

高等学校
播音与主持专业应用创新型人才
培养系列教材

口语传播范例 与作品分析

总主编 庚钟银
主 编 王壮辉
副主编 姚 彬

高等教育出版社

6206

53A

高等学校

播音与主持专业应用创新型人才

培养系列教材

口语传播范例 与作品分析

总主编 庚钟银
主 编 王壮辉
副主编 姚 彬

高等教育出版社·北京

内容提要

本书对口语传播的意义进行了理论上的梳理，并在理论研究基础上增加大量的范例，从节目主持、演讲、辩论、营销、朗诵等场景入手对口语传播的特色进行细致分析，以期对现实生活中的语言运用、口语表达起到启迪和推动作用。并在最后一章特别提出了大学生口语传播的现状与提升建议。

本书使用二维码技术关联了相关视频及示范音频，方便读者的学习使用。

本书适用于语言工作者和高等院校播音与主持专业的学生，也适用于普通大学生及爱好者。

图书在版编目（CIP）数据

口语传播范例与作品分析 / 王壮辉主编. -- 北京 : 高等教育出版社, 2016.9
高等学校播音与主持专业应用创新型人才培养系列教材 / 庚钟银主编
ISBN 978-7-04-044801-6

I. ①口… II. ①王… III. ①口语-传播学-高等学校-教材 IV. ①G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第020604号

策划编辑	潘亚文	责任编辑	潘亚文	封面设计	张楠	版式设计	张楠
责任校对	窦丽娜	责任印制	朱学忠				

出版发行	高等教育出版社	网 址	http://www.hep.edu.cn
社 址	北京市西城区德外大街4号		http://www.hep.com.cn
邮政编码	100120	网上订购	http://www.hepmall.com.cn
印 刷	高教社(天津)印务有限公司		http://www.hepmall.com
开 本	787mm×1092mm 1/16		http://www.hepmall.cn
印 张	13.25	版 次	2016年9月第1版
字 数	250千字	印 次	2016年9月第1次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	31.00元
咨询电话	400-810-0598		

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 44801-00

有人说,播音与主持艺术专业教育只存在于中国高校,其他国家不曾有闻,此话未必尽然。其实,我国高校中的播音与主持艺术专业,与欧美一些国家高校中的口语传播专业是颇为相近的。二者核心都是指向言语沟通,区别在于名称不同、容积不一。作为专业教育,传统意义上的播音与主持艺术确为口语传播区域内的一块重要领地。但目下中国,媒介生态变了,社会需求变了,时代观念变了,播音与主持艺术专业名称虽然可以继续沿用,内涵则不宜局限于以往的藩篱,而应相随突围,并且有所扩张,既需把守“艺术”身份,也要挺进“传播”王国,攫取更为丰富的生存与发展资源。

时至今日,我国开设播音与主持艺术专业的高校上百所,专业教育当由为广播电台电视台培养播音员、主持人的单一目标,拓展为面向社会培养相关人才的多个目标,甚至朝着素质教育转变。口语传播语境下,肩负更多使命的播音与主持艺术专业教育,对于培养播音员、主持人,对于塑造其他以言语沟通为重要手段的工作者,对于改善族群文明形象等,均具非凡意义。可想而知,社会往来中,人们如果擅于以言语的方式尊重地表达、准确地表达、艺术地表达,对职业、对人生、对族群将是一件多么响亮而美好的事情!

重新定位后的播音与主持艺术专业教育内容,不应只着眼于气息调动、吐字归音、语言口头表达技巧、非语言符号认知取用等元素的配制,也应着力于如何有理、有据、有序地声明,如何动心、动情、动容地交谈,如何政治、商业、文化地诉说,如何恰当、有效、智慧地传播等要义的深究。

显然,传统的专业教材难以与其乐观地呼应。

若此,编写与时俱进的播音与主持艺术专业教材便有了开朗的空间。

呈现在大家面前的高等学校播音与主持专业应用创新型人才培养系列教材,借鉴欧美国家高校口语传播专业的教育理念和教学内容,吸收国内外有关成果,结合我国高校播音与主持艺术专业建设需要,融播音、主持、配音、朗诵、演说、论辩、谈判、营销表达、新闻发言人表达,以及形象策划、体态语言设计等内容于

一体，不吝传统性与现代性、国际化与革命化色彩的张扬，旨在使播音与主持艺术专业学生通过科学、系统地学习，跃入专业修养与人文修养交互渗透、交相辉映的境界，能够以不俗的气质去从容地面对工作、面对生活。

