主　编　鲁景超
副主编　马　谛

播音主持艺术

16

- 教学研究
- 学术视界
- 诵读研究
- 节目研究

中国传媒大学出版社

播音主持艺术

16

主　编　鲁景超
副主编　马　谛

中国传媒大学出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

播音主持艺术 16 / 鲁景超主编. --北京 ：中国传媒大学出版社，2019.7

ISBN 978-7-5657-2506-7

Ⅰ. ①播… Ⅱ. ①鲁… Ⅲ. ①播音－语言艺术－文集 ②节目主持人－工作－文集 Ⅳ. ①G222.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 137554 号

播音主持艺术 16

BOYIN ZHUCHI YISHU 16

主　　编	鲁景超
策划编辑	李水仙
责任编辑	李水仙
特约编辑	梁译心
封面制作	泰博瑞国际文化传媒
责任印制	阳金洲
出版发行	中国传媒大学出版社
社　　址	北京市朝阳区定福庄东街 1 号　　邮编:100024
电　　话	010-65450532 或 65450528　　传真:010-65779405
网　　址	http://cucp.cuc.edu.cn
经　　销	全国新华书店
印　　刷	三河市东方印刷有限公司
开　　本	710mm×1000mm　1/16
印　　张	13
字　　数	197 千字
版　　次	2019 年 7 月第 1 版
印　　次	2019 年 7 月第 1 次印刷
书　　号	ISBN 978-7-5657-2506-7/G・2506　　**定　价**　58.00 元

版权所有　　翻印必究　　印装错误　　负责调换

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

《播音主持艺术》编委会

主　　任：鲁景超

副 主 任：李洪岩

成　　员：鲁景超　李洪岩　喻　梅

卢　静　陈晓鸥　赵　俐

翁　佳　丁龙江　马　谛

目 录

【学术视界】

浅析融媒体时代传统媒体节目主持人的坚守与应变 吴洁茹 李 飞/1

互联网时代电视主播语言传播范式走向 李峻岭/9

融媒体时代中语言传播的“微内容”生产 刘 楠/16

论新媒体时代有声读物的发展及其审美空间 王天一 徐树华/22

浅谈融媒体时代节目主持人的品牌塑造 任 晖/29

浅析信息技术发展对播音主持艺术教育的影响 阎 亮/35

现阶段女性足球解说需要面对的困难 吴桐小雨/41

绕口令对青少年语言素质提高的作用 任重远/51

【教学研究】

新闻素质和媒介素养的融通培养与应用

——全媒体新闻播音主持人才实践教学培养初探 翁 佳/57

融媒体创作实践平台搭建与播音主持专业教学创新 廉 伟/65

从主要新闻节目类型之关联看新闻播音主持教学 仲梓源/71

语法课应成为播音主持艺术教学的基础课程之一

——浅析我国播音主持艺术语法教学的缺失 罗 佳/77

【节目研究】

“网红时代”音乐广播节目主持人的语言魅力　马　谛　尚晓燕/85
优秀电视娱乐节目主持语言特点分析　刘　宇/93
“一带一路”背景下财经节目的媒介环境及主持特征　龙煦霏/100
我国电视财经栏目主持特点解析　金　翔/109
电视体育赛后采访的提问策略研究　沈群淇/117

【诵读研究】

跨文化视域下中华传统诗词的有声语言传播策略　吴　胜/134
诵读艺术的创作路径和文化内涵
——以方明的诵读创作为例　刘　卓/139
浅析移动互联网时代下的集体诵读文化活动　张　帅　马　欣/145
朗读:文化研究视域下的现代声音书写　米斯茹/152
《木兰辞》朗诵艺术人物塑造探析　裴　蕾/162
从艺术的审美功能谈《诗经·子衿》朗诵创作的情景再现　赵文博/179
对朗读者身份设定的梳理和思考　袁肖琨/188
浅议朗诵对云南怒江及临沧地区双语教师学习普通话的影响　褚　彦/193

后　记　/199

【学术视界】

浅析融媒体时代传统媒体节目主持人的坚守与应变

吴洁茹　李　飞

信息的数字化、媒介的多元化，使媒体消费者的选择更加灵活、主动，单一媒介形态的传播模式已日渐萎缩，传媒界的竞争也将愈加激烈。在可预见的未来，媒体间的重组与整合势必会对广播电视的行业运行机制带来根本性的撼动。媒体平台不仅要生产内容，还要致力于内容连接与服务模式的创新，包括用户运营、社交分发、算法分发等。而传统媒体想继续生存下来，必须在内容品牌与用户之间建立起有效连接，成为用户获取信息服务的入口。①

