



新世纪新闻传播学系列教材

广播影视配音艺术

GUANGBO YINGSHI PEIYIN YISHU

段汴霞 主编

河南大学出版社



新世纪新闻传播学系列教材

广播影视配音艺术

GUANGBO YINGSHI PEIYIN YISHU

主 编 段汴霞（河南大学新闻与传播学院）
副主编 丁 涛（河南艺术职业学院现代传媒系）
郭 琳（河海大学播音与主持专业）
编 委 刘春蕾（周口师范学院新闻系）
王松林（河南艺术职业学院现代传媒系）
王艺涵（河南大学新闻与传播学院）
孙 乐（开封教育电视台）

河南大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

广播影视配音艺术/段汴霞主编. —郑州:河南大学出版社,2011.8
ISBN 978-7-5649-0439-5

I. ①广… II. ①段… III. ①广播—配音 ②电影—配音 ③电视—配音
IV. ①J912

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 077941 号

责任编辑 郑华峰

责任校对 郭延豫

封面设计 张 松

出版发行 河南大学出版社

地址:郑州市郑东新区商务外环中华大厦 2401 号

邮编:450046

电话:0371-86059712(高等教育出版分社)

0371-86059701(营销部)

网址:www. hupress. com

排 版 郑州市今日文教印制有限公司

印 刷 郑州海华印务有限公司

版 次 2011 年 8 月第 1 版

印 次 2011 年 8 月第 1 次印刷

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 18

字 数 427 千字

印 数 1—3000 册

定 价 29.00 元

(本书如有印装质量问题,请与河南大学出版社营销部联系调换)

目 录

第一章 广播节目配音 /1

- 第一节 广播节目概述 /1
- 第二节 广播节目配音 /5
- 第三节 广播新闻节目配音 /10
- 第四节 广播教育节目配音 /16
- 第五节 广播服务节目配音 /21
- 第六节 广播文艺节目配音 /26

第二章 电视新闻节目配音 /32

- 第一节 电视新闻节目概述 /32
- 第二节 电视新闻节目配音 /35
- 第三节 电视新闻节目配音的语言技能 /41
- 第四节 电视新闻节目配音技巧 /45
- 第五节 电视新闻节目现场报道的语言表达形式 /49

第三章 电视纪录片配音解说 /53

- 第一节 电视纪录片配音概述 /53
- 第二节 电视纪录片配音解说的备稿 /63
- 第三节 电视纪录片配音解说的表达样式 /66
- 第四节 电视纪录片配音解说的常见问题和分析 /74

第四章 电视专题片配音 /78

- 第一节 电视专题片概述 /78
- 第二节 电视专题片的制作与配音 /81
- 第三节 新闻类专题片配音 /85
- 第四节 生活服务类专题片配音 /88
- 第五节 科教类专题片配音 /91
- 第六节 形象宣传片配音 /95
- 第七节 人物专题片配音 /97
- 第八节 风情专题片配音 /99

第五章 电视宣传片配音 /102

- 第一节 电视宣传片配音概述 /102
- 第二节 电视宣传片的配音技巧 /111
- 第三节 配音与成片的聲音匹配 /113

第六章 电视体育节目配音 /117

- 第一节 电视体育节目配音概述 /117
- 第二节 体育解说的主要内容和方法 /119
- 第三节 体育解说员的业务素质 /127

第七章 影视剧配音 /131

- 第一节 影视剧配音艺术 /131
- 第二节 影视剧人物配音 /138
- 第三节 译制片配音 /145
- 第四节 动画片配音 /153

第八章 广播影视音乐配音 /160

- 第一节 广播影视音乐配音 /160
- 第二节 影视剧音乐配音 /163
- 第三节 广告音乐配音 /166
- 第四节 广播音乐配音 /170
- 第五节 电视新闻节目音乐配音 /176
- 第六节 电视体育节目音乐配音 /179

第九章 广告配音 /189

- 第一节 广告配音概述 /189
- 第二节 广告配音的声音选择、设计与造型 /191
- 第三节 电视广告配音 /199
- 第四节 广播广告配音 /206

第十章 大型电视节目配音 /211

- 第一节 大型电视节目的界定与分类 /211
- 第二节 大型电视节目配音对主持人专业素质的要求 /212
- 第三节 大型电视节目配音稿件的特点与创作 /214
- 第四节 大型电视节目配音的声画结合要求 /218
- 第五节 大型电视节目配音训练 /220

