

BOYINZHUCHI

播音主持艺术技巧丛书

吴郁 主编



主持人

思维与语言能力
训练路径



中国广播电视出版社

播音主持艺术技巧丛书

吴郁 主编

主持人

思维与语言能力
训练路径

中国广播电视出版社

图书在版编目(CIP)数据

主持人思维与语言能力训练路径/吴郁主编. —北京:中国广播电视出版社, 2005. 1

(播音主持艺术技巧丛书)

ISBN 7 - 5043 - 4487 - 7

I. 主... II. 吴... III. ①主持人—思维方法—训练②主持人—语言艺术 IV. G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 120202 号

主持人思维与语言能力训练路径

主 编	吴 郁
责任编辑	高子如
封面设计	郭运娟
责任校对	张莲芳
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	廊坊人民印刷厂
开 本	850 毫米×1168 毫米 1/32
字 数	280(千)字
印 张	13.25
版 次	2005 年1月第1版 2005 年1月第1次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 7 - 5043 - 4487 - 7/G · 1716
定 价	27.50 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

前 言

主持人,无论广播节目主持人还是电视节目主持人,主要是通过说话来主持节目的,有人戏称主持人是吃“开口饭”的。什么是“开口饭”?过去,把以表演戏曲、曲艺等为职业呀吃开口饭。如今,“开口饭”早已不是某种职业、某个行当的代称,而约定俗成地纳入了人们玩笑、调侃、自嘲、自谦的话语系列。若细究起来,“开口饭”应该是个中性词,有多重的含义:本义强调声音技巧对意义的辅助性;贬义的一面直指“耍嘴皮子”;调侃自嘲里却有“吃开口饭”的甘苦和不易,明摆着有褒义含在其中。对于主持人的“开口饭”,向来有褒有贬,事实上众多主持人的综合素质、语言能力也确实良莠不齐,有的令人交口称赞,有的则遭人诟病。君不见,冯小刚的贺岁片《手机》里为主持人开设“台词课”,还特意安排身为谈话节目主持人的主人公严守一在录制节目时“忘词儿”,“戏”外之意无非是在讥讽现实生活中一些主持人“没有脑子”,只会背诵别人的词句!

主持人在节目中的说话,有的有现成文稿,如新

闻主播之于一条条消息、资讯,如大型庆典式晚会的串联词;可有的却时时都处在“进行时”的交流中,如对嘉宾的采访、与受众的沟通,又如娱乐节目中的互动,等等。主持人有没有文本做依据,由于主客观情况的不同,由于节目的需要或主持功能的区别,在实际工作中并无泾渭分明的界限,也不能简单地将它视作水平高低的分水岭。不过,那些称职的主播一定会对消息文稿作出处理,不仅赋予书面语以口语传播的特色,为了方便和吸引受众收听、收看还要修改导语或加上巧妙的串接;那些能深入采访对象心灵或善于煽情和调动气氛的现场主持高手,也决不会疏忽前期的准备,单凭感觉往前“趟”。可以肯定地说,无论工作方式、节目形态有怎样的差异,为受众所称道赞赏的主持人都有一个共同点——所有的用脑、用心和功力,都要在语言传播当中经风雨,见世面。

人所共知,语言和思维有着千丝万缕的联系,语言是思维的重要工具,同时语言又是思维的产物——思想之最直接、最普遍的物化、外化的载体,尤其对于主持人来说,思想也好,感情也好。态度也好,传播信息也罢,谈话沟通也罢,主要靠语言来表达。打个笨拙的比喻,思维好比是语言的灵魂,语言就像思维的衣裳,健康高尚的灵魂,倘若破衣烂衫,往往会造成接受的障碍,相反,衣裳即使漂亮整洁,但魂不附体或魂不“符”体,一样不被人接受。

主持人的语言能力,理所当然地成为人们关注的焦点,于是乎,许多钟情节目主持的朋友把提高语言功力作为一项至关重要的专业素质来对待,这无疑是非常正确的。我一直认为主持语言包括内容和形式两大方面,“内容”不仅指语流中体现出来的对播出文本的准确把握,还包括主持人的话题筛选、立

意定向、角度选择、思路展开等;“形式”又可细分为“言语组合”和“传情达意”两个层面,“言语组合”特指主持人的话语选择和编码能力,以及对栏目定位、目标受众特点话语方式的敏感、自觉程度;“传情达意”特指主持人有声语言的明晰性、表现力、感染力、影响力。

