

语 言 学 与 应


用 语 言 学 书 系

广播电视 语言艺术

——中国广播电视
语言传播研究



张 颂 主 编



京广播学院
出版社

广播电视语言艺术

——中国广播电视语言传播研究

张 颂 主编

北京广播学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播电视语言艺术——中国广播电视语言传播研究/张颂主编. —北京:
北京广播学院出版社, 2001.7

ISBN 7-81004-965-8

I. 广… II. 张… III. ①广播语言-语言艺术-研究 ②电视-语言艺术-研究 IV. G222.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 032974 号

广播电视语言艺术——中国广播电视语言传播研究

主 编: 张 颂

责任编辑: 杜丽华

版式设计: 杜丽华

封面设计: 宁成春

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电话: 65779405 或 65779140

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 装: 中国科学院印刷厂

开 本: 850×1168 毫米 1/32

印 张: 9.5

字 数: 233 千字

版 次: 2001年7月第1版 2001年7月第1次印刷

印 数: 1—3000

ISBN 7-81004-965-8/G·602

定价: 19.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录

- 绪论/1
- 第一章 我国广播电视语言的发音变迁研究/28
- 第一节 概述/28
- 第二节 语音变化/30
- 第三节 发声方法变化/48
- 第四节 语音发声问题及对策/53
- 第二章 我国广播电视语言规范化研究/60
- 第一节 广播电视语言规范化要求的依据及分析/60
- 第二节 我国广播电视语言现状与问题/67
- 第三节 广播电视语言不规范的原因及对策/78
- 第三章 我国广播电视新闻播音研究/84
- 第一节 把握政策分寸/84
- 第二节 增强语言功力/87
- 第四章 电视评论语言研究/98
- 第一节 回顾/98
- 第二节 现状/108
- 第三节 走向/118
- 第五章 广播电视语言艺术化研究/121
- 第一节 中国广播电视语言艺术化的概念/121
- 第二节 艺术化的实质/125
- 第三节 广播电视的自然属性赋予语言艺术美的特征/129
- 第四节 广播电视语言本体的美学印象/137
- 第五节 当代中国广播电视的社会属性赋予其语言新闻美的特征/147
- 第六章 播音主持艺术风格研究/157
- 第一节 “无风格”与“泛风格”剖析/157
- 第二节 风格的含义、特征、体现及成因/162

第七章	广播电视语言传播专业教育与人才培养研究/182
第一节	定位与现状/182
第二节	人才培养规律/185
第三节	21世纪对广播电视语言传播教育的要求/191
第四节	面向21世纪广播电视语言传播人才培养模式/200
第八章	网络时代的广播电视语言传播研究/220
第一节	网络时代广播电视语言传播面临的挑战/221
第二节	网络时代广播电视语言传播的基本思路/227
第三节	网络时代广播电视对语言传播的要求/233
第九章	我国广播电视语言传播理论研究概要/244
第一节	我国广播电视语言传播理论研究的分期/245
第二节	语言传播理论研究的主要方向及其内容/248
第三节	中国播音学理论的核心内容/251
第四节	我国语言传播理论研究的现状与问题/256
第五节	21世纪广播电视语言传播理论研究的任务/262
第十章	播音主持艺术发展趋势研究/270
第一节	播音主持艺术的继承借鉴、创新发展/271
第二节	播音主持艺术的展望/287
	后记/296

绪 论

当号称“第四媒体”的多媒体、互联网、信息高速公路已经进入人类生活并日益显示其威力的时候，我们的《广播电视语言艺术——中国广播电视语言传播研究》课题是不是已经过时、失去其社会现实价值了呢？回答当然是否定的。

广播出现以后，有人曾预言印刷媒体的消亡；电视出现以后，有人曾预言广播将衰败；今天，又有人预言电视将化为泡沫。这些预言只看到了事物的一半——局限性的一面，而没有从整体上，既包括局限性，更包括优越性，全面地去把握。

