

GUANG BO DIAN SHI YU YAN YI SHU ZONG LUN



中国戏剧出版社

广播电视语言艺术综论

杨月蓉 谭永康 刘红曦 著





GUANG BO DIAN SHI YU YAN YI SHU ZONG LUN

广播电视语言艺术综论

杨月蓉 谭永康 刘红曦 著

江苏工业学院图书馆
藏书章

中国戏剧出版社

图书在版编目(CIP)数据

广播电视语言艺术综论/杨月蓉, 谭永康, 刘红曦著.
-北京: 中国戏剧出版社, 2007.6
(艺术星空. 第1辑)

ISBN 978-7-104-02561-0

I. 广… II ①杨…②谭…③刘… 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 (2007) 第 075494 号

广播电视语言艺术综论

责任编辑: 赵建新

责任出版: 冯志强

出版发行: 中国戏剧出版社

社 址: 北京市海淀区紫竹院路 116 号嘉豪国际中心 A 座 10 层

邮政编码: 100097

电 话: 010-58930221 58930237 58930238

58930239 58930240 58930241 (发行部)

传 真: 010-58930242 (发行部)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 成都新千年印制有限公司

开 本: 850mm×1168mm 1/32

印 张: 9

印 数: 0001-1000 册

字 数: 225 千

版 次: 2007 年 6 月 北京第 1 版第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-104-02561-0

定 价: 18.00 元

版权所有 违者必究

前 言

中国普通老百姓真正认识电视机是在上个世纪 70 年代末，那时谁家有一个九寸的黑白电视机，晚上就是左邻右舍集会的中心。当时笔者正在大学读书，每个周末，一个 14 寸的电视机放在教学楼外面的窗台上，同学们总是早早地提个凳子去占位子，几十上百人密密地挤在一起看得津津有味。至于收音机进入中国普通百姓的家，要早一点，但也不过是 50 年代末，那要归功于安装简便、花钱不多的矿石收音机。那时略有点无线电知识的人哪个不为自己和亲朋好友安装几个矿石收音机。曾几何时，收音机、电视机就在神州大地广为普及，即使是偏远穷困的农村，农民也把买个电视机作为添置家产的首选。人们对丰富的精神生活的追求、改革开放以后的观念更新，促使了广播电视事业的飞速发展，也促进了广播电视节目类型的多样化，节目形态也异彩纷呈。节目类型和形态的多样化又促进了语言表达形式的多样化，对广播电视语言的研究也正方兴未艾。

广播电视是大众传播媒体中的强势媒体，它所具有的动态的声像符号系统所特有的表现力、吸引力、感染力是纸媒体无法企及的。广播电视中的言语在公众心目中具有特殊的权威性和示范性，并对社会生活产生巨大影响，对于提高民众的文化品位、审美情趣，对于导引舆论都具有非同一般的重大作用。据调查，在遇到见解不同、莫衷一是的观点时，中国普通百姓有 90% 以上都希望听听“中央台是怎么说的”，广播电视的影响力可见一斑。语言是广播电视传达信息的主要手段，对广播电视语言进行



研究具有深远的意义。广播电视语言也是一个复杂的综合体，对广播电视语言可以从不同角度、不同层面进行研究，例如，广播电视语言是有声语言，是利用电波传送声音，因此可以从传导技术方面研究如何使声音的传导更清晰，也可以专门从发声学的角度研究播音员主持人的语音；可以从表意的角度研究广播电视节目语言的立意、话语结构；广播电视语言的最终目的是影响受众，感染受众，因此还可以从艺术审美角度研究其艺术内涵和美学价值；广播电视语言的听者和说者是依靠特殊的交际媒介进行交际的，因此也可以从编码和解码两方面分别进行研究。广播电视语言有别于一般的人际交际，在语法结构、词汇选择、修辞手段等方面也有其特点，因此可以从语法学、修辞学的角度进行专门研究。本书主要是从应用语言学和语用学的角度对广播电视语言一般应用规律进行研究，希望能从一个侧面揭示出广播电视语言的一些特征。书中重点研究了广播电视语言的特点，语体分类，语言运用的原则以及主持人的语言风格等，并对各种语体进行了专题研究。当然，要完全揭示出广播电视语言的特点，远不是这么一本书所能涵盖的。