目前专业院校对主持人语言功力的培养,一般对语言形式的“传情达意”层面关注得更多,这方面确实也形成了许多符合规律且行之有效的训练方法。诚然有些很有见地的教师已经着手“言语组合”能力的训练,这是令人欣喜的。但是就当前的实际情况而言,在主持人语言教学及实践中不能不说还存在一个误区或盲区,一些争功近利或不明就里的学生乃至主持人,误把“语言游戏”、“掉书袋”当法宝,有的把著名主持人的语言转化为某些“套路”加以克隆,希图“新瓶装旧酒”以不变应万变,还自以为找到了提高语言功力的捷径……结果受众的反馈中“贫嘴滑舌”“话痨”“废话篓子”“缺乏个性”“空洞大话”“虚伪的套话”等批评纷至沓来。对此,我们不得不问:语言究竟是什么?语言背后究竟有什么?

这里我无意从学术层面讨论语言的本质,也不打算从哲学层面或心理学层面讨论语言和思维的关系,只想采撷语言在色彩斑斓的生活大海中的一些浪花,和读者一起看看语言中折射出了哪些美妙的东西。

浪花之一

刚刚过去的春节,我和大家一样收到许许多多短信,热情洋溢,五光十色,种种修辞手法真是八仙过海各显神通,看得人笑在脸上,喜在心里。在大同

小异的贺年短信中有如下两条别具一格：

从延髓出发沿迷走神经穿颈静脉孔出颅绕左锁骨下动脉越主动脉经左肺根后达胸椎第六块左前方我终于找到那个角落的祝福送给你，春节快乐，万事如意！

我问过烦恼了，它根本不爱你，还说永远不理你，让我转告你不要自作多情！还有，健康让我带封情书给你：它暗恋你好久了，并且一生不变！

前一条似“怪味豆”，神头鬼脑地说“绕脖子话”，一本正经地“耍花枪”，故弄玄虚地铺垫了半天，落点还是最直白最本质的“春节快乐，万事如意”，不过特定语境中诡谲的用语倒也让人哑然失笑。其用心无非为的新奇好玩，避免千篇一律，落入俗套。

这后一条十分另类，剑走偏锋，出其不意，用与常规道贺“对立”的方法，摆脱一般的贺年思路和喜庆词儿，用了那么多负面的、贬义的“恶词狠语”，什么“根本不爱你”，“永远不理你”，“自作多情”，乍一看真是“吃惊”和“迷惘”，“什么人捣乱？！”“谁发错了吧？”我把这条短信转发给朋友，岂料他们几乎都打来电话报告先则以“惊”后则以“喜”的感受，赞赏它的幽默和奇巧，使得惯常听到、见到的“健康、快乐”的祝辞陡增情趣。

这两条短信，字面上是语言的俏皮，独特的语言表述方式背后是什么？诡异的笔调恐怕得依托解剖学知识，而力透纸背的，我们看到一种独特的思维方式——逆向思维。短信写手超越惯性思维，跳出单向的线性思维、另辟蹊径，取得了与众不同的新奇而幽默的效果。据此，我们不难领悟“语言不仅仅是语言本身的事”的含义，显然，思维方式在语言组合表述方面起着前导的、启动的作用。

浪花之二

比喻,是人们最常见、最熟悉、使用频率最高的修辞手法,学贯中西的大师钱钟书的比喻运用脍炙人口,随手拈《围城》中的几处:

方鸿渐看唐小姐不笑的时候,脸上还依恋着笑意,像音乐停止后袅袅空中的余音。

她眼睛并不顶大,可是灵活温柔,反衬得许多女人的大眼睛只像政治家讲的大话,大而无当。

没有一样东西可口:上来的汤是凉的,冰激凌倒是热的;鱼像海军陆战队,已经登陆了好几天;肉像潜水艇士兵,会长时期伏在水里……

在宴会上把嘴收束得像眼药水瓶口那样的小。

他那晚上的睡眠,宛如粳米粉的线条,没有粘性,拉不长。

这些信手拈来的比喻,或让你忍俊不禁,或令你展开想象的羽翅品味通感的美妙,或于平淡中异峰突起,从相貌描述轻巧一跳直刺向官场丑态的深处,准确深刻、入木三分。钱钟书先生还曾以“如水中盐,花中蜜,体匿性存,无痕有味”来说明“理之于诗”的佳境,好一个简洁形象、精到绝妙,让人拍案叫绝、回味无穷的比喻。

