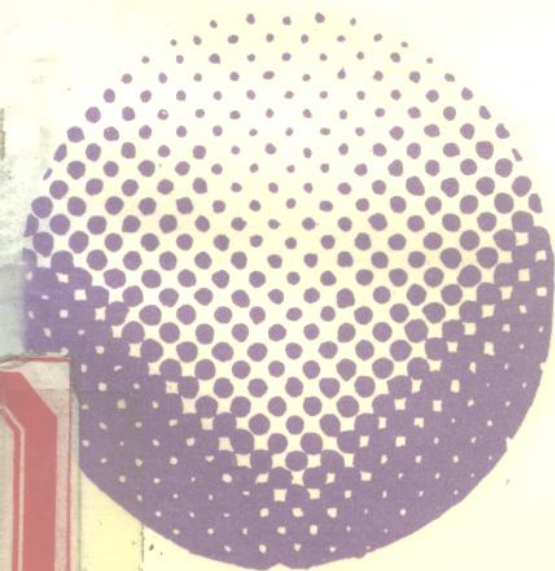


中·国·播·音·学·丛·书

播音心理学

BOYINXINLIXUE

● 祁 芃 著



● 北京广播学院出版社

播音心理学

祁 芃 著

北京广播学院出版社

(京)新登字148号

播音心理学

祁 芃著

北京广播学院出版社出版发行

(朝阳区东郊定福庄1号)

北京飞达印刷厂印刷

*

开本: 787×1092 1/32 印张: 5.75 字数: 130千字

1992年12月第1版 1993年3月 第1次印刷

印数: 1—6000册

ISBN—7—81004—500—8/H·46

定价: 3.50元

序

张 颂

心理学的研究成果正在扩展，正在深入。许多学科，不少职业，也正在拓宽研究领域过程中，吮吸着心理学的养分，甚至把自身与心理学结合起来，建立了心理学的分支学科，这就从不同角度、不同侧面，丰富了心理学，也丰富了本学科的内容，从而更具有理论意义和实践意义。正是在这方面，祁芃同志的专著《播音心理学》将为中国播音学的建设作出开拓性的贡献。

中国播音学，是随着广播电视事业的发展而兴起的新学科，她应该包括：导论、播音发声学、播音创作基础、播音业务（新闻、通讯、评论、文艺、配片、主持人）、播音心理学，播音美学和播音教学法。后三项正在探索中，一些有志者已开始进入写作阶段。

祁芃同志是北京广播学院播音系的骨干教师，长期担任播音创作基础教研室主任、系学术委员会委员，有丰富的教学经验，并以“对象感”的研究为先导，开始了播音心理学的资料搜集和理论积累。现在，终于写成书稿，即将付梓，其中饱含着她对播音学科建设的执著追求，对培养播音员的强烈事业心，凝聚着她多年的心血和开拓进取的勇气，难能可贵，可喜可贺！

播音心理学，要以创作主体心理和接受主体心理的呼应及各自心理过程，心理变化规律等为研究的轴心，并非普通心理学体系加播音实践例证，或播音创作理论加心理学一般概

念就可以敷衍成篇的。祁芃同志的这本专著，从框架构想的各章节的设置，都自成体系，紧紧抓住研究的轴心，既向外扩展，又向纵深开掘，力求做到理论和实践结合、阐述与训练结合、共性与个性结合，深入浅出、细致入微地讲述了许多重要道理和方法，使初学者、有播音经验和教学经验者及研究者都能从中受到启迪，是很有指导意义的。

由于这是第一本播音心理学的专著，不可避免地存在着初创期稚嫩性的缺点，有些问题尚欠准确精当，有些问题不够深刻具体，还需要进一步探讨、完善。特别是播音心理学的容量和层次，应引起所有研究者的关注。播音心理学应有特定的哲理性内涵，必须强化悟性思辨和文化积淀；播音心理学还要分出层次，如年龄层次、经验层次、气质层次等，以构筑不同群体的心理研究层面，有效地予以剖析和训练。