本书由三人合作完成，具体分工是：第1-4章由杨月蓉执笔；第5-7章由谭永康执笔；第8-9章由刘红曦执笔。

限于水平，本书难免有疏漏之处，也不免有前后风格不一致之处，但我们希望能起到抛砖引玉的作用，将来有更多的研究广播电视语言的书籍问世。书中引用了一些前人时贤的观点，有的是学院派学者的精彩论述，有的是广播电视界从业者的经验之谈，未能在书中一一注明，在此一并致谢。

本书的出版，得到了重庆工商大学科研处的资助和中国戏剧出版社的大力支持，也在此表示感谢。

作者

2006年12月

目 录

前 言	1
第一章 概论	1
第一节 广播电视语言的特点	1
一、“广播电视语言”的含义	1
二、广播电视语言的基本特点	4
三、广播语言和电视语言的差异	10
四、广播电视语言的分类	15
第二节 广播电视语言的功能	20
一、传播信息	22
二、传授知识	22
三、解释说明	24
四、进行评论	25
五、调动情感	28
六、串联转换	30
第三节 广播电视语言的语体	31
一、什么是广播电视语言的语体	31
二、广播电视节目类型与语体	36
三、广播电视语言语体的六个次类	39



第二章 广播电视语言的规范	47
第一节 广播电视语言规范的必要性和依据	47
一、广播电视语言应该规范	47
二、广播电视语言规范的依据	49
第二节 不规范语言的类型	52
一、不规范语言的常见类型	52
二、怎样避免不规范语言	58
第三节 广播电视中的方言问题	59
一、方言节目兴起的原因	60
二、怎样看待广播电视中的方言	63
第三章 广播电视语言的表意技巧	65
第一节 广播电视语言的语用原则	65
一、立场鲜明, 观点正确	65
二、语言真诚, 亲切自然	67
三、宽容大度, 与人为善	68
四、轻松活泼, 幽默风趣	70
五、驾驭情感, 适合语体	70
第二节 广播电视语言的语境	73
一、什么是语境	73
二、广播电视的一般语境	74
三、广播电视的特殊语境	78
第三节 广播电视语言的锤炼	86
一、表意准确精练	86

二、状物形象生动	89
三、语气幽默诙谐	90
四、提问确切精当	95
五、结构多种多样	100
第四节 体态语的辅助表意作用	103
一、眼神与面部表情	103
二、手势和身姿	104
三、服饰及化妆	105
 第四章 广播电视语言的载体——声音和文字	107
第一节 广播电视的语音	107
一、广播电视语音概说	107
二、音色的控制	111
三、语调的调配	113
第二节 字幕语言	126
一、字幕语言的功能	127
二、字幕语言的形式	130
 第五章 广播电视新闻节目的语言	132
第一节 广播电视新闻语言的特点和基本要求	132
一、广播电视的信息传播特点及对新闻语言的影响	132
二、广播电视新闻在语言运用上的基本要求	133
第二节 广播电视消息的语言艺术	143
一、准确清晰, 稳健庄重	143



二、调整播报速度·····	146
三、“播”“说”结合·····	150
第三节 广播电视新闻评论的语言艺术·····	152
一、语气肯定果断而又自然沉稳·····	153
二、强调重点，语气连贯·····	154
三、批评要注意分寸·····	156
第四节 深度报道类新闻的语言艺术·····	158
 第六章 广播电视谈话节目的语言·····	164
第一节 谈话类节目的语言特点和运用要求·····	164
一、广播电视谈话节目的特点及分类·····	164
二、广播电视谈话节目的语言特征·····	166
三、广播电视谈话节目的语言运用要求·····	169
第二节 引导访谈对象的语言艺术·····	178
一、营造和谐的谈话氛围·····	178
二、选择适当的话题导入方式·····	179
三、运用恰当的提问进行引导·····	183
四、适时进行调度·····	190
 第七章 广播电视娱乐节目和文艺节目的语言·····	198
第一节 娱乐节目的语言运用艺术·····	198
一、娱乐节目的特征及对语言的要求·····	198
二、善于运用语言进行临场控制·····	202
三、运用幽默语言，排斥低俗语言·····	204
四、清楚交待游戏竞赛规则和题目·····	208