从语言文字角度看,比喻是重要的文学手法,是修辞学研究对象,使用者意在避免语言的单调乏味或陈词滥调,努力探寻使词语焕发生机的途径和表达意义的新颖意境。从思维角度看,比喻本是一种典型的形象思维,但是妙就妙在它把两种性质根本不同的东西联系起来,建构起一种新的意境,这又进入到思维方式的方法论层面。从认识论以至人文的角度,值得称道的比喻无不渗透着作者的语言造诣、

生活感受、人生体验,以及集天赋与勤奋于一身的个人的灵性。难怪先哲亚里士多德说:“比喻是天才的特殊标志,因为比喻的能力是认识相似性的能力。”^①

显然,语言的能力不能仅仅就语言谈语言。从语言的共具性层面看,它既可以美轮美奂,也可能龌龊不堪,诗人顾城曾在世界笔会上用比喻对某些语言现象做悲观、愤怒的阐述,说:“语言就像钞票,在流通的过程中被使用得肮脏不堪。”

法国一位诗人对“不幸”作过如下的表述:

我的大舞台,我的避风港,我的炉灶,我的黄金地窖,我的将来,我的真正的母亲,我的眼界!

我们可以把诗人的抒发看作文学的比喻手法,同时她还是思维的发散,感情的澎湃,而这些引发读者共鸣、富于哲理的文字背后,不正是诗人对生命的深刻感悟,是巨大的灵魂力量吗?!

由此我们再一次说,“语言不仅仅是语言本身的事”,它与人的思维方式,与人的生活态度,与人的心灵紧密相连。

浪花之三

去年秋天一个周四的晚上,我习惯地展开《南方周末》,头版头条主打文章的通栏大标题赫然眼前:《中国市场经济十年疾行》。经济、经济学历来是让我这个脑瓜不开窍的人头痛的事,对它们常怀避而远之的畏惧心理,可是在这个经济的时代老躲着也不是回事儿,权且看看吧,没成想,它竟一开头

^① 转引自王健:《创新启示录:超越性思维》89页,复旦大学出版社,2004年9月版。

就吸引住了我的眼球：

所有的事物都应该来有踪去有影。比如，人类正在追缉 SARS 的来路，而伊拉克的未来走向也受到广泛关注。

2003 年 10 月 15 日下午 3 时，六七辆切诺基吉普车一字走在北京长安街的车流中，有小旗从车窗中伸出。初看还以为又是哪个小区的业主因与开发商纠纷而“集体开车行走”，细看方知是庆祝“神舟”五号发射成功，其时杨利伟正在太空巡游。

当日晚 9 时，在北京燕莎商城东侧的普拉娜啤酒坊，正在庆祝德国慕尼黑啤酒节，蓝白色的布缀成天花板，这是巴伐利亚州的标准色，而啤酒坊里的所有东西几乎都是德国原装——啤酒，面包，烤肉，调料，乐队，歌手，伴舞女郎，监场大婶，等等。客人中十之七八是中国人，自是开怀畅饮。却有一对外国老夫妇，桌上只有一杯啤酒别无旁物，你一口，我一口。

为什么拎出某年某月某日偶然的两件小事？因为每一件小事所蕴涵的意味，既不代表 10 年前的，也不大可能深远到 10 年之后，它们就是当时当地的。这两件小事可以让人联想起这样一些词：大都市，汽车支柱产业，游行，法治，商家作秀，房地产，社区，业主，维权，太空俱乐部，外资，全球化，文化差异，消费，夜生活，人民币兑换……

所谓一沙一世界。

王安：《中国市场经济十年疾行》，（《南方周末》2003 年 10 月 23 日，第 1028 期）

“十年市场经济”好像应该是经济学家严肃复杂的专业话题，十年市场经济发生多少大事，是是非非简直像乱麻一团，从何说起？又如何深入浅出、通俗贴近、富于冲击力和说服力地说与非专业的不同