播音学的研究，当前已经广泛开展起来，未开垦的处女地比比皆是，播音同行的不断切磋，经常探讨，互相鼓励，携手共进，必将促进播音质量的迅速提高，必将把理论研究推向一个新境界！一支宏大的播音专业队伍，是我国广播电视的特点和优势之一，在理论研究上的累累硕果，正是这支队伍日益成熟的标志。我们一定会迎来明星璀璨、英才辈出的新时代！

1992. 7. 24

于北京

目 录

第一章 播音心理学研究的对象、任务、作用·····	(1)
第一节 播音心理学研究的对象、任务、作用·····	(1)
第二节 播音心理学的内容体系·····	(3)
第二章 播音创作主体心理素质分析·····	(10)
第一节 播音员的心理状态的复杂效应·····	(10)
一、紧张怯阵状态·····	(11)
二、懈怠状态·····	(12)
三、过度兴奋造成“应激现象”·····	(14)
第二节 播音创作主体心理状态的合理调整·····	(14)
一、生理调控法·····	(14)
二、心理诱导法·····	(16)
三、模拟法·····	(17)
四、心境的培养·····	(18)
第三节 播音创作主体的心理状态的理想模式·····	(19)
一、自信、自如、振奋·····	(20)
二、仪态、语言个性鲜明·····	(20)
三、积极、振奋、从容·····	(21)
第四节 播音创作主体心理素质的培养·····	(22)
一、树立为播音事业而奉献的思想·····	(23)
二、树立明确目的·····	(24)
三、克服不利情绪干扰·····	(24)

第三章 播音创作中的感受	(26)
第一节 感知觉及其种类	(26)
一、什么是感知觉.....	(26)
二、感知觉的种类.....	(26)
第二节 播音中的感受	(28)
一、浅层感受.....	(28)
二、中层感受.....	(29)
三、深层感受.....	(31)
第三节 播音感受的特征	(32)
一、必须是全身心的活动.....	(32)
二、高度的敏感性.....	(34)
三、生活积累.....	(35)
第四节 如何才能发挥感受在播音中的作用	(36)
一、忌感受的笼统化、表面化.....	(36)
二、思维必须引向情感.....	(38)
三、理解是感受的基石.....	(39)
第四章 播音创造中想象的生理心理基础与特征	(41)
第一节 播音创造中想象的生理、心理基础和种类	(41)
一、想象的生理、心理基础.....	(41)
二、想象的种类.....	(44)
第二节 播音想象的特征	(45)
一、要有具体的“视象”.....	(45)
二、设身处地的体验.....	(47)
三、还要有情绪记忆的参加.....	(49)
四、联想.....	(51)

第三节	想象的作用及运用·····	(53)
一、	充分发挥原有经验的最大作用·····	(53)
二、	想象是为揭示作品主题和目的服务·····	(54)
三、	想象是调动情感的手段·····	(55)
四、	想象运用时是一瞬间事·····	(56)
第五章	情感的功能特征及唤发过程·····	(57)
第一节	情感的生理心理基础以及特性·····	(57)
一、	情感的生理心理基础·····	(57)
二、	情感的属性与形态·····	(58)
第二节	情感在播音再创造中的动力作用·····	(59)
一、	情感在想象中具有能量调节的功能·····	(59)
二、	情感为想象定向·····	(60)
三、	情感在欣赏接受中具有感染作用·····	(61)
第三节	情感的唤发过程·····	(63)
一、	情感的积累积聚·····	(64)
二、	情感的强化·····	(65)
三、	情感的触发·····	(68)
第六章	受众心理研究·····	(72)
第一节	受众定势心理诱导·····	(72)
一、	了解受众共性及特性心理·····	(73)
二、	受众中的知觉偏见·····	(77)
第二节	诱导效应是巧妙的宣传方式·····	(81)
第三节	与受众沟通的技巧·····	(83)
一、	与受众间离的表现与原因·····	(83)
二、	交流的途径——获得对象感·····	(84)
三、	电视交流技巧·····	(85)