正像指南针发明以后，北斗星还可以指引方向，电灯发明以后，蜡烛并未减少其用途，广播电视的功能仍将有其特殊性，其存在价值会延续到可以预见的未来。

人类总是在自己需要什么的时候，便合乎逻辑地推荐出某种事物，并水到渠成地推广它，人类便更进一步。这推荐和推广，当然来之不易，但也不过是历史的瞬间。事物本身也在发展，人们对事物的认识也在深化。人类能够最大限度地利用自然资源和智力资源，“山穷水尽疑无路，柳暗花明又一村”。事物的数量可能有多少，质量可能有高低，但它们的寿命却会相当长久，人类对自己的创造从来都是珍惜的，不会轻易抛弃什么。这是人类的文明，更是人类的高明和精明。

语言也是这样，语言产生之后，人的喉头和声带才发达起来。为了放大声音，光靠喊叫不够了，先用手放在嘴前，用能卷成筒状的东西，并用纸的、铁的喇叭放大声音，后来出现了扩音话筒和扩音器……。现在，不可能人人上广播、到处有话筒，使用手、使用卷成筒状的东西，也还常常见到。语音的丰富，词汇的扩充，语法的发展，修辞的多样，并没有削弱单个音节、简单词语的功能。长江后浪推前浪，世上新人换旧人，在推进和更换中，正是因为有规律在，正是因为有承继在，一切均在传统的演变过程里。

广播电视将从集团优势进入网络文化的发展历程，而显示其巨大的威力。电脑的监视器可以大到整面墙，小到手表，却很难淘汰可视收音机、可视手机等。文字和图像的清晰度、可视度、字幕的大小和共时容量，都因人、因地、因时而不同。语言的清晰度和可听性，取决于声音传播的质量、抗干扰性，也不是“一言以蔽之”的事情。极而言之，当人脑与电脑合为一体的时候，人脑的主观能动地位仍是第一位的本体，电脑不过是从属、参谋而已，广播电视的独特性、共融性依然是不可替代的。当然语言的地位，语言的功能，也不会被削弱、被衰减。

—

人的本质是创造，不像其他动物那样总是“适者生存”。创造的过程，即在改造客观世界的同时也改造主观世界，必然创造出群体社会，创造出文明历史。一个民族的文化遗产，一个社会的时代精神，都离不开语言的凝聚力、升腾力。语言的本质就是人文性，语言，就是人文精神的音声化。它包容着自然科学、社会科学、人体科学，包容着理性与感性，包容着广远的时间和空间，包容着实践的总结与目的的预设。

物质世界在精神世界中的映照，精神世界对物质世界的揭示，相互作用，螺旋上升。语言在其间纵横驰骋，使之显露出千差万别、色彩纷呈，并在过滤、提升中，播扬四海，传宗接代。

在认知客观世界和主观世界的历史长河中，凡是无言以对的时候，正是需运用知识和智慧去深化认知、开通言路的时候。“只可意会，不可言传”的东西，恰恰证明，“意”尚未尽，“会”尚未通。当今第四媒体已经形成气候，广播电视语言传播的优势遭遇更多竞争对手，我们理应从“工具论”的狭隘语域中跳脱出来，接受文化论的洗礼，充满对当代的民族人文精神的关怀，显现我们民族的当代人文精神的音声化魅力了！

语言的社会性、人文性，在语言学研究中应该成为重要的出发点和归宿，而在工具性和技术性层面的阐释中，更要给以人文精神的终极关怀。只有如此，才可以打破“语言是交际和交流思想的工具”的视域，提升到“语言是思想的直接现实”这个高度上来。

在语言历史发展的长河中，表现出了相当明显的稳定性，也表现出了相对活跃的变异性。长期以来，我们十分重视文字、文字语言和书面作品的研究，而不大重视甚至轻视口语、有声语言、口头创作的研究。因此，口语作为书面语的根本，似乎一直徘徊在语言学研究的殿堂之外，甚至认为口语不能登大雅之堂。我们的语言史，几乎成了文字语言史。

当然，汉字的发展，便于记录、考证；汉语积字成篇，意象铺排，不重形态；书面语与口语分离……，至今仍存在“重文轻语”的现象，表明了语言学研究的难度。不过，我们是否在“工具论”的影响下，局限于历史流变的形式、拘泥于一般语言的规则，精于微观技术辨析而疏于宏观人文关怀呢？

