

“说新闻”：展现广播新闻个性魅力

作者：李紫娟

摘要：作为一种独特的传播方式“说新闻”具有不可替代性，对于这一表现形式在广播新闻中的深入挖掘，可充分展示广播新闻的个性魅力，从而增强广播节目的生命力，但在发展过程中它也暴露出一些问题。本文试从说新闻的重要性，它的特点和要求，及对它的正确认识等几个方面对这一论题展开论述。

现近社会信息爆炸、网络密集、人们获得信息的途径、方式、方法，越来越多样化，而作为社会基础的人的个性化越来越彰显。“说新闻”在客观上迎合了这一社会发展趋势，因此在广播电视领域得以迅速拓展。

一 “说新闻”的定义及其由来

1、“说新闻”的定义 作为一种新闻表现形式的“说新闻”，是指广播或或电视媒体中的新闻传播者将新闻内容以亲近、个性、可信的语言告知受众，与受众形成信息和情感上的交流，它打破了传播的新闻播报形式，具有较强的亲和力、趣味性、受众意识和开放氛围浓厚等特点。

2、“说新闻”的产生与兴起 对“说新闻”的热望并非始自今日，它与时代的进展一起断断续续地进行着。早在50年代，中央人民广播电台曾请来表演艺术家、语言大师侯宝林先生和擅长给小朋友讲故事的孙敬修爷爷试播新闻，结果他们的语言样态都带有自己行当语言特色的表达定势，“真”和“新”这两个关乎新闻生命的要素在语流中不那么鲜明，听起来与传受双方长期默契认可的新闻播音有一定距离，因而仍然沿用消息播报的传统风格。

改革开放之后，播音界在拨乱反正中提出“降调”的同时，业内人士及受众又开始了“说新闻”的摸索和呼唤。80年代中期，一些电台、电视台做出“说新闻”的尝试。夏青就在那时提倡播音中应有“说”的感觉，徐曼主持的《空中之友》就是以平和、自然、亲切的“说”新闻名扬海峡两岸。但当时出现的“说新闻”只是单纯在声音形式上追求“说”的做法，极度的口语化，一句话可以说清的事要罗嗦上三四句，只是在播音强调上像说话，结果搞得不伦不类，因其与节目宗旨、节目风格、受众需求等不符，很快就由实践的检验得出了否定的结论，“说新闻”的探索渐渐式微。

及至1998年春，香港凤凰卫视的《凤凰早班车》主持人陈鲁豫的消息“口播”方式重又引起人们对“说新闻”的关注。她将经过自己消化加工的新闻消息一一道来，在语言样态处理上看，她有口语化处理但又不同于生活口语，新闻事实的叙述保持了简练紧凑的消息语体风格，听起来轻松而不失干练，亲切而不失大方，自然而不失稳重，娓娓道来而不失明快，给人耳目一新的感觉。于是在20世纪90年代末以来，在各种媒体受到高科技的激烈挑战与竞争下，“说新闻”这种以口头语言与妙语连珠取代书面语言的新闻传播方式，如雨后春笋般在内地迅速兴起，并形成一股风潮。

二 “说新闻”的特点及其重要性

1、“说新闻”打破了传统的新闻播报形式，具有较强的亲和力、趣味性、受众意识和开放氛围浓厚等特点。具体包含以下几个方面：

(1) 打破播音腔，不再居高临下，平易、自然有亲和力。“说新闻”的深层特点是对新闻进行解释、引导、说明、补充和稍加分析的信息加工，从而为受众的理解提供引导和服务，只停留在消息文稿的口语化处理上，则

难以实现“说新闻”的初衷。《现代汉语词典》关于“说”的释义有“解释”和“言论”的意义，这也才是人们所热望的“说新闻”的根本特色所在。

(2) 很强的交流感、开放氛围浓厚。最能体现这一特点的是广播新闻谈话节目。新闻谈话节目是指以新近发生的新闻事件和近期的社会热点为谈话主题，以传播者和受众之间的实时交流为传播形式、实现介绍新闻背景、分析新闻事件、预测社会趋势、反映公众意见等功能的专栏节目，很显然，在这种广播新闻节目中，不但需传播者“说”，听众也在“说”。