本系列教材包括《广播播音与主持》《电视播音与主持》《朗诵与演说》《形体与礼仪》《口语传播范例与作品分析》等5本。教材编写者均具长期的播音与主持艺术专业教学、科研及实践经验。教材编写紧密联系业界实际、学界需要，努力遵循教育教学规律，创新教育教学观念，聚合可靠知识养分，引进网络媒体手段，每一本都有新思想或新形态清爽出场。

本系列教材不囿于传统教材的写作方法，使用二维码技术关联了大量文字、音频、视频等案例，充分发扬了播音与主持专业视听艺术的特点，使教材更生动直观，方便读者的学习使用。

本系列教材的使用者不限于高校播音与主持艺术专业的师生，口语传播关联者皆可择而用之。期待本系列教材对使用者具有切实的助益；也期待使用者对本系列教材提出批评建议。

萌生编写一套对应现实需要、格局有别以往的播音与主持艺术专业教材的想法，已是五年前的事情了。而最终确定组织编写这套教材则是在两年前。这要感谢高等教育出版社编辑潘亚文女士对选题的肯定，更要感谢她对教材写作的坚强推动，也要感谢她的同仁为保证教材出版质量所付出的精心而细致的劳动。

但愿本套教材不负使用者，不负诸位编辑，不负朝气蓬勃、掷地有声的播音与主持艺术专业。

庚钟银

2016年1月16日

口语传播研究从总体上来说经历了这样的一个过程,从最初人类传播活动第一个发展阶段,肢体和声音语义简单的呈现,到在生产劳作过程中人类学会了使用语言,开始通过有意识的语言传递信息,直至网络传播时代的今天,口语传播成为传递思想、沟通关系的重要途径,并达成一定的社会效果。口语传播大到为时代的进步起到促进作用,小至为人们的生活、人际交往带来便利。它广泛存在于人们生活的各个场景中,有人的地方就有口语传播。

当下社会,我国的口语传播活动呈现出走向繁荣的态势。最明显的表现是在大众传播领域,随着广播电视的普及,口语传播在节目中起着标杆的作用,为口语的推广和示范做出贡献。随着新媒体的快速发展,社会已经进入了“电子口语传播”时代,以微信、微博、音视频即时通信等为代表的新兴传播手段使人们的交流方式再次向“口语”形态回归,为口语传播活动的繁盛提供了广阔空间。基于此,对口语传播的要求必然更加细化,我们本着这样一种初衷完成了本书的构思与写作。从口语传播各场景的优秀范例入手,分析了其内涵及规范,以期对读者口语传播能力的培养起到积极促进作用。

在这种思考的指引下,我们在第一章对口语传播的概念和内涵、传播策略与应用进行了有目的的梳理,为以后章节各场景口语的范例分析做好铺垫。在第二章将电视节目情景中的口语传播风格与范例结合起来,力图将主持人口语的研究落在更为“踏实”的着力点上,探讨“说什么”“怎么说”,也为现实语境中的口语传播提供示范。第三章我们更为详细地从人际性、价值性讨论演讲场景中的口语传播特色,从舞台上的演讲到生活中的说话,都应践行这些特色。第四章、第五章,我们对辩论和营销这两个无处不在的口语传播形式进行归纳,选择的范例并不完全是最优秀的,选择的标准是既有历史的跨度、地域的跨度,又具有时效性、经典性,可以一直对我们在这两个领域的口语传播起到示范作用。第六章是朗诵的口语传播,艺术气息最浓,它对我们的启示在于在口语传播过程中感情色彩的把握,表达技巧的运用和审美品位的提升。第七章对大学生口语传播问题单

独成文加以关注，因为它关乎于中国社会人才培养的重要部分，我们期望大学生们能够拥有良好的口语传播能力。

在本书研究过程中，从理论到范例的展示是每个章节固定的结构安排，在操作过程中主要采用了传播学的分析方法以及内容细析的方法。第一章、第二章、第三章由王壮辉执笔，第四章由闫晓琳执笔，第五章由姚彬执笔，第六章由王丹执笔，第七章由王壮辉、姜志国执笔。