四、几种交流形式的把握·····	(87)
第七章 传受与注意 ·····	(90)
第一节 注意的功能分类·····	(90)
一、什么是注意及功能·····	(90)
二、注意的分类·····	(93)
三、避免不利注意出现·····	(95)
第二节 受众注意的条件与技巧·····	(96)
一、客观因素·····	(97)
二、主观因素·····	(99)
第三节 注意品质的培养·····	(100)
一、注意的稳定性·····	(100)
二、注意的分配·····	(103)
三、注意的转移·····	(105)
四、注意的范围·····	(106)
第八章 传者与受众之间的关系 ·····	(108)
第一节 受众接收的心理探析·····	(108)
一、受众的各种接受心理·····	(108)
二、受众的接受条件·····	(111)
第二节 受众心理对传播者的影响·····	(114)
一、受众热心期待是创作的能力·····	(114)
二、受众需求具有引导传者调整创作内 容、形式的功能·····	(117)
三、对不同受众要调整表达方式·····	(120)
四、传播者面对围观受众对创作心理的影 响·····	(122)
第三节 传者与受众的关系·····	(124)

第九章 播音员的个性心理结构	(126)
第一节 播音员的气质与性格	(126)
一、气质及类型特征	(126)
二、性格及类型	(130)
三、气质与性格关系	(132)
四、播音员的气质性格的意义	(133)
第二节 播音员的能力与修养	(135)
一、能力的概述	(136)
二、播音员的能力结构	(137)
三、播音能力的培养	(139)
四、播音员的修养	(142)
第十章 播音员的管理心理学	(145)
第一节 选拔及选拔中的心理学	(145)
一、选拔及其心理学	(145)
二、影响选拔的心理因素	(147)
1. 考试怯场	(147)
2. 影响考核的心理因素	(148)
第二节 培养与教育	(150)
一、培养	(150)
1. 知人善用	(151)
2. 因材施教	(152)
二、教育	(153)
1. 动机	(153)
2. 动机的复杂性	(154)
3. 动机由需要所激发	(155)

第三节 播音工作的管理.....	(157)
一、人员结构.....	(157)
二、群体凝聚力产生的条件、作用.....	(158)
三、领导者的素质.....	(160)
四、思想政治工作和业务管理中的心理学 问题.....	(162)
五、个体心理健康与心理卫生.....	(170)

第一章 播音心理学研究的 对象、任务、作用

播音心理学是集播音、艺术、普通心理学、生理学、社会心理学、哲学、美学等各门学科作用于播音创作与受众的心理活动过程而产生的一门新的学科，也是上述各学科相互交叉的边缘学科。

播音心理学在整个播音领域中占有重要位置，大量的教学实践与多年的播音实践都说明：无论是播音创作，还是受众接受，都是特殊的心理行为，播音是一定的心理活动过程，用心理学的观点和方法研究播音创作和受众接受过程中的这些心理现象和心理活动，使播音中的问题在播音心理范畴内得到阐释。这对探讨其规律，提高教学和宣传质量将是很有意义的。