(3) 它讲求语言的个性化。新闻传播者语言个性的本质可概括为：足够的新闻密度，透彻的洞察分析，亲和的沟通交流，自然的情感传递，深入浅出、通俗具象的叙述方式，琅琅上口、富有感染力的表达。“说新闻”过程中不仅是称谓的改变，同时意味着新闻主体性的增强，它更强调凸显新闻传播者的个性，由于每个主持人、记者水平不同，风格各异，因而在节目中表现出的个性色彩也就浓淡不一了。

(4) 它更加注重受众意识。“说新闻”注重受众的心理需求，不仅重视传播什么，更注重受众能否接受，因而可听性、贴近性强。最能体现它的这一特点的是广播新闻热线节目。广播新闻热线，是通过热线和短信与听众相互交流实现新闻传播的，在这种节目形式中，听众不再是被动的接受信息，而是节目的参与者，成为广播主体的一部分，节目的新闻线索从听众生活中来，其结果又回到听众中去，其形式自然亲切，提高了广播新闻节目的贴近性和可听性，深受听众欢迎。

2、“说新闻”要求新闻传播者用自己的话来传播新闻，符合个性化传播的要求，从而达到人际传播中单人对单人的良好传播效果，对于“说新闻”这一表现形式在广播新闻中的深入挖掘，无疑可充分展示广播新闻的个性魅力，从而增强广播的生命力。

(1) “说新闻”可使广播新闻获得更佳传播效果。在“说新闻”当中，传播者的个性特征得以鲜明凸现。传播学原理认为，在个人意向决定过程中，大众传播和人际传播显示出一种相互补充的关系，而“说新闻”则是广播新闻在人际传播领域的进一步拓展，它有利于综合人际传播的优势以增强传播效果。

(2) “说新闻”便于听众接受和理解信息，在“说新闻”里，新闻传播者既是讲述者，又是分析者，他不但可以把事件的来龙去脉讲得生动形象，还可向疑惑的听众娓娓道出事件发生的缘由，可加上简短有力的点评、议论，使其具有深度、广度，在一定程度上起到舆论导向的作用。

(3) “说新闻”可拉近与听众的距离。“说新闻”亲切自然的告知方式，就像朋友间谈话聊天，口语化的句子，符合受众听的习惯。另外，在作为“说新闻”的一种方式的现场报道中，记者在新闻发生、发展的现场，将新闻事实直接告知听众，减少了文字、播音员两个转述层次，新闻损失和畸变的可能性大大减少，听众听着来自权威新闻源的事实，对广播新闻的亲切感与信任感自然增加。

(4) “说新闻”便于更大程度地发掘广播新闻的次功能特别是娱乐功能。“说新闻”并不仅是增强广播新闻的接近性和交流感，因为有的“说新闻”节目十分注重语言的诙谐幽默，着力强调新闻的娱乐消遣色彩，这可以使听众在潜移默化中受到教育熏陶。

所以，基于以上几点优势看来，“说新闻”不失为提高广播新闻的吸引力和竞争力的重要手段。

三、“说新闻”的要求

“说新闻”的发展具有举足轻重的现实意义，那么，该如何使它最大限度地发挥效用？

1、语言要适应播出方式和播出环境，力求口语化和自然化。“说新闻”中的语言除了应符合广播语通俗化、口语化的基本要求外，更强调听起来舒服悦耳、亲切自然的效果，甚至于一些口语中才会出现的“哦”“啊”之类的口头禅也允许在表达中偶尔出现。