编 者

2016 年 7 月

第一章 口语传播概述 / 001

第一节 口语传播的内涵 / 001

- 一、口语传播的概念 / 001
- 二、口语传播的发展 / 001
- 三、口语传播的介质与特点 / 005

第二节 口语传播的策略 / 007

- 一、有效性策略 / 007
- 二、合作性策略 / 008
- 三、礼貌性策略 / 009

第三节 口语传播的应用 / 009

- 一、人际传播 / 009
- 二、组织传播 / 015
- 三、大众传播 / 020

第二章 节目主持范例分析 / 027

第一节 节目主持口语传播的特点 / 027

- 一、规范性 / 027
- 二、即兴性 / 029
- 三、文化性 / 030
- 四、幽默性 / 032

第二节 节目主持范例分析 / 033

- 一、综艺节目主持范例分析 / 033

- 二、谈话节目主持范例分析 / 045
- 三、新闻节目主持范例分析 / 055

第三章 演讲范例分析 / 061

第一节 演讲的特点 / 061

- 一、宣传鼓动性 / 061
- 二、人际沟通性 / 063
- 三、价值体现性 / 064

第二节 演讲范例分析 / 067

- 一、电视节目中的演讲 / 067
- 二、脱口秀演讲 / 082
- 三、传统演讲 / 089

第四章 辩论范例分析 / 099

第一节 辩论的特点 / 099

- 一、语言犀利 / 099
- 二、修辞丰富 / 100
- 三、逻辑性强 / 102

第二节 辩论范例分析 / 105

- 一、国际大专辩论赛 / 105
- 二、电视辩论 / 112

第五章 营销口语沟通范例分析 / 121

第一节 营销口语沟通的特点 / 122

- 一、语音具有感染力 / 122
- 二、语言具有感染力 / 124
- 三、善用心理分析 / 130
- 四、语气要坚定自信 / 131

第二节 营销口语沟通范例分析 / 131

- 一、广告语言 / 131
- 二、营销人员语言 / 133

第六章 朗诵作品分析 / 137

第一节 朗诵的特点 / 137

- 一、感情色彩多样 / 137
- 二、表达技巧生动 / 138
- 三、审美特性鲜明 / 140

第二节 朗诵作品分析 / 141

- 一、诗歌作品 / 141
- 二、散文作品 / 146
- 三、小说作品 / 152
- 四、戏剧与影视作品 / 163

第七章 大学生口语传播 / 173

第一节 大学生口语传播现状 / 173

- 一、大学生语言能力调查 / 173
- 二、大学生语言能力缺失的具体表现 / 175

第二节 大学生口语传播能力要求 / 176

- 一、口语表达的基本要求 / 176
- 二、大学生口语表达实例分析 / 178
- 三、大学生面试求职口语 / 184

第三节 大学生口语传播训练方法 / 195

- 一、语言表达训练 / 195
- 二、思维方式训练 / 196
- 三、心理素质训练 / 199

自有人类以来,口语传播行为就已经存在,最早的传播是通过声音和身体动作的互动完成的,之后出现语言和非语言符号的使用。通过语言的沟通,人类文明得以承续和发展。本章对口语传播的发展过程、特点内涵、语言应用及语用策略做一个概述,以便大家对口语传播有明确的了解,为掌握口语传播的实际应用做好理论基础准备。

第一节 口语传播的内涵

一、口语传播的概念

口语传播,也可称为“有声语言传播”“口头传播”,是传播学专业术语。口语传播是指传播者,也就是说话的人,通过声音并运用特定的语词和语法结构及各种辅助手段向受传者,也就是听话的人,进行的一种信息交流。

纵观人类传播学发展的过程,人类经过了口头传播阶段、文字传播阶段、印刷传播阶段、电子传播阶段和网络传播阶段的发展。口语传播是人类传播活动的第一个发展阶段,随着人类的生产发展,人和动物开始有了区别,在生产劳作过程中,人类学会了使用语言,它使人类脱离野蛮状态。但最原始的口头传播仍然是生活中不可缺少的传播方式之一。人们在日常会话接待、新闻发布、沟通性会议、演讲辩论、营销谈判和节目主持等场合均使用口头传播。可以说,在网络传播时代,口头传播仍是应用得最广泛的。

二、口语传播的发展

口语传播是有人类以来就有的行为,随着人类文明程度的增强,口语传播的理论研究逐渐深化,实践应用范围不断扩大。

（一）古希腊时期和先秦时期

1. 古希腊时期

从公元前5世纪到公元4世纪，在古希腊时期，人们使用口语作为主要的沟通方式，用于说服实践和发现真理，讲求的是修辞学。柏拉图、亚里士多德、西塞罗和昆提利安等人是这个时期的重要人物。柏拉图为西方最有影响力的思想家，他对古希腊时期以教授修辞与辩证为生的诡辩家多有批评，主要原因在于柏拉图相信超验真理的存在，并认为修辞的价值在于通过辩证来探究真理与知识；亚里士多德则将修辞视为由论辩与诉求所组成，而这个组成必须建立在说话者与听者共享的前提上，他提出言说者可以用逻辑说理、情绪感动以及展现诚信的人格等方式说服听众；西赛罗则企图结合修辞与哲学，并发展出比以往的修辞学者更完整的风格概念；昆提利安则引用柏拉图、亚里士多德、西赛罗等人的著述与论点，并将其系统化为著作，成为中古世纪教育理念的最重要来源之一。