第一节 播音心理学研究的 对象、任务、作用

讨论播音创作的心理活动过程及其规律。这是从创作主体——播音员方面进行探讨的。

另一方面，讨论受众接受的心理活动及其规律，这是从宣传对象——观众、听众方面进行探讨的。

总之，播音创作主体和受众接受客体是播音心理学研究

的中心问题。

策一，探讨播音创作主体的心理过程、创作中的心理要素、心理活动及规律、播音员的个性与才能。

策二，探讨受众接受的心理过程、接受态度、受众的个性共性心理特征。

探讨立足于创作主体与接受客体的相互关系，又着重于分析创作主体对接受客体的心理反应的能动性。

为什么要研究播音心理学？

笔者曾耳闻目睹了不少因播音员心理状态不能自控、新闻直播中或现场主持中紧张怯阵不能自己的情景，也亲眼见到了在实况录像、晚会主持中或播新闻紧急来稿时，因为播音员的心理素质好，冷静沉着、应付裕如，使能力得到很好发挥。可见研究播音员的心理状态及其规律，进行心理素质培养与训练就显得尤为突出与重要了。随着广播电视事业的发展，给播音员提出了更高要求，不但有稿播音能锦上添花、引人入胜，无稿播音也能出口成章、机敏洒脱，表现出极强的组织才能与表达才能，勇于探索进取，使播音不断得到完善。总结这些播音员的个性特点，不难发现他们都具有良好的心理素质。这心理素质制约着政治、文化、业务素质的发挥。心理素质若不过硬，就很难适应改革中日益发展的新形势，在竞争中就会因适应力不强而被人取而代之。所有这些促使我决心去探讨播音心理，向播音心理学的理论建设迈进。

播音心理学的建立将有助于播音员心理素质的培养与教育，有助于教师对学生进行积极的心理诱导，更有助于播音员，特别是年轻播音员战胜自我，尽快渡过话筒前、镜头前的不适应而造成的紧张怯场，自如地实现自我调控与自我修

养，提高大脑对内脏器官活动和思维过程的调节支配能力，加强情绪的稳定性和自控力。更重要的是可以使播音员获得良好的心理品质，增强机敏、自信和适应能力，有助于提高业务技能，取得最佳的宣传效果。利用心理学方面所积累的有关定势改变规律的知识对受众进行诱导指向。用最佳的方式讲求与受众的沟通。研究保持注意的条件，避免不利注意的出现，加强节目的感染力，理解熟知受众的层次水平、期待要求，使播音更有的放矢；受众的期待、好评、意见、建议又可调整完善播音创作，而好的播音创作又陶冶、影响、改变着受众的趣味与需求，两者在推动促进宣传的发展中能起到互为依存的作用。

第二节 播音心理学的内容体系

播音心理学研究的中心问题即是播音创作主体和受众接受的客体，及相互间的关系。

播音创作主体心理素质中分析了心理状态的复杂效应，及合理调整，指出消除心理障碍的办法有：

一.生理调控法。如深吸气，徐徐呼出，并收缩腹部三角区肌肉可防止体内造成恐惧的化学物质——肾上腺素的产生，还可以减少疲倦并产生能量。遇到现场直播或者是考试前用这种办法调控，象冒汗、手心出汗等紧张感就可以得到缓解。因为人的内脏活动是受自主神经系统支配的，人也可能在一定程度上随意地调节自己的内脏活动，如影响心跳节律、血压升降、皮肤温度、内分泌水平等由生理活动的改变带动心理活动的改变，达到自我心理调控。

二. 心理诱导法。是用含蓄的暗示方法对人心理和行为产生影响, 给人脑以兴奋的刺激, 这种心理影响表现为使人按一定方式行动或接受一定的意见或信念。暗示的意义: 树立必胜信念, 克服一切不利因素, 实现积极的自我暗示, 稳定自己的情绪才能发挥水平。当面临直播或考试应尽量避免去想可能使自己不安的反面刺激, 因为诸如“别慌”、“别紧张”等暗示语言所以是消极的, 是因为它容易引起心理负担产生, 所以要进行积极的暗示, 如“我一定能成功”、“我会顺利”……这种积极的暗示对心理诱导作用影响很大, 一定的目的和意志能够在一定程度上控制自己的情绪, 克服紧张情绪的不良影响。

播音创作主体要想获得最佳状态, 就要学会运用消除心理障碍的一些方法。

播音创作主体心理要素之一——感受。

感受的特征, 是如何在播音中发挥感受的作用。

一个好的播音员得有颗易感的心灵, 如果播音员情感世界贫乏、冷漠, 就没办法播出振奋人心的消息, 而情感丰富、感受力强才会有较好的知觉效果, 在知觉客观事物时才能迅速诱发真实的感受, 唤起真挚情感。