语言学研究，必须从社会语言现象入手，去观察，去搜集材

料，去进行历时性、共时性研究，不这样做就无法占有广泛的素材、数据，就无法对比、描写。但这只是一个客观分析的角度，只是一种结果性探索。语言的主体性和内省性却提出了另一种主观分析的角度，也可以说是原因性探索。只有研究了语言的主体性和内省性的这个重要方面，才有利于解释语言的个体性与社会性的关系，有利于描述语言的个别性和一般性的关系，从而深入探寻语言的规律性问题。

从语言传播的角度，开启一面语言主体和内省的门窗，是否可以语言学研究提供一点思路？

语言的发生学依据，还是以恩格斯在《自然辩证法》中那篇著名的《劳动在从猿到人转变过程中的作用》里的论述最为科学和生动，并具有深刻的启示性。“非说不可”的个体需要融入共同的社会需要之中，语言便拓展出人际交流的生存空间。

语言的生存空间，使人们在求生存、求温饱的欲望中，获得了一般动物性中罕见的人类性，极大地提高了存活率，人真正成为社会的结节点。不但打开了进行生存方式对话的新天地，而且可以用初始的平面语言叙述个体的人生体验，同时，造就了群体（由小到大）的联系纽带，可以抗拒自然灾害和猛兽侵袭。

在语言的生存空间中，肯定存在着语言传播的现象，不过传播范围比较狭小，传播方式比较单一罢了。否则就难于理解“围猎”时的大声呼喊和个人心愿形成共有的图腾了。

随着语言生存空间的不断扩大和丰富，人类社会的种种“契约”开始出现，一地有一地的习惯，一族有一族的风俗，涉及生存及繁衍的众多“游戏规则”也逐渐约定俗成了。

诸如民谣、民歌，其后的口头文学创作，都是在历时和共时的传播中发展起来，并影响书面语的。到今天，语言的生存空间更加广阔、更加鲜活，可民族性、地域性、人文差异性还是注定

了它的复杂和散漫。

社会的进步，经济的发展，人类的社会交往日益频繁，交际领域十分宽广，加上科学技术的空前发达，传播媒介的迅猛扩张，人们的求发展、求富足的欲望更加强烈，“自给自足”的生活升腾为“我为人人，人人为我”的要求，正常和正当的功利主义催发了竞争激流中的生命之舟，冲破了显性和隐性的大小樊篱，进入了标准语言的规范空间，并能在其间徜徉遨游，这时，人生便似闲庭信步，而以求更大发展。

国家的、民族的共同语，给政治、经济、文化、教育、军事、科技带来了共享的资源，带来了德、才、胆、识的创造契机。在“书同文”的伟大规范之后，再发挥“语同音”的历史规范作用，利在当代，功在千秋，应是不争的结论。

语言的规范空间，呼唤着前瞻性的观念与警示性的紧迫感，人人都逃脱不了义不容辞的责任，任何精神和物质的障碍都阻挡不住当代社会契约的强劲拉力。广播电视传播以有声语言为主干或主线，不论是今天的单向传播还是明天的双向互动传播必须率先垂范，做出榜样，并为营造规范氛围恪尽职守。值得重视的是，广播电视语言传播的非规范化倾向相当普遍，而在文学艺术界更有“解放被普通话取缔的广大领域”之论调，已在流传。这主要源于对语言生存空间的留恋，对规范空间的本能抗拒。

这一空间，充满着规范与不规范、推行规范与抵制规范的较量，且会长期存在。只有当不规范便无力生存时，如不规范社会被传媒、被网络文化拒之门外时，这种较量才有可能淡化以至消失。但那时，也许新的规范更严格、更冷酷。人们的语言观总是不断更新、不断进步的，这是毋庸置疑的。

古今中外历史文化的积淀永远处于动态的凝聚之中，永远会

表现为理念与情感融会贯通的语言中。规范，只是一种语言文化广采传收、深化内涵的基本要求，是精神境界提升的必备条件。

人类的求发展、求富足，没有止境，在信息共享、认知共识之后，必然产生对美学理想的追求，期待着愉悦共鸣。语言上的单调、冷漠、复杂、散漫、刻板、生硬必然会造成疲惫和厌倦，无法激发生命活力。这也是电脑不能代替人脑的原因之一。