配音训练资料 /231

参考文献 /279

后 记 /280

第一章 广播节目配音

●本章学习重点:学生通过本章的学习,能够系统地了解广播节目和广播节目配音的类型,掌握各种广播节目配音的技巧,并通过知识点的学习和课后习题训练,可以熟练地进行各种类型的广播配音。

●本章学习难点:广播节目的配音形式,广播节目的配音要求,广播节目的配音技巧以及在进行广播新闻节目、广播教育节目、广播服务节目、广播文艺节目等配音时的技术要求和技巧运用。

第一节 广播节目概述

广播是近代工业文明的产物,随着广播技术的应用与发展,越来越多的广播节目日益丰富着我们社会生活的方方面面。广播节目不仅是电台传播信息的核心内容,也是受众了解自身与沟通社会的重要媒介渠道。本节将先从广播节目的定义入手,通过对广播媒介的节目构成和媒介传播功能的分析,获得对广播节目的总体认识。

一、广播节目的定义

广播节目是广播电台各种播出内容的最终组织形式和播出形式,这个定义科学地概括了“广播节目”在作为大众媒体的广播电台对外传送各种播出内容的诸多环节中的重要地位。广播节目主要运用电波传送的声音(包括有声语言和音响)表情达意,以说、听为基本传授手段。广播节目在广播技术的平台上加以具体化和形象化,广播电台通过各种不同的节目类型进行宣传,它是广播宣传不可分割的基本播出单位,也是传播内容的极其重要的一种手段。

二、广播节目的分类

目前,我国广播电台的节目,按性质通常分为四大类,即新闻类节目、教育类节目、服务类节目和文艺类节目。各类节目都具有不同的性质结构和规律特点。

1. 新闻类节目

新闻类节目是一种广播新闻节目形式,即广播电台同时联合播出的新闻节目。此类节目以信息量大为标志,时效性、广泛性、指向性是其主要特质,它汇总了多条新闻,并且不加入评论。在新闻类节目中,既有重点新闻节目,如中央人民广播电台的《新闻和报纸摘要》、《各地人民广播电台联播》和各省、自治区、直辖市台全省、区的新闻联播节目;还有一般新闻节目、新闻和通讯、简明新闻、国际新闻等节目。近年来,又出现了以“说新闻”为主要特征的社会新闻以及以报摘为主要特征的“读报新闻”等。

2. 教育类节目

教育类节目即我们常说的“社教节目”,主要功能是传播文化科学知识,一般有“教学节目”、“理论节目”、“科技节目”等。目前,社教类节目在大部分电台的节目安排中都有所减少,原来意义上的社教类节目也已经不多。社教类节目的形式包括:对象性节目(以目标受众为特定收听群体的节目)、公众性节目(以社会某一领域、某一方面为报道内容,面向多层次受众广播的节目)、知识性节目(以传授科学知识为主旨的节目)、对台港澳节目、特别节目(大型综合性节目、特别节目、系列节目、纪念性或战役性宣传报道)和广播社教优秀栏目。

3. 服务类节目

目前,服务类节目是广播电台各专业频率的主打节目,分类更加细化,主要是为受众和社会提供各种服务,它的特点是突出“服务性”,讲究“实用性”。尤其是受众对象非常明确的如对农村广播、对老年人广播、对少儿广播、对司机广播等节目以及汽车、房地产、家装、求职、求医问药等节目,受到受众热烈欢迎。服务性节目的形式包括:生活服务节目(如《天气预报》、《旅游咨询》等)、理财节目(如《股市直播》、《证券时间》等)、广告类节目(如《购物直通车》、《广而告之》等)、频道宣传与收听服务节目(如《下期节目预告》等)和大型节目。

4. 文艺类节目

文艺类节目担负着向人民群众提供文化娱乐的任务,在社会主义精神文明建设中发挥着潜移默化的重要作用。文艺类节目是广播电台播出内容的主要支撑,尽管频率专业化已经有了比较细的分工,但各类电台都离不开文艺性节目的支撑,不管是哪一种专业频率,文艺性节目的播出一般都要占到总播出时间的一半以上。这既是广播宣传的基本规律使然,也是各个不同专业频率在节目安排上最容易同质化的部分。文艺节目还可以分得更细,如音乐歌曲节目,可以分为流行歌曲、经典老歌、欧美歌曲、少数民族音乐等;戏曲、曲艺节目又可分为京剧、昆曲、大鼓、相声等;广播剧、电影电视录音剪辑也是受受众欢迎的节目类型;文学类节目中的小说连续广播、广播文学、广播文艺等传统型广播文艺节目近年来有重新繁荣之势,受到许多电台的重视。