而感受的特征又是全身心的, 高度敏感的自然积累的。

要发挥感受在播音中的作用就要注意: 忌感受的笼统化、表面化; 思维必须引向情感; 理解是感受的基石。

播音创作主体心理要素之二——想象。

想象的生理心理基础与种类, 并重点阐述了播音想象的特征: 要有具体视象、设身处地的体验、有情绪记忆参加并运用联想。

播音创作主体心理要素之三——情感。

情感是大脑皮层和皮层下中枢协同活动的结果，外界的刺激通过人的各种感官传至大脑皮层，皮层通过对它们的评价而形成一定的态度。情绪过程是被皮下结构调节的，而评价、认识等过程则是大脑皮层的机能，大脑皮层促成感情体验，下丘脑促成情绪表现。

情感是播音创作的动力源泉，他对加深认识情感的多维性，对更精细地把握情感的尺度分寸将会提供依据，愈是成熟的播音员，驾驭感情愈是在细微处显功夫。

情感往往由不同的情绪组合而成，显得很复杂。以至不同的情绪的外延与内涵模糊不清，时常表现出各种双重情感，如“悲喜交集”、“既爱又恨”等等。

情感在播音创作中的动力作用：一。情感在想象中具有能量调节的功能，如齐越播焦裕禄给人留下难以磨灭的印象，可以说得力于他深入生活后的丰富体验，他深深感到基层多么需要有胆有识的带头人，一种蕴积在齐越内心的强烈情感在激荡，激起无限的能量去创作才收到了感人至深的效果。二。情感在欣赏接受中具有感染作用。强烈地震撼人心的作品有这些特点：情感多是切身体验过的独特真实情感，并超越了自我而升华到普遍性的人类情感。

情感的唤发过程：积累与凝聚、强化、触发。激情触发要有刺激强烈的景物、事物；情感需凝聚到足以爆发的强度才行。

随着广播电视事业的发展，受众在传播活动中的地位、作用已被摆到整个宣传工作的突出位置，这就迫使我们要对受众的接受心理认真研究探讨，以期获得最佳的社会效应。

受众心理定势，是个体对某种行为作好的准备，这种定

势是一种完整的心理状态，播音员要考虑到受众的社会心理状态，要了解受众的共性心理及特性心理，使受众能接受他们所宣传的思想观点，受其影响达到预期目的。这就是利用心理学方面所积累的有关定势改变规律知识进行诱导指向。

要重视研究受众中的知觉偏见。人们对权威过分尊敬与服从心理，如播音员的品德修养欠佳，作风有问题，那么他就会失去群众威信，因为受众会迅速接受他所爱戴的播讲者所宣传的观点。

广播电视中留给受众的第一印象也不能忽视，因为它往往起到先入为主的作用。一旦形成某种印象不佳的固定看法，受众一接触就不想收视，立即改换频道，使宣传效果化为零。但第一印象也不是不可改变的，只有在不断交往中才能修正刻板印象所造成的“余象”，如邢质斌，第一印象欠佳，但时间一久，被其颇有功底的语言功力所感染，有些受众还亲切地称她为“小钢炮”，言语间流露着对她的喜欢与信任。

逆反心理虽是一种抵触性很强的态度，但正确的逆反心理却象一面镜子，使人引以为鉴。

诱导效应是巧妙的宣传方式，与受众沟通需讲究技巧。

宣传要研究注意的功能、分类及保持注意的条件，避免不利注意的出现，以吸引受众注意加强节目的感染力，这是个不容忽视的心理方法问题。

电视播音员在报告新闻时，还转动手中的钢笔，这一小动作对创作主体可能出于好意，想缓解正襟危坐播讲的呆板，但小动作会干扰破坏收视新闻的注意力，播新闻时因缺乏外界刺激，大脑的兴奋难以维持高度水平，此时附加的那怕是微弱的刺激，不但不会减弱注意，反而会加强注意使收