘。

从目前语言传播的发展进程来看,广播电视语言传播广受关注并正等待着进一步提升其质量,推出精品、塑造经典是当务之急;社会范围内对语言传播能力重要性的认识已然加强,但重要的是不能仅重视信息交流层面,更要上升到思想沟通层面、文化形态层面。

三

大众化的语言传播特色时时都会凸显民族文化心理特征。

由于语言传播活动需要顾及传播的广度及效果,因此“文化”二字不必时时挂在嘴边,但却须臾不能脱离,只能细心揣摩受众心理,并以适合受众接受的方式进行传播。这样的语言传播特色需要与受众的接受习惯及传播的时代风格紧密结合。

接受习惯是民族文化心理的行为化表现。看似是受众个体生活中的喜好,其实经常会反映一个民族积淀多年的文化心理。比如重视整体是东方人特别是中国人最具特色的思维方式,中国传统审美范畴中的意境所赖以生成的抽象思维也与此有关。这种民族化的思维方式有着上千年的传统,《淮南子》说,“绣以为裳则宜,以为冠则讥”,意思是“在衣服上绣上花是美的,如果在帽子上绣上花就要被人笑话了。这就是说,把个别特征、个别形状(线、形、色等等)孤立起来,是无所谓美丑的。美丑在于整体形象”。^①马致远在词《天净沙·秋思》中并没有直抒其惆怅的心情,而只是用了“枯藤”、“老树”、“昏鸦”、“小桥”、“流水”、“人家”、“古道”、“西风”、“瘦马”等名词,但这些名词代表的孤立的意象叠加在一起以后所构成的景象却把作者的心情淋漓尽致地表现了出来,这就是靠欣赏者重整体的思维将其整合起来以后而产生的。我们评判一部播音作品的好坏,从整部播音作品角度讲是要重视其风格,而风格恰恰是从整体角度进行品鉴的美学范畴。

时代风格是民族文化意蕴的阶段性的显现。语言传播的风格特色,不能一成不变,更不能抱残守缺,节目特点、主持特色等等与风格有关的范畴都应遵循随着时代发展而不断变化的规律。“各个历史时期大都具有一定的主导风格,而同一时期的艺术家在艺术风格上又表现出某种程度的统一性”,^②因此可以说,时代风格往

① 转引自叶朗:《中国美学史大纲》,上海人民出版社1985年版,第167页。

② 戴碧湘、李基凯等:《艺术概论》,文化艺术出版社1983年版,第226页。