五、运用体态语激发和感染观众·····	209
第二节 文艺节目的语言艺术·····	210
一、纯欣赏性文艺节目的语言·····	211
二、“介绍说明+作品欣赏”式文艺节目的语言·····	213
三、“参与互动+介绍说明+作品欣赏”式文艺节 目的语言·····	217
第八章 主持人的语言风格·····	219
第一节 影响主持人语言风格的外在因素·····	219
一、节目类型的要求·····	220
二、受众对节目的要求·····	224
第二节 影响主持人语言风格的内在因素·····	229
一、思想情感及审美倾向·····	230
二、知识和能力·····	231
三、性格特征·····	232
四、音色、腔调和节奏·····	232
五、修辞习惯·····	234
六、体态举止·····	235
七、临场应变·····	236
第三节 主持人语言风格类型·····	239
一、沉稳庄重型·····	239
二、朴实亲切型·····	240
三、活泼轻快型·····	240
四、幽默风趣型·····	241



第九章 广播电视广告语言艺术·····	244
第一节 语言在广播电视广告中的地位·····	244
一、广告语言的概念·····	244
二、广告语言的一般特征·····	245
三、语言在广播电视广告中的地位·····	250
第二节 广播电视广告语言的特点·····	254
一、广播广告语言的特点·····	254
二、电视广告语言的特点·····	260
第三节 广播电视广告语言的表现形式·····	263
一、有声语言的表现形式·····	263
二、电视中文字广告的表现形式·····	271

第一章 概论

第一节 广播电视语言的特点

一、“广播电视语言”的含义

广播、电视是随着电子技术的产生和发展而出现的，在表现现实社会生活、表达人们的思想感情、娱乐人们精神生活等方面具有重要作用。广播电视凭借着“传播的及时性、形象的纪实性、观众的参与性、节目的综合性”^①等特性改变了人们的生活，推动了社会的发展，在短短几十年间一跃而为最重要的传播媒介。可以说，广播电视，尤其是电视已成了当今社会人们生活的一个重要组成部分，是人们发布或获取信息的重要渠道，休闲娱乐的重要方式。电视作为一种大众传媒，具有生动形象、快速便捷、易于接受等优点。电视所能表达的内容无所不包，最重要的是能把所表现的事物真实地展示在人们眼前。有学者指出：声屏文化传媒在人类文化史上开辟了崭新的、奇妙的、高速度、高效率、高精密、高真切的全息传播时代，使人类的精神和物质文化生活发生了深刻的变化。^②

“语言”一词有广义和狭义两种不同的意思。狭义的“语

① 高鑫《电视艺术美学》第9页，文化艺术出版社，2005年。

② 张晓非《影视编辑学》第18页，河南大学出版社，1994年10月版。



言”是指人类发音器官发出的音义结合的符号系统，这就是自然语言，也是“语言”一词的本义。广义的“语言”指所有能表示意义、情感的符号体系，例如为计算机设计的可以识别的程序叫机器语言，具有某种含义的动作、表情称为体态语言。一切艺术形式都可能蕴涵着人类的某种情感或意义，所以“从某种意义上可以说一切艺术都是语言，但它们又是特定意义上的语言，它们不是文字符号的语言而是直觉符号的语言。”^①如人们常提到的绘画语言、建筑语言、舞蹈语言、音乐语言等。

广播和电视都是利用电子传播技术传递信息。广播是以声音传递信息，除了人声外，还有音乐、音响。人声包括人说出的自然语言，以及人的发音器官发出的各种声音，如哭笑声、咳嗽声、感叹声等。音乐，包括配乐音乐及歌舞类节目中的音乐等，配乐音乐具有渲染环境气氛、揭示内在情感、点化主题等作用。音响，是为了增加现场感、真实感而录下或配上的周围环境的声，包括自然界的一切声响、人们发出的无意义的声响以及各种机器设备等人工制品所发出的声响，如风声、脚步声、汽车喇叭声等。