三、广播节目的播出形式

广播节目的播出形式主要分为在台内播出的广播节目和现场直播的广播节目两种形式。

1. 在台内播出的广播节目

在台内播出的广播节目主要有三种形式:收转节目,是使用高质量的天线和接收机接收外地台的节目;录音节目,可以是在演播室、录音间,也可以在其他现场录音;演播室直播节目,由播音员或其他有关人员共同参与在播音间内直接播出的语言节目。

2. 现场直播的广播节目

现场直播的广播节目是指在现场把新闻事实的声音及记者报道、采访等转换为广播信号直接发射的即时播出方式,就新闻事件来说,它既是报道方式也是播出的节目。

此外,现场直播的广播节目一般是对重要新闻或突发事件的报道,由记者从新闻事件现场直接向台里发回报道。它主要采用下列两种方法:一是出动广播车,使用车上的设备高质量地传音回台;二是把话筒、增音、调音设备搬到现场,通过专用线路如电缆把节目传回台里。

四、广播节目的特点

相对于报纸、电视等其他媒体,广播拥有信息量大、时效性强、成本低、接收方便等自身特性,因此广播依然是受众最多、最有影响力的媒体之一。

1. 传播范围广、速度快

无论是对内广播还是对外广播,穿透力强这一特点都是广播的优势。但是在对外广播中,广播的这一优势表现得更为突出。广播比报纸和电视具有更强的穿透力,主要表现在它所能达到的范围及传播信息的速度,远远超过报纸和电视。这一特点早已被国际传播的实践所证明,如中国国际广播电台目前已能向世界绝大多数国家和地区进行广播。据了解,2000年该台共收到来自全球153个国家的68.9万封受众来信。因而,广播的传播范围之广、受众之多,是其他媒体所望尘莫及的。

2. 多语种广播,针对性强

用对象国语言进行广播,这既是对外宣传的一条基本要求,也是提高节目针对性的前提条件,否则节目即使“落地”也没有什么效果。中国国际广播电台目前用43种语言向全球进行广播,其语言之多足其他传统媒介所无法比拟的。中国国际广播电台之所以能收到不同国家和地区的大量受众来信,主要原因是采用多语种广播,地方台多语种广播相对落后,但近年来也开始起步。浙江人民广播电台通过中国国际广播电台开播了一档《今日浙江》英语节目,直接向世界各英语地区广播。这是省级电台节目直接通过国际台向国外进行广播的一种有益尝试,对于提高地方对外宣传工作的有效性和针对性起到了很好的作用。浙江人民广播电台还在1991年开始与日本栃木放送开展节目交流,该台的节目每月一次用日语在栃木放送播出,收到了很好的效果。栃木放送还多次专门组织对浙江有兴趣的受众到浙江旅游。

3. 高效率,低成本

相对于电视、报纸和互联网,广播节目的成本要低得多。以广播和电视制作节目为例,制作广播节目所需的人力、设备以及工作人员的劳动时间比电视要少得多。从受众的角度讲,广播接收机的费用比电视、电脑和报纸的费用要低得多。这就是说,受众通过广

播获取同样多的信息,要比电视、报纸、互联网更便宜。这种低成本的传播手段,不仅使广播在众多媒体中具有较强的竞争力,也是广播占领受众市场的一个十分有利的因素。中国国际广播电台1997年举办“内蒙古杯有奖知识竞赛”,花费40万元人民币,就收到来自74个国家和地区的14万封受众来信。这是对广播高效率低成本的有力证明。

4. 接收方便

广播节目是通过“声音”来传递信息的,受众是通过耳朵来获取信息的。这一特殊的传播和接收方式,决定了广播比其他任何媒介接受信息都要简单、方便。首先,人们不像看电视、报纸或者上网那样要花专门的时间,在一个固定或相对稳定的地方来接受信息。你可以在家里,也可以在路上、车中,只要想听就可以打开收音机。其次,在电视、报纸和互联网激烈争夺“眼球”的时候,广播节目可以让人们的“眼球”得到放松和保护。现代社会,人们需要接收的信息越来越多,但由于用眼过度,导致人们的视力普遍下降。接收信息和视力下降成为一个突出的矛盾,而广播节目正好能解决这个矛盾,人们只要用听觉就可以得到信息。事实上,通过声音来传播信息,通过听觉来接收信息,是人类最基本的传播方式之一。迄今为止,在传播声音方面还没有哪一种传播手段比广播做得更“专业”,这也是广播不可能被其他媒体所取代的最主要原因。