在这一时期，修辞扩张了人的思维，而修辞的五大要素——取材、谋篇、风格、记忆与表达——可以说是最早的传播模式。

2. 先秦时期

与古希腊繁盛的口语传播活动相对应，几乎同时代的先秦时期也是中国口语传播异常发达的阶段。先秦是中国社会大动荡的时期，诸侯国之间“合纵连横”、战乱不断。这一时期名家辈出，遗留下的口语传播思想也对后来中国的口语传播活动产生了深远的影响。儒家的孔子、孟子、荀子等都十分重视口语传播要切合政治伦理需要的属性，提倡将口语传播活动与人生修养结合起来；墨家的墨子以及法家的管子、商鞅等比较关注口语传播如何发挥其社会功能；道家的老子、庄子较多关注语言表达与意义呈现之间的辩证关系；以鬼谷子、苏秦、张仪为代表的纵横家主要关注对辩论和说服的探讨。

因此，这一时期政治生活中的劝谏、论辩活动十分活跃，甚至可以说口语传播是这一时期外交活动中最重要的形式。

（二）中古世纪和汉魏六朝时期

1. 中古世纪

由于西方独尊基督教，中古时期的修辞主要是为教会服务，有信件的书写与传教两项功能，传教士除要能阐释上帝的话语外，还要传达上帝的话语给信众。此时期最重要的代表人物为圣·奥古斯丁，他致力于研究传播的过程，他认为人们是通过符号来沟通的，而符号分为由上帝所创造的自然符号和由人们所约定俗成的符号。这个时期，修辞虽是人文教育的一个学科，但仍偏重实用。

2. 汉魏六朝时期

经历了秦代焚书坑儒的高压政策之后，汉魏六朝时期又为中国的口语传播创造了一个

相对宽松的政治环境。在汉代,儒学渐成中国文化的主流,口语传播思想多是对儒家口语传播伦理思想的总结与引申。这一时期的代表人物主父偃系统地将口语传播上升到了治国安邦、安身立命的高度。魏晋南北朝时期中国再次进入了分裂与动荡。期间玄学清谈的风气兴起,文人雅士们喜于齐聚一堂就相关哲学命题进行论证、辨析,他们饱含智慧与言辞审美的口语传播活动成为我国口语传播史上一道独特的风景。

汉魏六朝时期的口语传播活动与思想发生了重要的变革,即从关注口语转而偏重于关注文学,这一时期的《典论·论文》《文赋》《文心雕龙》等重要著作在论述的时候或将口语传播与文学糅合在一起论述,或开始逐渐转向以文学修辞为主。汉魏六朝时期是我国口语传播活动演变的重要转折时期。

(三) 文艺复兴、启蒙运动时期和唐宋元明清时期

1. 文艺复兴、启蒙运动时期

文艺复兴时期促使人文主义兴起,为修辞的发展提供了新的契机,修辞学至此有了更丰富的内涵。

启蒙运动时期,民主思想的萌芽凸显了公众演讲与辩论的重要。近代修辞发展包括了认识论的取向、文学的取向以及演讲术的取向三个轴线。其中认识论的修辞,结合了心理学知识,致力于了解沟通者、讯息与说服过程间的关系,通过对人类心理与思维过程的强调,为人类传播立论奠基;文学的修辞,发展出现代文学批评与修辞批评的基础;演讲的修辞,延续的是技巧、辩论的修辞传统,关心的是声音控制与技巧问题。

2. 唐宋元明清时期

这一时期,中国进入了较为稳固的大一统的封建时代。从隋唐开始的科举制度,开启了封建王朝以笔试为主要形式的人才选拔机制。这一时期对文章、诗歌、词句等文学修辞的探讨成为主流,在封建集权的漫长统治下,口语传播活动逐渐寂落。期间,间或有人对口语传播有零星的论述,也多是在儒家口语传播伦理秩序上的进一步阐释;相关口语传播活动的主要表现形式:一是以佛教传播为代表的讲经说法活动的盛行;二是地方官员奉朝廷命令照本宣科地定期对治下百姓宣教圣谕皇命的口头教化活动。这一时期形成了我国“重文(文章)轻语(口头表达)”的传统。