电视是声像结合体，除了人声、音乐、音响外，还有画面和符号。画面由影像、色彩、光线等组成，是使用摄像机在一段时间内不间断地拍摄的形象素材。有无画面是电视与广播的根本区别。画面诉诸受众的视觉器官，通过异彩纷呈的连续运动的图像真实地反映客观世界。符号指屏幕上出现的台标、栏目标志、字幕以及图形图表等，具有说明、解释、提示画面意义的作用。作为现代最重要的传播媒介，广播、电视能传递各种信息，能反映各种社会生活，表达各种情感，因此其表达形态也被人们称为语

^① 恩斯特·卡西尔《语言与神话》，于晓等译，生活、读书、新知三联书店，1988年。

言，如广播语言、电视语言。

构成广播电视语言的各种元素具有相对独立的表意性，如音乐、音响、画面等都可能具有某种寓意，都能表示出某种思想感情，所以也被人们称为语言，这样就有了各种各样的“语言”：画面语言、有声语言、造型语言、镜头语言、编辑语言、光线语言、音响语言、音乐语言、符号语言、文字语言、特技语言等。而所谓的“电视语言”就包括了组成电视的各种声光色彩。有的“语言”是显性的、外在的，直接作用于人的视觉和听觉，如画面语言、有声语言和造型语言。有些语言是隐性的、内在的，是某种技巧的灵活运用，为表现显性语言服务的，如镜头语言、编辑语言。

广播电视中的这些“语言”是属于不同层次的概念，如电视语言是第一层次，它包括画面语言、有声语言、造型语言等。而画面语言包括了影像语言、镜头语言、灯光语言、特技语言等；有声语言则包括了人声语言、音响语言、音乐语言等。电视语言中的人声语言也不完全是人说出的话，还包括啼笑、感喟、咳嗽等一切人类发出的声响。啼笑、感喟、咳嗽等是人的感情的自然流露或生理状况的自然反映，没有明确的意思，也不能分析出其构成元素，不属于自然语言。

自然语言是广播电视节目中的重要组成部分，虽然与音乐、音响、影像关系密切，组成一个密不可分的整体共同为表达思想感情服务，但自然语言有其独特的体系，由语音、词汇、语法构成一个完整的系统，能够利用语言要素不同的排列组合表达确定的意思，与其他“语言”有着本质的不同。

本书的研究对象是狭义的语言，是指广播电视中的自然语言，主要指广播电视播音员（包括现场播报的记者）、节目主持人、解说员等所运用的语言形态，以及屏幕上的文字形态。王维超曾在《电视与电视艺术辨析》一文中，将“电视艺术”分作



三类：舞台演出的直播和实况录像、演播室加工的舞台艺术节目、真正意义上的电视艺术。^① 本文中的广播电视语言只指后两类节目中的语言，不包括舞台演出的直播和实况录像。在分别叙说时，为了简便起见，把广播中的自然语言称为广播语言，把电视中的自然语言称为电视语言。

广播电视学是一门综合性学科，对广播电视语言的研究涉及多门学科，正如著名学者张颂教授所言：“中国播音学（或曰播音主持理论）作为新兴学科，她是建立在四大学科群（哲学美学、新闻与传播学、语言学及应用语言学、文学艺术）的基础之上的。”^② 本书是从应用语言学的角度对广播电视中的语言进行初步探索。

二、广播电视语言的基本特点

人类语言有多种表现形式，从载体来说，有由人类的发音器官发出的有声语言，有用文字书写的书面语言。从使用领域来说，有日常生活语言，有使用于科技著作中的科技语言，有使用于政治经济等领域的政论语言，有使用于文学作品中的文学语言，有使用于戏剧、电影等领域的艺术语言。广播电视语言在内容上涉及人们生活的各个方面，形式上广泛采用各种形式，所以广播电视语言是以上各种语言的综合形式。