五、广播节目的发展现状

中国的广播事业从1940年创建以来,已经走过了半个多世纪的光辉历程。广播作为重要的大众化的传播媒体之一,在革命战争年代和社会主义建设时期为宣传党的路线方针政策,鼓舞人民斗志作出了重大贡献。

然而,随着社会生活的不断发展,人们的价值观念、生活方式、行为规范也都在发生着深刻变化。在不少地方出现了重报纸、轻广播,电视热、广播冷的现象,还有的人对广播的功能和作用发生动摇和产生怀疑。其实,这是一种错误的观点。在社会转型这一特定的历史时期,广播的功能不是削弱了,而是加强了。广播和报纸、电视处于同等重要的地位,大有“三足鼎立”之势,而且具有长期存在和发展的必然性。

近年来,随着广播事业的不断发展,为满足受众需要,广播增加波段,增设专题性电台,如音乐台、经济台、交通台等,广播节目也呈现出多样化和多元化的发展态势,从生活的方方面面服务于大众,且吸引受众参与到节目当中来,尤其是新媒体平台的出现使广播节目从过去单方向传播模式向互动传播模式转变,受众的反应也能得到更加合理有效的处理,并使广播节目由过去的大众传播向窄播模式转化,以满足针对性的收听需求。

六、广播节目的社会功能

广播作为一种重要的大众传媒,以其传播速度快、覆盖面广的优势,在日益现代化的社会生活中发挥着重要作用,并且具有其他媒体不可取代的社会功能。

1. 传播新闻,播报政令

在新闻事件的信息传播上,广播节目不论是在数量上还是在时效上目前都处在媒体

系统的首位。在新闻的播报中,广播节目可以运用现代音响设备等手段,将事件及时传播出去,并发挥其收听设备便携之所长,使受众满足“先听为快”的愿望。现场的实况音响和播报,又可以将事件的气氛烘托出来,增加真实的效果。政治活动、各种政令是我们社会生活中的一项重要内容,利用媒体播报政令和政治活动,不仅是执政者实施其政治纲领的需要,也是受众政治生活的需要,而广播节目以其特有的传播功效承担了这种“喉舌”和“桥梁”的作用。

2. 沟通监督,引导舆论

舆论传播,就是社会公众对他们所关切问题的意见、态度、信念在社会群体和大众媒体中的公开表达,并且形成具有一致性和强烈性的共同社会意识以及发挥社会作用的社会过程。沟通监督是广播媒体的一个主要功能,疏通得好可以化险为夷,反之则激化矛盾。而广播媒体一旦形成社会舆论压力,往往有着事半功倍的效果。源自广播媒体的言论,一方面利用舆论监督政府,另一方面又传递着社会政治组织的意识形态,并且根据这种意识形态对社会舆论进行引导。引导是为了理清思绪,让公众正确理解政府有关决策的意图,削减不利因素,化解疑惑,将舆论引向对传播者有利的一面。

3. 交流信息,服务社会

广播节目是通过“声音”来传递信息的,这一特殊的传播和接收方式,使受众在短时间内通过收听来获取第一信息。广播节目的服务功能主要体现在两个方面:一是满足社会及个人对各类信息的需要;二是通过交流的过程即交流活动本身,达到个人与社会、区域与区域、传统与现代的整合作用。沟通和交流多方信息,使之服务于社会,从而推动社会的发展是广播节目自诞生以来一直担当的重任。

4. 传授知识,丰富生活

各种类别的广播节目是人们获得各种信息和知识的窗口,也是人们在轻松生活中获取信息的最佳途径,科技发明、生产革新也都是通过这种信息、知识相互转换的结果。广播节目内容的直觉性使得它在传播信息上有着得天独厚的优势,广播节目不仅使得人们在信息中获得间接的知识,也可以让人们获得直接的知识。知识的传播提高了人们的素质,丰富了人们的社会生活,让人们在获取信息的同时怡神悦心、陶冶情操,这应是广播节目一直追求的效果和境界。