人们向往语言的审美空间，在那里，洋溢着对生活的热爱，对美感的享受，对未来的憧憬，对创造的欣喜……。

进入审美空间的语言，包含着历史的厚度、时代的高度、哲理的深度，言简意赅、辞约义丰，使人心驰神往、留连忘返。这是理想语言学派、阐释语言学派、结构语言学派、功能语言学派等所不能完全覆盖的。

审美空间往往给人以“高处不胜寒”之感，总觉得“起舞弄清影，何似在人间”，远不如日常生活中那又自然又随意的语言显得“平民化”。其实，语言的审美空间完全可以做到“从心所欲而不逾矩”，不过，那是要花费一定工夫的，即：“语言这东西，不是随便可以学好的，非下苦功不可”。如果真的做到“辞达”，展现了语言的音美、意美、情美，使语言进入民族化、风格化、意境美、韵律美的境地，发挥出语言的言事省人、言理服人、言情感人的精妙作用，语言创作主体与接受主体都可以获得审美愉悦，到那时，“阳春白雪”和者岂止数十人，“高山流水”知音绝非一二人。

从以上对三重空间语言传播的简浅说明不难看出：

三重空间是相通、相容的，并不隔绝，边界不是鸿沟。生存空间中也有规范部分，也有审美成分；规范空间会存在审美层次；审美空间中肯定有生存空间的鲜活因子和规范空间的座标要素。

三重空间是由低到高的递进关系，并不脱离，都有遵守基本

规则的要求。到了审美空间，特别是返璞归真状态，便达到了“不工者，工之极也”的地步，同生存空间的风貌相当接近，但却属于高级形态。如此螺旋式上升，将在整体上提高全民族的文化素质和语言素养。

语言传播可以存在于三重空间中，其理想模式也不是全部归于审美，应视传播内容、传播样式而定，有时“杀鸡焉用牛刀”，有时要“会当凌绝顶”，不可一概而论。但是，语言传播不应只求符合规则，必须发扬人文精神，引发生命活力，坚持规范、审美的价值取向，这正是研究三重空间的目的和意义。

语言学与应用语言学不宜作茧自缚，而应大踏步地走向现代化、走向世界、走向未来！

二

语言传播是大众传播媒体，特别是广播电视传播媒体有声语言的传受过程。先有传播主体的有声语言创作，后有接受主体的有声语言解读。这是口耳之学的一般流程和有序状态，因而才会有语言的无干扰、无损耗要求。那责任当然在传者，而所谓传者，正是出声露面享有话语权力的播音专业工作者。

不论是国家级、省市级、县级级的播音专业工作者，都在大众传播媒体中获得了一定的话语权力。这一定的话语权力使用，完全不同于人际交流中的语言应用。大众传播不应陷入人际交流的汪洋大海，不能与人际交流同态。在大众传播中，任何人际交流的场景都是预设的、选定的，话题是抽取的，对话是非常态的。大众传播中的话语权力必须比生活交往略高一筹，发挥引导、提升的作用。话语权力虽由个体行使，但根本不是“个人”的，而应是群体的。特别是当广播电视以集团军的优势进入网络传播之后，更是如此。

个人的话语权力，也受道德规范、语言规范的制约，那自由也并非绝对的、无所敬畏和无所顾忌的，但总还可以终生享有。大众传播的话语权力却远不是“终身制”的，不定什么时候，不定什么原因，都可能被终止或转移。那些追求“人格魅力”而一味张扬个性的媒介人物，万不可忘记“大众”的、群体的监督和评判，否则，会“一失言便成千古恨”。

大众传播中话语权力的内涵是丰富的、发展的，其艺术性呼唤语言功力，其审美性又进一步凝聚为语感通悟（见拙著《播音语言通论——危机与对策》）。当前值得重视的是其文化性，要求着文化传承、文化本体和文化社会公共话语的品位。其间，要警惕话语权力的内涵被挤压成平面，被吹捧为万能。