现阶段，传统媒体开始积极应对媒介融合带来的冲击与挑战。如 SMG 主动关注和研究媒体消费者的动向，多年来，探索运用数字化、互联网技术提供信息传播服务的客户端战略，目前已经初步形成“1＋3”的新媒体客户端格局，即 1 个平台——百事通 BesTV，3 个重点产品——看看 Knews、阿基米德 App 和第一财经新媒体矩阵。湖南卫视的芒果 TV 经过多年的实践探索，实现了内容导入渠道、平台、经营、管理的深度融合，并依靠内容优势弯道超车，成为体制内打造的被市场认可、在市场中占有一席之地的新型媒体平台。蓝天下作为浙江卫视在互联网和新

① 黎斌.媒体融合新思维：从“内容为王”到“‘内容＋’为王”[J].中国广播电视学刊，2017(1).

媒体领域的一个门户网站，在发展过程中不断优化整合内容资源，实行台网融合，实现了基于电视媒体门户网站的价值增值。《中国新歌声》《奔跑吧，兄弟》等品牌推广就是浙江卫视基于全媒体的一个联盟，它包含全国 150 多家平面媒体，以及几乎所有的主流视频网站、微信微博平台等。这些例子都是传统媒体所做出的有益举措。

融媒体不仅带来了媒介环境的变化，还带来了受众分化、信息接收方式和传播内容的变化，传统媒体和新媒体界限模糊，传统节目主持人面临巨大的挑战。他们需要更积极、主动地了解媒体环境的变化，主动思考，未雨绸缪；也需要把握不变的要素，清醒认识，有所坚守。

一、媒介融合环境下传统节目主持人的坚守

(一)媒介融合环境下坚持正确的舆论引导

除了目前的网络平台，随着手机技术壁垒的突破和数字交互电视的出现，传统媒体的节目将会有更多元的平台空间，对大众生活的影响将会更加深刻。受众既需要即时的信息更新，也需要严肃的新闻报道；既需要互动性的信息吸引，也需要全面性的新闻报道；既需要参与广泛的网络传播，也需要权威的正面引导。因此，在媒介融合环境下节目主持人的舆论引导依旧重要。

信息化时代，在媒介领域中实际存在两个舆论场：一个是由广播、电视、报纸、杂志所组成的传统舆论场；另一个是由互联网、手机等新兴媒体所组成的新媒体舆论场。在当前的中国，两个舆论场都很大。[①] 与网络等新媒体相比，以电视为代表的主流媒体，在长期传播活动中形成的职业坚守更具有权威性。一是体现在关乎国计民生的重大新闻中，节目主持人邀请和连线专家学者，传播正面、可靠、正能量的新闻。例如在 2017 年 3 月 18 日《央广夜新闻》播出的《记者调查：楼市快退烧，还需哪些招？》中，节目采访或连线北京市房地产业协会秘书长陈志、中国不动产研究中心研究员回洁钰、河南财经政法大学城市发展研究中

---

① 尹韵公.论胡锦涛新闻思想的时代特征[J].新闻与传播研究，2008(4).

心主任刘社、上海易居房地产研究院副院长杨红旭，请各界专家、学者对楼市新政进行解读，占领音频传播权威的制高点，当好党和人民的喉舌，在增强新闻舆论传播力、引导力、影响力上下足功夫。二是体现在主持人的评论能力。例如在2017年4月6日中央电视台《新闻1+1》播出的《管房，管地，管得住房价吗?》这期节目中，主持人白岩松从新政对楼市管控和新政实施中可能出现的问题着手，进行探讨和分析，并呼吁“大中城市，赶紧去建一些公租房，既解决低收入人群，也为吸引人才做好充足的准备”，充分发挥了主流媒体的权威性，起到了建言献策、反映民心民情的功能。

因此，主流媒体应该坚守长期以来形成的公信力和权威性，主持人应该在节目中坚持正确的舆论导向，在思维方式上坚守“牢记社会责任，坚持正确导向，自觉遵纪守法，信守职业道德，具有良好的社会形象”。