第二节 广播节目配音

广播节目配音是一门独立的听觉感官艺术,声音是广播节目的唯一构成要素,也是广播进行信息传播的单一通道,并具有其他传播媒介载体不可替代的艺术作用。本节从广播节目的配音形式入手,通过对广播节目的配音作用和整体要求的分析,使读者获得对广播节目配音的总体认识。

一、广播节目配音的构成

广播节目的配音在其形式表现上,大体可以分为人声语言、音乐、音响三大类。它们三者各有特色,在广播节目中又相互交织,以听觉语言的造型方式塑造统一的声音形象。由于这三种表现的物质形式都是声音,因此我们在认识广播节目的配音时,需要对声音本身的构成有一个基本的了解。

1. 人声语言

人声语言是指节目中人物用来交流信息和表达思想情感的语言声,而广播节目中人声语言的配音,则更多地表现为播音员和主持人的语言表意。它是广播节目配音的支柱,这种声音是实在、具体、生动的,它极易牵引人的思想,影响人的情绪。广播节目的人声语言大体可以分为以下三类:

(1) 主持人语言

主持人语言,既是广播节目用来表意节目内容,传递节目讯息,表达与交流思想情感的核心工具,也是拉近受众与广播节目的空间距离,与受众实现“零距离”接触和“面对面”交流的重要桥梁。除音乐节目以音乐为主外,一般由主持人主持的节目,均以主持人的语言为主,音乐、音响的烘托渲染为辅,构成广播节目的完整内容。

(2) 嘉宾语言

嘉宾语言,是在广播节目中为受众和节目需求所服务的,与主持人语言并列行进、共同完成节目表意的重要构成,是人声语言的重要组成部分。嘉宾语言是从另外的角度和视点进行节目表意,诠释节目内容,是对主持人语言的一种补充和放大。嘉宾语言往往是一些专家、学者、教授或是政府官员、知名人士和社会精英的语言构成。

(3) 同期声语言

同期声语言,就是在广播节目中,现场所摄录到的所有人声语言。它包括记者在现场对节目内容的表述和评价,采访对象之间所说的话,现场的各种嘈杂声、语言声等。在广播节目中,同期声语言的运用越来越趋于普遍化,它对增强广播节目的现场感、客观性和真实性,起到了重要作用。同期声语言,也成为人声语言中不可或缺的重要组成部分。

2. 音乐

贝多芬说过:“音乐应当使人类的精神爆发出火花。”音乐是人类生活中不可缺少的一部分,而广播音乐作为传播媒介的一种音乐表现形式,也丰富着每一位广播受众的日常生活。广播音乐语言是一种特殊的音乐形式,广播音乐的设计必须融入广播节目的整体构思,必须与其他声音元素和听觉语言的造型元素相结合,达到和谐统一的艺术效果。

(1) 广播音乐的分类

一是有声源音乐,指由广播中人物的演奏或演唱而提供的音乐。例如,广播中人物唱歌或物(收音机、电视机、手机等)传出的声音。有声源音乐客观自然,具有现场感和叙事色彩。二是无声源音乐,指音乐来自叙事场景以外,创作者根据广播节目的需要提供音乐,主要是用来烘托情绪气氛,具有明显的主观写意色彩。

(2) 广播音乐的特性

广播音乐具有以下三个特性:首先,表现内容上的指向性,指音乐在表现内容上受到广播节目内容的影响,产生了确定的意义,为节目的主题服务;其次,结构形式上的灵活性,指广播音乐本身的结构无严格要求,音乐段落可以只有几秒钟,甚至没有旋律,只是简单的节奏;再次,表达过程的间歇性,指音乐元素不是自始至终都存在,而是呈散点状的分布形态。

(3) 广播音乐的功能

广播音乐的艺术特点是悦耳动听,受众喜闻乐见。广播音乐的思想内容正是通过媒介载体的无线传播,将娱乐与教学渐入受众心田,起到潜移默化的作用。就其功能形式的表现而言,主要有表现广播节目的主题和节目制作者的思想;连接节目内容,创造叙事节奏;表现时代感和音乐特色,渲染某种环境和氛围;形成广播节目的固定结构和特色风格。