在广播电视语言传播中，语言主体的话语权力是一个相当重要的理论命题，更是一个十分紧要的实践课题。近些年的学术研究中已有所涉及，却尚未引起足够的重视。

话语权力的阐释，直接关系到话筒前、镜头前的有声语言创作，并以此为中心，辐射到很多相关领域。

话语权力的运用，竟能决定传者的身份、语言的驾驭、受众的期待，以致节目（栏目）的策划、创意、制作……。可因其得当而事半功倍，也可因其失当而事倍功半。

我们不应漠然对之。

话语权力简称话语权，是指支配力量而非利益享用。

从喉舌性质和功能的考察中可以看出，话语权力的赋予是党、政府和人民通过主管部门的聘用而实现的。这同自然人的生命生存需求不可同日而语，也同社会人的言论自由不可等同视之。广播电视传播的话语权力是与媒介人物的传播权相联系的。采访、编辑、播音、传输……，都有传播权，惟独播音，具有集中的话语权力，同时被受者所承认、所尊重。

在话筒前、镜头前能够运用话语权力的人必须具备相应的条件与资格，不是什么人都可以行使话语权力的。在我国的传播史上曾有两种极端情况：过严的时期：资格审查、话语建构、字词监听，都十分苛刻，一字之差、一音之误都会上纲上线，查三代，受处分，话语权力减缩到千钧一发、人人自危的地步；过松的时期：几乎来者不拒，南腔北调，云山雾罩，村言俚语，神聊乱侃。于是，基本常识的错误，屡见不鲜；出乎意料的笑话，层出不穷。广播电视就像陷入了人际传播的汪洋大海，话语权力扩张到随心所欲、人人可得的的地步。近几年的规范管理，实行“上岗资格证书”制度，正是合理合法地调控话语权力的重大举措。

传者的任务是受众服务，以生产的精神产品满足受众日益增长的文明、文化的需要，以提高国民智力和民族素质。必须在大千世界的千变万化中提供丰富的人生价值取向，力求在生命感悟的千姿百态中引发积极的理想追求热情。电子传媒的广大覆盖面和巨大影响力，要求行使话语权力的公众形象敏于应对，长于表达，善于驾驭，精于传播，尊重受众而不放松引导之责，强化自我而无狂妄不羁之态。既要防止话语权力的滥用，又要克服话语权力的疲软。任何以“节目特殊”、“贴近受众”、“个性需要”和“为了真实”为理由，超越话语权力，以“时间紧迫”、“事件重大”、“编导要求”和“条件所限”为借口，削弱话语权力的看法和做法，都会使话语权力膨胀或萎缩，造成有声语言创作主体的“雄辩症”、“失语症”的疾患。

广播电视语言传播中，以新闻播音员、专题解说员、体育评述员、节目主持人为主体，是话语权力的专业行使者。从创造依据上分，一种是有稿播音，一种是无稿播音；从表达样式上分，有播报、讲解、诵读、谈话等；从主体情态上分，一类是转述旁白，一类是率真表白。话语权力的运用，属于主体情态的外露，

因此，必须了解：

所谓转述旁白，是创作主体以代言人、旁述者的身份，对事实、事件（过程、场面）、人物、事物进行报道、报告、告知、介绍、评述等，创作主体间接地、蕴含地表达自己的认识、态度、感情、体味。

所谓率真表白，是创作主体以主讲人、主持者的身份，对现实、现象、史实、世人、心理等进行介绍、议论、解释、劝告等，创作主体直接地、显露地表达自己的感受、理解、评价、体会。

这两类情态，在话语权力的运用时，有不同的表现：间接和直接的话语权力。

间接的话语权力因主体的主观意念融入叙事内容的词语中，呈现出蕴含性特点。这就造成了行使话语权力的难度，主体意志不能自行其是，而是借花献佛。主体的涵化与转化能力、捕捉与把握能力、整合与驾驭能力、思辨与反应能力，使有声语言的神采流露出创作主体的语言功力。

直接的话语权力把主体的主观意念显现于叙事内容的词语中，呈现出显露性特点。这也造成行使话语权力的难度。主体意志可以自行其是，力求现身说法。主体的内省与外化能力、集中与选择能力、调控与驾驭能力、反思与应变能力，使有声语言的意趣凸现出创作主体的语言功力。