(二)坚持准确精练的内容表达

媒体的融合拓展了电视节目的传播途径，主持人的影响力势必会扩大。但主持人不能为了迎合受众，而在表达的内容上选择吸引眼球的虚假信息，或是在原本真实、客观的事实上添枝加叶、肆意渲染。

新闻节目主持人内容表达准确是新闻属性的要求，也是节目的要求。在生活服务类、综艺类等节目中，主持人表达的内容同样也必须是准确的，如生活常识、健康营养知识、对嘉宾经历的介绍等都需要准确，不能以个人的好恶来选择传播的内容和信息，甚至对嘉宾随意指点，妄加评论。

一遵循表达内容的真实。真实是新闻的生命，新闻节目主持人要坚持发扬实事求是的作风，对于自己拿不准的信息要善于调查和求证。其他类型的节目主持人也要讲真话，不能为追求轰动效应而捏造、歪曲事实。2017年4月16日，央视主持人沙晨在中国传媒大学的课堂上分析自己主持和现场报道的经验时，也强调无论是主持人还是出镜记者都要做到“真情绪、真观点，不要‘假高潮’”。

二遵循对所介绍的人物、事件的全面了解以及对所使用材料的全面把握。主持人白岩松在回忆报道巴西里约奥运会前期的准备阶段时谈到，奥运会开始前他

就开始从网上订购关于巴西的各种书籍，有巴西作家写的，有国内作家写的……文体上有散文，有游记等。他强调，这种准备叫作泛准备。因为不知道接下来的节目中遇到的嘉宾会谈及什么样的内容，只有自己做了充足的准备，才能纠正嘉宾疏漏的地方。有了泛准备，在里约奥运会开幕式的介绍中，他才能这样说："观众朋友们，大家上午好。我现在是在巴西里约的冬季，为大家带来第三十一届夏季奥运会的现场直播。虽然身处南半球的里约现在是冬季，气温却依然像夏季。此时，温度25度，湿度57%……"①

（三）坚持鲜活生动、启人心智的表达方式

《中国好声音》总导演金磊接受采访时说："主持人最大的关键，就是要说人话，要说老百姓听得懂的话。"节目主持人的话语让老百姓听得懂，达到"入耳、入心、入脑"的效果，需要坚持鲜活生动、启人心智的表达方式。

语言是思维的直接现实。大脑中所容纳、酝酿的一切只有被表达才得以存在，而有声、有色、有形、有味、有情、有理的"内部世界"能否被真实投射到现实中，语言是否鲜活生动就极为重要。②鲜活的语言，不仅能拉近节目与受众之间的距离，有时还能营造意境，给人心智上的启迪。如在湖南卫视2015年8月29日播出的《偶像来了》中，主持人汪涵在为嘉宾做葱油面时，即兴说了一段话："我觉得我们到菜市场挑选食材，其实就是偶遇和重逢。你看那么多土豆，你偏偏就挑到了它。翻炒就是情感的升温，糖醋就是情感中的蜜意。做一碗面条何尝不是柔情？所以餐厅里的感觉，家厨里的感觉，就是爱！"人们通过主持人的话语，能在精神上享受一种愉悦、美感，心智上也得以启迪，有种豁然开朗的快感。

二、媒介融合环境下传统节目主持人的应变

（一）利用媒介融合环境，扩大自身的影响力

移动互联网时代，网络直播发展迅速。在这个大背景下，广东网络广播电视台

---

① 奥运会的解说词[EB/OL].[2018-03-11].https://zhidao.baidu.com/question/2056634098040659947.html.

② 柴璠.广播电视播音主持[M].北京：北京大学出版社，2014.

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

进行了探索和尝试。广东网络广播电视台以传统广电节目主持人为核心，引入资本市场的商业运作模式，从财经、教育、美食、旅游、文化和公益慈善等角度切入，面向广大用户打造有价值的内容直播平台。同时，广东网络广播电视台还通过“1＋19广东网络广播电视联盟”的共同参与和紧密合作，将广东广播电视台和19个地市电视台的播音员、主持人、记者、编导等媒体精英作为传播主体和互动载体，连接各地民生和本地生活，源源不断地为大众提供丰富的节目内容，从而实现粉丝经济、“电视＋电商”、经纪业务、广告经营、电商等多模式业务并行，开拓广播电视网络的新途径。[①] 这些成功案例为其他媒体做了较好的示范。