3. 音响

声音中除了人声语言和音乐之外,其他所有的声音均称为音响。

(1) 广播音响的分类

从作用上分,广播音响可以分为环境音响和动作音响。环境音响就是场景中存在的一切客观声音,即自然界中非人类所为的声音,如刮风、打雷、闪电、洪水、雨声、风声等,它是客观再现一个场景的基础;动作音响是指被摄对象因运动而产生的各种声音,包括人或动物行动时发出的声音、伴随运动而产生的声音,如机器、马达、奔跑、摩擦等声响。音响可起到表现和强调动作的作用,从而引起受众的注意。

(2) 广播音响的功能

广播是听觉的艺术,它可以充分利用生活中和自然界的各种音响来再现生活。而其中的音响元素,因其形象性、生动性和多样性,在烘托气氛、渲染情绪等方面常常会更具冲击力和感染力,让人有如闻其声、如见其人、如历其事的“可视”效果。音响在广播节目中的作用是多样的,不仅能渲染气氛和情绪,展现立体空间和真实感,在节目的风格、事件的推动、人物的刻画、段落的转场提示等起着多方面的作用。可以说,巧用音响效果,已成为广播节目的一门装饰艺术。

二、广播节目配音的模式

广播是语言符号的综合运用,广播节目是有声语言传播者声音形象的具体表达,这就决定了广播节目不仅需要声音的参与,还要有各种声音表现形式的运用。于是多种多样的配音模式便应运而生,而纵观所有广播节目的配音内容和类型,大体上可以概括为以下四种表现模式:

1. “主播”模式

“主播”模式,也就是我们通常所说的在广播节目中,以人声语言表现的播音员或主持人的节目形式。例如,我们一般所收听到的在节目的开始、结束以及中间串联处,都会有广播节目的主播进行配音。就国内的广播节目来讲,“主播”式广播配音更趋近于节目模式的主流。它是集策划、编辑、采访、制作、导播、主持等于一身的全面工作,将整档节目

组织起来,如《中国之声》、《经济之声》、《音乐之声》等大型广播节目,都是依靠和运用播音员自身深厚的播音技巧功底,给受众以表情达意的整体感觉。

2. “主播+同期声配音”模式

“主播+同期声配音”模式,是演播室主播的口播配音与现场的各种实况声音(环境声,记者的导语、提问、采访及回答等)的完整结合。其一大特点就是具有强烈的现场感和画面感,这在很大程度上是通过广播内容的现场报道来体现的。在现场报道中,需要广播节目播音员,有时也有出境记者,运用有声语言将现场的情况实时传递给受众。例如,中央人民广播电台的《中国之声》进行新闻播报时,播音员的口播与现场的记者采访播报进行实时切换,现场采访时的各种音响也都被收录到节目的配音当中,给受众以翔实形象的现场感和画面感。

3. “主播+嘉宾交流”模式

“主播+嘉宾交流”模式,主要是用于演播室主播与现场记者的电话连线或时空对接中与现场记者、有关人士及演播室内的嘉宾与专家进行对话交流的节目形式。这是一种交流性的配音工作,它不仅要求配音员具有与现场记者或嘉宾进行良好沟通的能力,还要求配音员具有把握时间、掌控全场的能力。可以说,这也是最能体现广播节目播音员综合素质的一项工作。例如,每期《经济之声》的演播间,都会请到诸如股市分析师、地产分析师、理财分析师等嘉宾前来做客,与节目主播进行现场交流及与受众进行互动,以达到形式多样化与内容翔实化的节目效果。

4. “主播+背景音乐”模式

“主播+背景音乐”模式多运用于文艺类节目当中,是一种以广播节目的播音员或主持人口播节目内容为主,并穿插或切换背景音乐的节目形式。此时背景音乐的融入方式可以以主持人的口播内容为主、背景声音为辅的形式出现,也可以是结束口播内容后单独切至音乐的形式。例如,在FM97.4《音乐之声》广播中,节目主持人在进行节目内容表意时,往往会配以与节目主题相融合的背景音乐加以渲染和衬托,以此达到渲染环境氛围,丰富广播视听语言,增强节目内容表现等效果。

三、广播节目配音的原则

广播电台的节目配音怎么设置才算合理,才能适合广大受众的需求,是关系到“扬独家之优势,显传播之精髓”的一项重要任务。广播节目配音的指导思想和主要依据是客观形势的需要、受众的需求和实际的要求。