阶层的读报人,这真是一个难题。世上无难事,只怕有心人,作者王安思维非常活跃,视野开阔、信息丰富、思路畅通而灵活,事实和理论的重组尽在掌握之中,他聪明地找到“长安街的车队”和“啤酒坊”这样两个人们身边的看似寻常的生活片断作为切入点,有效地引起读者的兴趣和思考,旋即作者摆出一件件典型的经济事件,勾勒出我们从计划经济向市场经济转轨操作中摸着石头过河的探索和实践,让读者看清了中国社会前行的脚步和思路。这篇长文语言叙述新颖而独到,使庞杂的内容有了清晰的脉络,专业性、理论性很强的问题与读者的生活十分贴近,在传播上取得一种“软着陆”效果。

回到前面我们反复感慨的“语言不仅仅是语言本身的事”,会进一步看到语言运用和语言效果还跟语境有极大的关系。语言交际或传播中,语言活动参与者互为主客体的情况多重交叉,且接受对象、接受需求、接受心境千变万化,这都是说话写文的人应当特别重视的语境要素。如果从广播电视特定的语境角度看,更进一步从主持人节目语境看,由于受众对主持人的传播有“朋友”的定位和心理期待,主持人就必须有顺应这种传播角色认同的话语调整。故此,主持人就不能毫不用心费力地照搬“官方话语”“文件话语”“社论话语”“教科书话语”,也不可哗众取宠、不加选择地展览“市井语言”“坊间语言”,或者卖弄有局限性的“圈子语言”“网络习语”,而应当转换为切合广播电视传播的“媒体语言”和适应主持人节目传播关系和传播特色的“主持人语言”有人称之为“亲近性文本”,倒是十分贴切的。主持人讲究传播效果的语言运用,一是要学会必要的制作“亲近性文本”的转换功夫,我曾经将它概括为“略高一筹,换个说法”,也称之为“领先半步,换个

说法”(吴郁:《主持人的语言艺术》,北京广播学院出版社,1999年);二是要有尊重受众,为受众服务的真诚,而丝毫不能有自我欣赏、自我炫耀的私心,而且,后者更是掌握主持人语言特点和语言运用之关键所在。

综上所述,主持人语言的运用除了语言文字本身的修养和操作能力之外,其背后关联着主体的文化修养、信息占有、理论根底、生活体验、价值观、思维品质、职业精神、职业能力,等等,在语言的实际应用中,还涉及到广播电视传媒、关系到语境中宏观、中观、微观不同层级的各种复杂变动的因素。

“语言是一个人综合能力的表现。”实在是非常精辟到位的论断,显然语言能力的提高不是一朝一夕的事,更不是哪一本书就可以搞定的事。在这本书里,我们要特别拎出来说说的是思维,不过,我们不是从纯理论角度谈论思维,更不打算作学问,因此也不会“形象思维”“逻辑思维”“灵感思维”“直觉思维”按部就班地说开去,而是以主持人语言运用与思维能力的结合为本书的着力点,着意在思维方式的认知和能力训练方面做一些初步的耕耘。

本书立足于节目主持功能语境,着眼于主持人思维能力的拓展,以及主持人语言的运用特点,尝试着找到一种可以操作的、有实际效用的自我训练、互相训练的途径。本着主持人在节目中的主持功能的需要,我们在思维这个颇具神秘性的领域里,特意把关注点聚焦在思维方式上,重点是“发散思维”“聚敛思维”“类比思维”“应变思维”。因为我们看到长期形成的思维惯性常常是使语言变得无味、僵化、老套的一个重要原因,线性的、单向度的、一元化的对世界的认识方式显然已不适合今天的时代,故而特别想从思维方式的角度入手,从方法论的角度冲破惯性思维的硬壳,从而有助于主持人语言运用的个性和创新。至

于语言运用,本书着重强调的是广播电视媒介的语言传播特点、主持人栏目及节目形态、主持功能的语言特点。整体看,思维方式的练习是为了让我们的思维能力通过个阶梯能够上得更高,视野更开阔,思路更通畅、更活络;主持人节目语言特点的把握和训练,则又让我们注意到特定的语境及其固有的规律,能够从心所欲而不逾矩,更加有效地驾驭语言传递信息、沟通心灵。

这本训练秘笈式的小书可以看作《节目主持能力训练路径》一本的姐妹篇,仍沿用“理论概述、范例分析、训练要求和材料”的结构方式。希望读者随我们一道在讲述中、鉴赏中、练习中打开视野,激活思维,找到更多的思路,给语言以更多的营养和原动力,并以鲜活的、得体的、富于创造性的语言与受众一起去认知世界、感悟生命。