媒介融合环境下，除了运用直播的形式，要想继续扩大主持人的影响力，还需要借助微博、微信公众号。在微博的使用上，现有传统媒体新闻节目主持人的影响力需要加强。例如知名媒体人刘春的粉丝数量是6,648,895；新闻节目主持人粉丝数量较高的是央视的敬一丹和水均益，分别是895,357和788,890；广播电台的节目主持人粉丝较高的是央广的雨亭，粉丝数为317,101。他们的粉丝数量与刘春的微博粉丝数量相比，差距还比较大。从微博内容上看，新闻节目主持人发起新闻话题的数量很少，对于热点新闻的转发和评论不高，多是生活感悟或是节目中播出新闻的转发。其内容的局限性可能源于所在单位或是个人精力。这需要主持人所在团队的通力协作，以及主持人个人的才智和脑力的发散，最大化地用好各种传播途径。

传统媒体的主持人也开始尝试运营公众号。如由康辉、李修平、文静、朱广权等央视主播共同创办的公众号“星艺雅集”，该公众号包括了星艺节目和雅集节目两个主要版块。星艺节目主要由康辉点评中国戏曲，李修平说新疆的美食、美景和人文，朱广权说水浒，王言谈金庸；雅集节目包括文静谈影视剧内容，谢颖颖谈美食，于鸿雁说文玩手串，长啸谈历史人物，章伟秋谈色彩。从内容上看，该公众号涵盖了历史、人物、美食和影视。本来这个公众号完全可以凭借主播们自身独特的魅力、独特的见解、专业的技能和贴心的服务，来收获相对固定的社群，成为这个社群的意见领袖，从而凝聚强大的号召力和影响力，但它的阅读量并不高，维持在

---

① 夏倜.荔枝直播：移动互联网时代的广电媒体融合探索实践[J].电视研究，2017(1).

1,000 至 5,000 左右。首先,内容的更新不够及时,容易流失受众。其次,内容的形式有厚度,但少了新颖度和话题性,和传统媒体单一的传播方式相近,没有很好地运用新媒体互动性强的优势。最后,在微信的推广上,其宣传力度也很小,还没有完全运用新媒体互动便捷、传播快速等优势,借船出海来获得更大的关注度。

(二)增加语言的创新度,使个性更加鲜明

在自媒体盛行、网络综艺兴起的当下,一方面热爱主持的人拥有了更多的机会和平台,但另一方面也给在传统媒体工作的主持人带来了不小的挑战和压力。非科班出身或是跨界主持的明星艺人之所以受到大众的认可和关注,主要原因是他们鲜明的个性。例如像金星的犀利、大鹏的幽默……不过必须强调的是,个性化不等于"个人化"。主持人的"个性"是一种品质,是主持人内在修养的外在表征,是思维与智慧的外化延伸,是思想的包装方式。

在主持人的传播行为中,主持人在节目中配置得当,调度灵活,串联流程,融汇观点,呈现鲜明的个性,因此"个性就是主持人的生命力"。美国管理学者彼得斯曾说:"21 世纪的工作生存法则就是建立个人品牌。"由此可以归纳:个人品牌价值=专业技能+可信任度+细心+机智+幽默等个性化要素。例如,崔永元机智、幽默的性格在《实话实说》里被摄像机放大了,他拉家常式的引导方式营造出录制现场宽松、灵动的气氛,这是带有开创性的;文静的干练、凌厉、语速快、节奏感强,与节目《军情时间到》的定位、内容十分贴合;杨锐的天性中具有"不依不饶"的成分,所以在节目中以其独特的主持风格与深厚的文化底蕴,赢得了中外观众的称赞。

语言学家吕叔湘曾这样形容善于运用语言的人,"叙事能让人仿佛目睹,说理能让人心悦诚服,只言片语可以久而不忘,长篇大论也可以听之不倦"。吕叔湘先生对善于运用语言的人特点的概括,也可以成为衡量一个主持人语言表达能力的参考标准。主持人想获得创造性的语言,首先,需要用心地在语言上表现出新颖独创、富有情趣的魅力,使传播更加生动活泼、亲切感人,并蕴含审美价值。其次,主持人要开阔自己的视野,开阔自己的胸襟,升华自己的情操,丰富自己的语言库,激活自己的思维,大胆展开想象的翅膀,勤奋磨砺自己的笔头、口头能力,这是能够创

造性运用语言的前提和根基。[①]