1. 根据时代和形势的需要以及党的路线方针政策的需要设置

广播是社会主义现代化时期最强大的舆论工具之一,配音设置的指导思想是首先要围绕和按照中央的精神去考虑,要有利于党的路线方针政策的贯彻执行,有利于国内外的总体形势,要服从和着眼于整个大局。广播作为党、政府和人民群众的喉舌,始终起着上情下达、下情上达的桥梁和沟通作用,这就要求广播节目的配音要符合“上下两头”的要求。

2. 根据受众的需要、爱好和收听规律设置

广播节目的直接收听对象是受众,我们是为受众办节目的。节目配音的设置必须要做好受众的调查研究,要随时了解和熟悉受众的爱好和需求,研究受众心理,才能为受众办好节目,办受众所喜爱的节目。从某种意义上讲,看一家节目的节目效益,不仅是要看电台节目宣传了什么,宣传了多少,而且还要看受众接受了什么,接受了多少。所以,广播节目配音必须从受众的需要出发,更好地为受众服务。

3. 以声音为传播媒介,以思想和情感为内涵的设置

广播是通过无线电波,以声音来传送节目的。无论是传者还是受者都离不开声音。广播的声音又总是通过一次次节目的声音传送给受众的。不同的声音,传播着不同的节目内容。一句话,广播节目的配音是一种声音的表现艺术。配音是广播节目的载体,没有配音,节目便不复存在,广播便不能称之为广播。这里所说的配音实际上是指有声语言,即播音员和主持人的语言。广播节目正是通过播音员、主持人的声音语言的感情色彩去揭示节目的思想及其内在含义,以便让受众更好地去接受节目中所提供的大量信息和蕴涵着的深刻思想。

4. 注重节目配音的个性特点,注重音响的设置

根据节目个性和对象的特点,加强配音内容的针对性。广播节目的对象极其广泛,行文要注重配音题材的广泛性和内容的丰富多彩,要突出传递信息的特点和有效程度。例如,知识性节目要注重配音的“知识性”,不能像一杯白开水,淡而无味;文娱性节目要突出“文娱”的特色,做到真正的文娱解放,并且要注重音响的运用。广播节目的配音,即有人声语言和音响组成。音响作为一种媒介,直接作用于受众的感官,给人以现场的真实性和感知性。它有助于表现节目主题,有助于发挥节目的声音优势,使之生动活泼,增强感染力和说服力。

四、广播节目配音的要求

广播节目配音工作是一项综合性的工作,从创作出来的文字撰稿再到节目的录音配音,是一个联动制作的完整过程,它集中体现了配音员的基本素质、业务水平、对文字的理解和表达功底。它要求配音员的声音既动听传神,又讲究用声、气息和话筒的使用,通过语言的轻重缓急、节奏把握以及情感的控制,来表现广播节目声音的明暗、刚柔、强弱、虚实,从而增强广播节目的艺术表达效果。广播节目的播音员和主持人只有遵照以下要求,才能更好地完成配音工作。

1. 责任心和使命感

广播节目的配音员是党的宣传员,是党和政府联系群众的桥梁和纽带。广播节目配音员作为一名新闻工作者,要积极正确地发挥舆论引导和监督作用,坚持对党、对国家和对群众负责的一致性。因此,要求广播节目配音员要具有高度的责任心和使命感。

2. 内容表达合理

广播配音是一门听觉艺术,对于它的鉴赏离不开内容与听觉两种审美参考标准。因此,广播节目的配音技巧与配音内容是相辅相成、互为补充的两个方面,配音之前要对广

播节目的配音稿本通篇把握理解,在准确合理的基础上,大胆突出内容重点,把其中最新鲜、最能引起受众兴趣的内容点着重突出,让受众产生深刻印象。

3. 语速节奏恰当

广播节目的配音节奏不宜千篇一律,要张弛有序、节奏明快,不断使受众产生兴奋点,配音员对内容稿本文字何时切入、切出以及语速、语调、停顿、间隔、情感的运用要做到心中有数,达到声音与内容表达的完美融合,用声音技巧的表达增加广播节目的内容表现力和艺术感染力。

4. 表意质朴大方

广播节目的配音要做到生活化,符合日常生活的表达规律,声音既亲切又不显得轻浮,既庄重又不呆板,用声音在向受众传递信息的同时,要把握好配音过程中与受众建立起来的良好交流感。配音员吐字要清晰流畅,气息的运用要控制自如,用真情传达出广播节目所要传递的感情。