(四) 西方传播学的兴起和中国近现代口语传播的复兴

1. 传播学的兴起

进入了20世纪,传播学开始兴起。在19世纪20年代与19世纪30年代,美国多所大学逐渐建立口语传播学系,其中主要分为强调人文传统的修辞学与强调实证研究的传播学两大学派。口语传播学的研究主题包括了人际沟通、团体沟通、组织传播等范畴,而相关

研究主要基于传、受双方讯息的产生、使用、功能、效果以及说服形式等。

这与传统的大众传播学重视效果论的研究不同,口语传播学研究习惯于提问,如:“人们的互动具有什么样的功能?”“他们企图达到什么目的?”“他们使用何种语言机制来引起所想要的效果?”“他们用什么方法来建构互动以达到其结果?”换言之,长久以来口语传播学关注的焦点不在于媒介的接收与使用,或是媒介对阅听人的影响与效果,而是探究在不同的社会情境里,或是媒介里,人们如何使用语言符号与他者互动以达到沟通目的。其中,语言、语言的使用、语言的使用者以及互动的情境脉络与意义才是研究者关注的重点。

2. 中国近现代口语传播的复兴

我国的近现代史是在中西文化相碰撞的背景下,中华民族探求救国图强的历史,也是我国口语传播传统开始得以复兴的时期。这一复兴有两个重要基础:一是维新党人梁启超,革命党人刘师培、秋瑾等有识之士,通过报纸发表文章和亲身践行的形式对民众进行有关“演说”的社会启蒙;马相伯、蔡元培等在大学教育中系统地借鉴西方经验,建立起现代演讲制度,对新式知识分子进行了实践启蒙。二是议会、法庭等新兴政治形式的出现以及报纸、广播、现代交通等新兴社交环境的巨大变革使得人们对口语传播能力的需求日益强烈。这一时期以公共演讲为主要形式的口语传播活动成为推动社会进步的有力工具。如鲁迅、闻一多等文学家关于社会民主与进步的演讲;蔡元培、陶行知等教育家关于社会教育的演讲;孙中山、毛泽东、周恩来、张学良等所发表的政治演讲等。尤其值得注意的是,我国近现代的口语传播活动开始与广播媒介结合,使其传播效果更加强大。

(五) 当下我国的口语传播

由上可见,古今中外的口语传播都是以传递思想、沟通关系为主要目的,并要达到一定的社会效果,大到为时代的进步起到促进作用,小至为自己的生活、人际交往带来便利。

当下社会,社交成为人们社会生活和经济活动的组成部分,口语传播能力在人和人的交往中起着重要作用,我国的口语传播活动呈现出逐渐繁荣的态势。最明显的表现是在大众传播领域,一些语言类竞赛活动和广播电视节目开展得如火如荼。如1993年开始,由新加坡广播局举办的国际大专辩论赛定期进行,它独特的观赏性、思辨性、感染力在电视转播过程中吸引了众多受众,也使大学、社会掀起了举办辩论比赛、演讲比赛、朗诵比赛的热潮。随着广播电视的普及,口语传播在节目中更是起着标杆的作用,为口语的推广和示范作出贡献。新媒体快速发展,我们的社会已经进入了“电子口语传播”时代,以微信、微博、音视频即时通信、论坛等为代表的新兴传播手段使人们的交流方式再次向“口语”形态回归,为口语传播活动的繁盛提供了广阔空间。

三、口语传播的介质与特点

(一) 口语传播的介质

口语传播研究的是“沟通”及“如何沟通”的问题,业内研究的重心也大部分围绕着人们在不同语言环境中,应该如何使用语言和非语言符号,以达成沟通的目的。因此,语言符号和非语言符号就形成了口语语义传播的重要介质。

1. 语言沟通

现代语言学之父索绪尔指出,语言是一种符号系统,符号是“能指”加上“所指”共同组合而成的,比如,一个字所表达出来的意义是由这个字的形式和它所表达的意义相结合才完成的,也就是一个字的“能指”和“所指”结合才能表达一个完整的意义。口语是文字语言的有声形式,在传达语义过程中需要用语言进行沟通。沟通是人与人之间、人与群体之间思想与感情传递和反馈的过程。它通过语言等符号,将一方的讯息、意见、态度、知识、观念、情感,传达给另一方,对方接受并有进行反馈的过程。