2、“说新闻”要讲求语言的表达技巧。新闻传播者要抱着听众第一，与听众交流的思想，让听众成为传播的中心，以第一人称的身份，把所发生的新闻事实说给听众，避免“我播你听”那种高高在上的传统做法，努力缩短广播与听众的距离；在表达上要达到“脱口秀”的程度，要讲求生动活泼，妙语如珠，甚至幽默滑稽，使听众在听新闻的同时获得娱乐，潜移默化中受到熏陶；在口吻上要显得平等亲近，“说新闻”是将以往广播新闻的一对众的单向传播意念变为新闻传播者与听众间的一对一的双向交流意念，要求表达的语气随和、亲切，让每一位听众觉得传播者好像在与自己交谈。

3、要求“说新闻”的形式根据广播新闻类型的不同而有所变化。

(1) 以传递消息为主的语言新闻中，应让主持人在较短的时间内讲多条新闻。广播新闻节目是以消息报道为主要的信息载体，基本功能是传递新闻、表达舆论。因此，必须在有限的时间段内将效益发挥到极致。为了更大

限度地增加信息量，这类新闻往往力求高度浓缩、十分短小，一般用100字左右将最有价值的新闻事件准确无误地拎出，将最受关注的问题一针见血地指出。七八分钟内能容纳近二十条消息。这种节目可以它信息的简洁和丰富性满足听众快节奏生活中“知”的需求。

(2) 在以解疑释惑为主的深度报道中，要抓取和选择重大题材。围绕受众所深为关注的事件、人物展开报道，受命于新闻工作的党性原则，取信于广大群众。力求新闻传播者靠自己敏锐的新闻洞察力在较为宏观的新闻背景中，寻找到有价值的新闻，要求他们层层深入、抽丝剥笋地对所报道的事件做说明，还要“小中见大”及“大中有小”地看问题，大题材切忌空泛，应有足以支撑的实例做基础，小题材放宽眼界，从而将其融入特定的社会大环境。

(3) 对于广播新闻谈话节目，除了要选择合适的“说”的话题外，还要营造出自由、平等的“说”的氛围。它的关键是了解社会大众的心理需求，选择某一阶段全社会关注的重点和热点，同时又具有“新闻性”和“时效性”的话题。观点的开放和多元将使节目变得丰富多彩，但是节目制作者不能仅仅满足于一时的热闹，更不能“脚踩西瓜皮”，使节目显得七嘴八舌。主持人要时刻考虑整个节目的谋篇布局，控制节目的起承转合。牢记“倾听而有立场，引导而不妄断”，营造出良好的“说”的意境。

4、要求新闻节目主持人“说”的风格和不同栏目的风格相一致。“说新闻”给了新闻节目主持人充分展示自己个性的天地，但是这个个性的发挥要依据不同的新闻节目，要求主持人把握不同新闻内容，不同新闻节目，不同听众的心理特点，然后以自身的个性特色去渲染节目。中央人民广播电台著名节目主持人傅成励曾经说过这样一段话：“我们说节目的个性集中体现在主持人形象上，并不是说主持人可以随心所欲的设计和‘表现’自己。主持人只能在节目方针规定的主持人形象的基本特征的基础上去丰富和完善，不能与之背道而驰。”

5、要求更加注重受众的心理需求。广播的受众的需求倾向与层次迥然各异，然而出于基本需要与利益基本一致的本质因素，受众对新闻传播又是具有相应的共同心理的。在新闻节目的选题上，要选择热点、难点，听众欲知而未知的课题。要“说”好广播新闻就要不断地对受众进行分析研究，了解他们在各个不同时期的不同需求，从新闻价值出发进行新闻选择，在充分反映他们意见的同时，利用社会公众舆论机关的便利条件，把人民群众想说而不敢说、不能说、说不出的话说出来，从而达到新闻分享的目标。

四、对“说新闻”应有正确意识

“新闻”由于传播视角的转换，以及对广播新闻传播者播报方式的重视，使它具有自己不可替代的特点，在追求个性化的今天，也越来越受到许多广播新闻节目的青睐，但水平也良莠不齐，其中不乏对于“说新闻”的滥用。