白岩松就是善于激活自己思维的典型代表。在2015年8月8日播出的《新闻周刊》中，关于“湖北电梯吃人事件”的开场引言，他这样设计：“7月全国酷热，但有一个地方的新闻让人发冷。”这句话巧妙地使用了“冷”字和“热”字这对反义词的本义，同时也给出了这则新闻让人“脊背发凉”的心理感受。同样，主持人董卿在主持第二季《中国诗词大会》时，也善于引用古诗，巧妙开场。如第二季第一期节目的开场，她这样说道：“天生我材必有用，千金散尽还复来。一千两百多年前的诗句，今天读来依然让人血脉偾张。诗人如椽巨笔下喷涌而出的跌宕起伏的情感，让我们感受到震动古今的气势和力量。这就是中国古诗词的魅力！从今天开始，我们将和大家一起展开一场诗词之旅，去重温那些历久弥新的经典诗句。我想，这样的温故知新，可以拂去我们记忆上的灰尘，而古代文人的情怀和智慧，也同样能够点亮我们今天的生活。人生自有诗意，来吧，加入我们的诗词狂欢。”这样的开场，不仅展现了节目文化的厚度，更使人感受到中华诗词的力量和震撼。

(三)利用媒体新技术，明确目标受众群

随着互联网技术的突飞猛进和移动互联网的异军突起，传媒业已经无可争辩地走进融媒体时代。对于传统媒体来说，这是一个危机四伏的时代，也是一个破茧重生的时代。传统媒体应该兼容并蓄各种媒介的传播特点、规律，主动争取话语权。

话语权的获得，除了来自媒体平台的公信力和自身的品牌影响力外，节目主持人也要精准地明确自己的受众定位，以受众为本，用互联网“用户体验”的思维改革创新，去赢得受众。正如UC浏览器的宣传口号：“给的再多，不如懂我。”在媒介融合的环境下，传统节目主持人可以根据大数据了解受众的年龄特点、知识结构等。胡正荣教授在《媒体融合与全媒体生态系统》讲座中说：“《新闻联播》的播音员并不知道收看节目的观众有哪些具体的特征，具体有多少，这样做的工作就盲目。《新闻联播》的App应该活用社交功能，康辉(可以通过团队运营)可以通过解答问题与受众互动，做到完全智能化。理想业态是搭建一个平台型的媒体，光传播是没用

① 吴郁.主持人语言表达技巧[M].北京：中国广播电视出版社，2011：178.

的。”因此，传统媒体的主持人只有通过大数据来掌握受众特点，从现实出发，研究受众的需求，争取受众的关注度，才能获得受众的喜爱。

结　语

坚守与应变是传统媒体节目主持人在融媒体时代的自觉。传统媒体节目主持人长期历练、沉淀并积累了相当的经验，也正是由于专业性和影响力，传统媒体至今依然有着不可替代的公信力，这是自我优势。认清传统媒体的自我优势，努力将优势发挥到极致，正是传统媒体从业者需要坚守的。而面对媒介环境的变化，传统媒体节目主持人要自我改变，不断创新，既拓展传播渠道，扩大自身的影响力，又“精耕细作，按需生产”，满足受众信息需求的需要。只有这样，才能在融媒体的竞争中发挥优势，闯出一片新的天地。

参考文献

胡正荣.新媒体前沿[M].北京：社会科学文献出版社，2013.

吴郁.主持人思维与语言能力训练路径[M].北京：中国广播电视出版社，2013.

曾志华.中国电视节目主持人文化影响力研究[M].北京：中国传媒大学出版社，2009.

李智.全球化语境下电视的修辞与传播[M].北京：社会科学文献出版社，2013.

柴璠.当代广播有声语言的创新空间[M].北京：中国传媒大学出版社，2006.

（作者单位：中国传媒大学播音主持艺术学院）

互联网时代电视主播语言传播范式走向

李峻岭

范式(paradigm)的概念和理论是美国著名科学哲学家托马斯·库恩提出并在《科学革命的结构》(*The Structure of Scientific Revolutions*)中系统阐述的,它指的是一个共同体成员所共享的信仰、价值、技术等的集合,是某一专业群体所共同遵从的世界观和行为方式。传播范式(communication format)则是指我们在进行传播时预先设定的媒介模式,即传播行为的构成性元素。任何社会行为如要得到传播就必须经过范式的塑造。①

美国学者拉兹洛说:"未来社会的历史发展趋势是世界信息化和经济全球化。"数字信息技术和互联网技术的迅猛发展,令受众在传播过程中被动接收信息的传统地位产生根本性的变化,并极大地改变了电视传播形态,使电视新闻语言传播的方法、手段、标准发生迅速的变革。

一、互联网时代对电视主播语言传播的挑战

(一)立体的传播方式带动传播理念的更新

互联网的"向下兼容性"使其囊括了在此之前产生的所有媒体的核心特质,而其全球信息共享和互动的传播方式伴随着多媒体性、即时性、广发性、交互性等特

① 邵志择.传播范式与传播生态——评大卫·阿什德的《传播生态学》[J].新闻记者,2003(12).