吴 郁

2004 年早春

目 录

前 言

第一章	发散思维与训练	(1)
第二章	聚敛思维与训练	(59)
第三章	类比思维与训练	(119)
第四章	应变思维与训练	(170)
第五章	主持人语言传播能力 与训练	(211)
第六章	服务受众语言训练	(286)
第七章	主持人语言的互动性 与应变性	(358)
参考书目		(407)
后 记		(409)

第一章 发散思维与训练

一、理论概述

发散思维训练是培养主持人思维开放、敏捷、灵动的重要方法之一。发散思维的扩张与突破，能将多种学科、多种知识于碰撞中顿悟，于汇总中吸纳。主持人只有以深厚的文化积淀、对人生的深刻感悟，还有开阔发散的思维和灵活多变的头脑等综合因素作支撑，才能成功地驾驭节目。

（一）发散思维简介

发散思维又称扩散思维、求异思维、辐射思维，它是思维主体针对某一思维对象，思维主体充分发挥自己的想象力，从一个目标或思维起点出发，突破原有的知识圈，重组眼前的信息和记忆系统中的信息，从不同的角度、不同的方向和不同的关系去思考问题，提出各种设想，寻找各种途径，多方面、多层次地寻求解决问题的答案和方法。美

国心理学家 J. P. 吉尔福特认为：“发散思维是从给定的信息中产生，其着重点是从同一的来源中产生各种各样的为数众多的输出，很可能发生转换作用。”

有人这样说：“创造能力 = 知识 × 发散思维能力。”发散思维可以使人思路活跃、思维敏捷、办法多而新颖，能提出大量可供选择的方案、办法和建议，特别能提出一些别出心裁、完全出乎意料的新鲜见解，使问题奇迹般的得到解决。

发散思维有以下三个主要特征：

1. 流畅性：是发散思维“量”的指标，指对“刺激”能很流畅地作出反应的能力。就某一个课题，要求你作出足够多的概念和构想，数量越多越好。这个量的多少是以知识的积累为基础的。知识越丰富，观察、分析、归纳、联想、类比的领域也就越宽广，新思想、新概念、新方法和新结论产生的机会也就越多。

2. 变通性：是发散思维“质”的指标，指思维发散的灵活性，能随机应变的能力。要求你能够从一个领域跳跃到另一个领域去思考。例如，从社会的领域跳跃到自然的领域；从历史的领域跳跃到未来的领域。不同类别属性越多，跨度越大越好。

3. 独创性：是发散思维的本质，它反映思维发散的新奇部分，指对“刺激”能作出不同寻常的反应。能想出别人没有想象到的问题。

思维的发散性其实质是迁移，迁移是指整个思维起点、思维指向、思维标准、思维结果之间的跨越流动、变化，善于变通，善于创新。这其中也涵盖：（1）逆向思维：实际上是一种注意力的迁移，或者说就是“换个角度想一想”，很多情况下，一

种思路无法解决的问题，用另一种相反的思路却能迎刃而解；（2）侧向思维（旁通思维）：从与自己的研究领域无关的事物中得到启示，从而解决问题的思维方式。尽管如此，却是建立在对某件事物长期思考、孜孜以求的基础之上；（3）立体思维：指思考问题跳出点、线、面的限制，有意识地“立”起来思考。等等。

（二）主持人的发散思维品质

发散思维也是主持人创造性地策划、统筹、驾驭节目进程的思维基础，对于主持人不断提高思维品质，挖潜创新，从而增强专业能力，提升实践水平有着重要的意义，主持人应注重培养和锤炼自己的发散思维品质。

首先，“多端”。发散思维体现了主持人思维的开放性；对一个问题，可以多开端，产生很多联想，让思路展开，能比较全面地、发展地、辩证地认识事物，并寻求多种多样的方法和结论。美国《60分钟》节目主持人华莱士仅一个小时的采访，竟设计了100多个问题作支撑。发散思维是事物普遍联系在头脑中的反映，它反对那种刻板、封闭、片面和平面的线性思维方式，强调思维在空间上向四面八方伸展和突破；在时间上，纵向考察事物的过去、现在和将来。主张在无拘无束的思考中求实创新。发散思维反对一条道走到黑，要求不拘泥于一个方向、一条思路、一个框架，仿佛有众多的“触角”，使思维点、线、面纵横交错，呈多维扩散，构成丰富生动的“意识之网”。既然事物是普遍联系的，我们在节目主持实践中就应该从多方面来了解事物，要尽力超出现有思维框