5. 保持新鲜活力

广播节目的配音工作是一项长期并且繁琐的工作,时间一长,配音员便容易出现懈怠、配音缺少感情,甚至油腔滑调的问题。要想持之以恒地吸引受众的注意力,广播节目配音员除了要从高度的事业心和责任感上严格要求自己外,还要在实践中积极创造一些条件,拓宽活动领域,不断变换形式来代替单一在室内配音的方式,以产生新鲜感,保持活力。

第三节 广播新闻节目配音

广播新闻节目是广播电台宣传的主体和骨干节目,在众多节目中居于首要地位,它具有时效性强、受众广泛、信息量大、连续性强等特点。新闻节目配音是广播节目有声语言传播中难度较大、要求较高、知识面要广、政策性要强、心理素质需成熟、语言功力需扎实的一种创作,新闻配音创作主体的理解能力、应变能力、驾驭能力是其他类节目所不可比拟的。如何提高广播新闻的配音质量、增强广播新闻节目的吸引力,也是我们在本节内容中所探讨的重点问题。

一、广播新闻节目的内涵

新闻节目作为广播的主体和骨干,在众多的广播节目中具有重要地位。从某种意义上说,广播新闻节目就是对新闻的汇总。广播新闻节目汇集信息量之多、内容量之大、时效性之强、受众面之广,是其他新闻传播工具无法比拟的。它汇集了百家精华,丰富了节目内容。

新闻节目是指报道真实发生具有新闻价值时间的节目的总称。广播新闻节目以播出新闻消息为主,同时也播出专稿、评论、广播谈话等。

广播新闻节目包括:短消息(时间在1分钟30秒以内)、长消息(时间在1分钟30秒到4分钟之间)、连续(系列)报道(每集5分钟以内)、评论(时间在8分钟以内)、新闻性专题(时间在15分钟以内)、现场直播和广播新闻优秀栏目。

在广播节目中,播出的方式根据节目内容而定,不同的播出方式有不同的播出作用和效果。广播新闻节目播出的一般形式可以分为两种:一是直播和录播,是指在广播电台录音室里录制播出和直接播出的形式;二是进行现场报道,是指记者(或播音员)在新闻事件发生的现场,对事件作出报道或评论的播出形式。

二、广播新闻节目配音的特点

在广播新闻节目的配音中,声音是起主导作用的元素,新闻稿件的所有内容都将通过配音的形式来传递信息与表意交流。因此,在语言表达上,广播新闻的配音遵循新闻节目的一般性质与规律。另外,广播新闻配音还具有以下特点:

1. 鲜明的政治性

广播新闻节目通过一件件、一桩桩新闻事实的报道,起着上情下达和下情上达的“喉舌”和“桥梁”作用。新闻节目犹如时代的晴雨表,真实地记录了时代前进的步伐,深刻地反映了时代的特色,具有鲜明的政治性和思想性。新闻节目配音的鲜明政治性集中体现在其反映形式快、宣传政策好、指导性强等方面。

例:

3月4日,胡锦涛总书记在看望出席政协十一届三次会议委员时强调,我国非公有制经济发展正站在一个新的起点上。他希望广大非公有制企业一定要认清形势、把握机遇,在加快经济发展方式转变、保障和改善民生、提升自身素质上有更大作为,更好为夺取全面建设小康社会新胜利建功立业,在中国特色社会主义事业发展进程中努力实现自身又好又快发展。

2. 客观的真实性

广播新闻节目以新闻事实为基础,客观真实性是广播新闻节目最基本的特征。广播新闻节目中所播出的新闻消息必须完全真实地反映客观事实,用确凿的事实来教育影响受众,要杜绝虚构和添枝加叶情况的出现。无论是构成消息要素的时间、地点、人物、事件和结果,还是所引用的背景材料、数字,都要完全真实、准确可靠。

例:

菲律宾媒体8月23日报道,一辆旅游观光客车当天上午在首都马尼拉遭劫持,车上有25名乘客,其中大部分是中国香港游客。警方说,这辆香港康泰旅行社的观光客车是当天上午9时左右在马尼拉市中心基里诺大看台附近遭劫持的,劫持者是一名被辞退的菲律宾警察。截至当地时间中午12时,劫持者释放了6名人质,其中包括3名儿童。目前,中国驻菲律宾大使馆领事部参赞和其他官员正赶往出事地点了解情况,展开相关救援工作。

3. 传播的时效性

广播新闻节目依靠无线电波传送,加之节目制作简单、周期短,可以使“刚刚发生”和