点，颠覆了传统电视新闻一直以来的线性播出模式和“我播你听”的单向传播模式。相较于电视新闻的“二度性”创作原则，人们有更多的机会和途径通过网络挖掘并选择自己感兴趣、有意愿接受的相关资讯。由此，电视新闻语言传播理念必须更新，变“传本位”为“受本位”，变“受众”为“用户”，变“收看”为“推送”，变“经验”为“体验”，尊重大众的审美趣味，实现理念的升级。

（二）丰富的传播内容促进传播视角的多样

互联网时代所特有的“云传播”特质在把每个人都变成了信源的同时，也把每个人都变成了信宿，公民记者的出现使得传播内容无限制的丰富起来，全球化信息流通及大众表达渠道前所未有地畅达起来。传统电视新闻所依托的官方背景不再继续天然地享有对新闻来源的优先报道权和垄断关注度，人们对关乎小到周遭生活，大到境外时局，以及对同一事件、政策的多角度解读需求也得以被反弹式释放，这些都使得观众对电视新闻语言传播思维及视角多样性的呼声日益强烈。主持人白岩松对广州亚运会开幕式的解说因迥异于央视一套传统的样态而让人耳目一新，被视为颇具标志性的传播案例。

（三）移动的传播格局呼唤传播状态的贴近

移动互联网使得受众摆脱了电视等固定终端的约束，从而可以使观众在各种状态下收看节目，观众的主动性和权利性的张扬得以空前强化和细化。随着电视新闻 App 软件在多个移动终端的应用，传统电视新闻语言传播的时间容量更趋于碎片化和小型化，节目片段的点播和回看成为常态。这就要求电视新闻语言传播在将新闻信息、观点音声化的同时，重视受众和订阅用户的收视体验，注重实现多场景下的拟态人际交流，用“暖、活、近”的状态代替“冷、僵、远”的状态，以观众的在线参与为目标，呈现“对话”姿态。

二、电视主播语言传播范式的现有认知

(一)语境细分

美国学者乔舒亚·梅洛维茨的媒介理论告诉我们:“真正不同的行为需要真正不同的情境,正是不同情境的分离使得不同行为的分离成为可能。而新的情境要求人们采取新的行为,因为行为得适应具体的情境。”[①]作为话语表达与话语理解所依据的具体因素,语境包括非语言语境和语言语境,也有学者称其为上位语境和下位语境,前者对后者有制约关系,后者对前者起反映作用。在网络时代,语境,特别是上位语境的动态与细分前所未有地得以突显。社会氛围、人文认知、传媒环境以及不同频道、栏目和节目在理念、定位、内容、形态等方面的差异化追求,都使得多元个性语境成为传播现实,并为电视新闻语言的传播带来不同语境下的语用表现。传播者必须针对语境差异,重新考量自己对传播内容和报道方式的选择。

(二)能力集成

所谓集成,在英语中有“使成一体,使结合,使合并”“使完整、使完善”之意。集成,就是将众多分散的、相对独立的事物结合起来成为一体,产生联系,从而构成一个有机整体的过程。网络时代带来的节目内容丰富与涉猎领域的扩大,使得电视新闻语言传播过程除了表现为传统的“理解稿件—具体感受—形之于声—给予受众”的表达能力外,也体现为归纳能力、提问能力、评论能力等,同时因不同传播主体的知识结构和能力结构的不同而表现为:或长于时政、金融、法律的知识板块多元;或长于清晰播报、精到点评、掌控现场的素质多元,最终实现从“一专”到“多专”的转变。这种能力集成的实质是在“专”的基础上与“杂”深度融合,以“业务专家,文化杂家”为目标,最终建构起与传播行为相匹配的语言传播主体的素质集成。

---

① 张咏华.大众传播社会学[M].上海:上海外语教育出版社,1998.

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com