创作主体的话语权力，间接的多为隐性，直接的多为显性。隐性话语权稍有不慎便给人以被动、无奈之感，显性话语权稍有不慎便给人以张扬、夸耀之感。间接的话语权力，具有广远时空的包容性，普泛认知的通达性，鲜有具体称谓、特指语项的应对情态；直接的话语权力，具有当下语境的趋向性，个体感悟的差异性，少有笼统称谓、共享语项的独白情态。因此，两极的区别较多，中间部分比较接近。

创作主体的话语权力，虽然有间接和直接、隐性与显性的不同，却绝非本质的、原则的区别，也不是什么“两种语言”。这一点是起码常识和基本知识。

它们的不同，主要表现在创作主体的个性展现方式上。

之所以把间接话语权力叫做隐性话语权，并不是说它藏而不露，而是说它表达的大部分是社会公共话语，个性展现是在共性语域的范畴中进行。创作主体的独特体验、独特感受和独特表达习惯，必须通过公共话语模式表达出来。如新闻播报，其共性语域范畴十分明显，很难在其中用社会个体话语样式、话语结构加以填充。如果硬要填充，就会使社会公共话语失范，话语结构散漫，话语内容失真，“代表性”就有变为“代替性”的危险。

那么，把直接话语权力叫做显性话语权，并不是说它单薄肤浅，而是说它表达的大部分是社会个体话语，个性展现应在个性语域的范围中进行。创作主体的独特体验、独特感受和独特表达习惯，可以通过个性话语特征表达出来。如话题主持，其个性语域范围比较明显，很少在其中用社会公共话语范式、话语结构给以支撑。如果必须引入，也要使社会公共话语转型，话语结构变更，话语内容细化，“个体性”一定要有“群体性”的基石。

这就是说，隐性话语权是在共性覆盖下的个性话语特色，显性话语权是在共性基础上的个性话语特色，都应是共性寓于个性，个性体现共性。

这共性、个性关系的辩证认识，使得创作主体的创作过程、创作行为有些差异，但并未影响话语权力的内涵，也不会产生高低、优劣之别，可以说是各有千秋。广播电视语言传播的功能由之而可以发挥得朝气蓬勃、淋漓尽致。

广播电视语言传播中话语权力的赋予和使用，必须坚持正确的创作道路、遵循创作规律、提高创作觉悟、把握播音语言特

点、强化主体语言功力，并反对不良创作倾向。

广播电视语言传播功能往往由于创作主体话语权力的使用不当而弱化。

如：文本属于转述旁白，为了“自然”、“亲切”，硬把率真表白的情态搬过来，造成间接、隐性话语权力的变型。犹如凄婉苍凉的《琵琶行》，不顾意境和韵律，完全抛弃吟咏的意味，用大白话语气去“说”，会使听者感到味同嚼蜡。

如：文本属于率真表白，为了“清晰”、“强调”，硬把转述旁白的情态搬过来，造成直接、显性话语权力的走形。犹如直白浅近的《天气预报》，不顾听者的需要，根本不管通俗易懂的词语，一味追求“庄重”、“规整”，定使听者觉得装腔作势。

以上虽是极而言之，但在实践中却是或多或少地存在着。它们严重地妨害着创作主体话语权力的灵活变通。以先验的某种模式去对待话语的丰富多彩，“权力”就成了心造的幻影。

创作主体必须审时度势、因势利导、有感而发、控纵有节，真正地而不是虚假地、具体地而不是空泛地行使话语权力。

创作主体行使话语权力的主旨在于更好地为受众服务，让受众“愿意接受”，“心向往之”。因此，便涉及到传受沟通的问题。

广播电视传播的线性、限时性、时效性，往往造成收听收视中的“强制性”。“欢迎到时收听（看）”、“明天同一时间再见”，正是这种强制性的一种表述。这就要求传播必须具有吸引力，或曰魅力。

创作主体的话语权力应富有“以事醒人、以情感人、以理服人”的艺术魅力，实际上，是构成“由己达人”的“交流”过程的推进权力。传者有声语言的“发出、深化、驾驭”，同受者对有声语言的“接收、判别、储存”形成了传输与反馈的环流。

间接、隐性的话语权力，以获得“对象感”为内心依据，建