由于广播电视表现内容极为广泛，表现方式多种多样，所以广播电视语言也具有多种多样的特点。下面我们以与文字媒介和日常生活语言相比较的方式谈谈广播电视语言的特点。

（一）以声音为载体

与以书面文字为表现形式的文学作品和其他媒体（如报刊杂志）中的语言不同，广播电视语言主要是借助电子技术传递

① 转引自高鑫《电视艺术美学》第76页，文化艺术出版社，2005年。

② 毕一鸣《语言与传播·序》，中国广播电视出版社，2005年。

信息的有声语言，诉诸人们的听觉。受众则通过听觉感知语言的声音，从而接收声音所传达的信息。声音是构成广播电视语言的物质材料，没有声音便没有广播电视语言。语言在广播中只有有声语言一种表现形式，在电视中则有有声语言和字幕语言两种表现形式。有声语言是第一性的，电视中的字幕语言只是有声语言的辅助手段，或者是有声语言的书面记录，或者补充有声语言之不足。

因为有声语言是广播电视表意的重要工具，所以要求声音清晰，表义准确，语流连贯完整，声情并茂，富于感染力。广播电视语言主要服务于听觉，表达时要注意口语的特点，要让听众听得明白，听得清楚。有些意思，书面语中可以清楚区分，但在口语中却不容易区别开来。例如，汉语里同音词较多，在书面上可以通过具有表意性质的汉字进行区别，而在口语中，由于对听觉的刺激一样，就很容易引起误解，把说话人表达的甲义理解为乙义。中国古代就有这样一则笑话。说有一个用钱买了个县官做的人，到任后去谒见上司。上司问：“贵治风土（风俗）如何？”县官答：“并无大风，尘土也少。”问：“绅量（地方上有势力有地位的人）如何？”答：“卑职身量只穿三尺六。”问：“黎庶（百姓）如何？”答：“梨树很多，结果的少。”上司哭笑不得，拍桌怒吼：“混蛋，我问的是小民。”县官胆颤心惊地说：“卑职小名叫狗儿。”这个笑话意在讽刺那些不学无术的人，不懂知识分子口中常用的文言词语，另一方面也不能不归咎于同音词对理解意义的干扰作用。一次看见报纸的一个标题《新优之心忧》，文中主题是表现出对新提拔的优秀青年的一些行为的担忧，作者有意利用同音词以引起读者的注意。但这个标题如果放在广播电视中，播音员念出“新优之心忧”，就会使人不知所云。其他如“一艘油船/游船/邮船”，“我喜欢听粤剧/越剧”等都是如此。广播电视播音员、主持人在使用到诸如此类的词语时，要从听众



的角度设想，如果有引起误解的可能，就应该用别的表意更清楚的词语替换，或者加上必要的修饰语（如“我喜欢听广东粤剧”），或者给予解释。书面上的标点符号具有辅助表意的作用，像陈述句、是非问句、感叹句在汉语中语法结构基本一样，例如：

他是你父亲。

他是你父亲？

他是你父亲！

这几个句子在书面上可以通过标点符号区分开，但在口语中没有这样的标志，必须在语调上适度夸张，以显示它们的不同。有些具有特殊意义的词语，书面上可以使用引号予以提示，例如“他是个远近闻名的‘英雄’”，引号有让读者从其他方面去揣度作者本意的提示作用，而口语中引号无法表现出来，可以采用其他方式如语调、表情等给予暗示。

广播电视语言要想取得满意的表达效果，除了要学好并掌握一定的知识技能外，还须掌握好重音、停顿、正确的气息运用等技能，尽量减少口语表达中多余的信息和模糊信息——诸如“嗯、啊、呢、这个、的话”等赘语，以及不必要的重复、颠倒、脱节、插说等。此外电视中还常借用表情、姿态、动作、眼神、手势等体态语辅助表达意思。

（二）通俗化、口语化

广播电视传播迅速、覆盖面广，是大众化程度最高的媒介。广播电视面向的是不同层次、不同文化程度的受众，这种媒介特征决定其传播符号的要素之一——语言必须是最接近普通大众的。在市场经济社会，广播电视的收视率决定着电台、电视台的收益和生存，所以吸引尽可能多的受众是广播电视的主要目的之一。在广播电视市场竞争日趋激烈的情况下，要赢得受众，语言是否通俗化、口语化是其中的一个关键，语言应该符合大多