2. 非语言沟通

在进行语言沟通的同时,人们也会用非语言符号来传递意义,因为意义除受到文字表达与外界环境影响外,还受到非语言讯息的影响。有学者甚至认为非语言行为在整体沟通的语意中所占的比例更多,美国传播学家艾伯特·梅拉比曾给出一个公式:信息的全部表达=7%语调+38%声音+55%肢体语言。

基本来讲,语言符号以外的传播行为都属于非语言沟通,但在沟通过程中非语言符号的编码与解码所表现出来的讯息要对传授双方都有意义,这样才会形成参与人之间共同的意义空间,沟通才会有效果。

(二) 口语传播的特点

语言在口语传播中承担着传递信息的任务,因此说话的人和接收的人在实际口语交谈中要注重语言的传播特点,通过丰富语言内涵、注重语言审美,使语言更有规范性、更具文化性、更贴近受众、更富于个性,以达到最佳的口语传播效果。口语传播过程中应具备以下几个特点:

1. 语言具有规范性

我国语言种类繁多,在口语交际过程中,如果不注重规范性,很有可能会出现歧义。只有规范地、正确地使用语言,才能最大限度地被对方所接受,达到最佳的传播效果。所以,我国大力推广普通话,从外在形式上讲,要求从字音、词汇、语法、结构上符合普通话的要求;从内在表现上讲,知识、思想等方面要科学严谨,所讲话语句子和句子之间、段落和段落之间要符合一定的逻辑关系,同时还要注意净化和美化社会语言、提高语言文明。

口语传播的规范性要做到雅俗共赏，把书面语的准确、缜密、凝练、典雅，和口语的灵活、生动、亲切、通俗结合在一起。对于每一个讲话的人来说，使用语言的规范化是一种职业操守和工作准则。

2. 内容具有文化性

口语传播是各种传播类型的重要载体，人际传播传递人间温暖真情，大众传播更能弘扬民族文化。如何通过传播达成一种高层次的精神分享，传播内容的文化性起决定作用。特别是在大众传播中，因为其口语传播覆盖范围极广，几乎每个人都会成为受者，因此口语传播的内容一定要摒弃浅陋和粗鄙的低级趣味，应该追求深厚而丰富的文化内涵，以给接受者高层次的文化享受。即便是最简单的口语传播，如人和人之间的交谈，也应该注意个人的文化品位，给人留下良好的印象。所以，在生活工作中的口语传播，说话人要注重锤炼字句，尽量达到语言悦耳动听、整体表达厚积薄发的效果。

3. 沟通具有贴近性

沟通是传者和受者之间的交流，沟通的目的是要我们能更好地接受语言所承载的重要信息。在这一目的导向下，话语发起者在语言选择上要充分考虑接受者的接受能力和兴趣，要为他带来身心的愉悦和审美的满足，同时有足够的信息含量，而这些信息又正是话语接受者所希望了解的。因此在口语传播过程中，特别是大众传播、组织传播里，应该适当调整说话者个人的话语方式、审美取向，激活接受者的接受诉求点。但要注意，我们在口语传播中需要明白，贴近大众的、平民的审美品位，不是庸俗、低下、不健康的代名词，而是在平和、愉悦的氛围中，以语言为主要传播媒介，在人和人之间进行一种友好的交流与沟通。

4. 风格具有个性化

每个人都有自己的特点，体现在口语传播中就是语言的个性风格。语言风格独具一格，指的是每个说话的人根据自己的性格特征、嗓音条件、知识内涵等形成自己的语言风格，或开朗爽快，或文静内向，或含蓄温婉，或幽默诙谐，或语锋犀利，或和蔼亲切，等等。必须强调的是，语言的个性化必须遵守语言共性化特征，在达到语言的规范和文明等标准之后，说话者再通过精心的艺术加工，使自己的语言得到新的表述，产生出具有个性色彩的语言魅力。

5. 表达具有情感性

真正富有生命力的语言，都倾注着说话者的丰富情感；真正富有感染力的语言，同样承载着说话者的情绪体验和感受。“以情带声、声情并茂”是有声语言的最高境界。在口语交流过程中，传者和受者都要掌握好情感表达的分寸，要真诚适度地调控自己的情感，营造真挚诚恳的交流氛围，去感染和打动对方。在这里要强调的是，矫揉造作、虚伪夸张的语言表达，是妨碍语言信息传播的巨大阻力，只有自然、本真的情绪传达才能使说者和听