1、片面的以“语速快”为“说新闻”的“重要标志”。有些广播新闻节目并没有对新闻价值的深刻把握，没有语言表达的功夫，只是不管不顾地一味“开快车”，机械地“蹦字”，不仅听着紧张，而且新闻的信息量非但没有增殖，反而大大损耗，严重影响新闻准确高效地传播。

理论和实践都告诉我们，播报语速的提高，以社会发展（受众文化水准提高，获取新闻渠道增多，生活节奏加快）为基础，以受众的接受需要和心理为前提，以传播者过硬的业务水准为条件，以受众的接受能力为限度，最终以传播效果为判断标准。语速的提高并非越快越好，对此要尊重客观规律，要有科学态度，而不能把它当作赶时髦的事儿。

2、无限度地夸大口语化风格，把随意调侃的所谓“个性化”当作“说新闻”的真谛。有些主持人疏于对“说新闻”的目的及效果、条件与基础的思索，只抓“口语化”的皮毛，用日常不用加工的罗嗦结巴的原初口语混充新闻口语，加上对主持人的个性化的模糊认识，甚至把痞子味浓重的粗俗口语权当“个性化”语言，错把信口雌黄、不讲品位的“随意调侃”当作贴近受众的法宝。这种倾向脱离了新闻消息节目的固有特征，不符合受众对新闻的接受习惯。完全“个人化”“庸俗化”的“说”法严重违背新闻的真实性、客观性及传播的严肃性，实在是对说新闻的曲解和误导。

“说新闻”不应忘记新闻节目是“无形的意见”的舆论导向作用，不应失却新闻节目“简洁明快”的本色，必须用词准确、严谨，语句简洁、规范。态度认真从容，风格稳健干练，在“说新闻”的实践中，要特别注意防止为说而说的形式主义和庸俗化倾向。

3、有些广播人的素质低、知识面窄，不能驾驭“说新闻”这种形式。一些人“说”不出，或“说出来”抓不住人。

“说新闻”形式的出现对广播新闻从业人员特别是主“说”人员的新闻素质提出了更高的要求。在主持节目时把话说对说好，说得“出彩”，说得让人耐听的背后，应该有着主“说”人知识和修养的日积月累，尤其是

语言功力方面。所谓语言功力就是语言的功底和能力，包括理解力、观察力、感受力、反映力、表现力、感染力、洞察力等，这些都是语言造诣和语言功力的体现，这些对广播新闻的传播非常关键，因为“声音传播”是它的唯一表现手段。这要求广播新闻的主“说”人善于表达，要有出口成章，即席发表评论的口才，要有自然驾驭语言的能力和以情感人的本领，要善于掌握听众的心理，把新闻播讲得扣人心弦。

总而言之，“说新闻”是更加注重听众意识的好的广播新闻播出样式，在各大传媒激烈竞争的今天，它的出现及拓展，无疑使广播新闻多了一份竞争力，同时，对广播新闻来说，它在今天的发展过程中却也还存在着一些问题，有待广播人不断探索研究和完善。

作者简介：中央人民广播电台“中国之声”“中国人口”栏目记者、编辑。

[回首页](#)

来源：传播学论坛编发
阅读：927 次
日期：2007-08-02

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：卓越彻底亚马逊化

下一篇：坚持三贴近不断提高党报舆论引导能力——从《深圳特区报》的实践谈党报的创新与发展

>> 相关文章

- 从“7·5”事件看电视媒体的危机传播
- 童话的建构——《贫民窟的百万富翁》剧作分析
- 广电总局加快移动多媒体产业发展 全力支持亚运
- 剖析《新闻联播》“八股式”窠臼
- 建设国际一流媒体 积极争取国际话语权
- 7月，被淹的县城，直播的记者
- “中国之声”在差异化中走自己的路
- 中国DV的多元发展态势

发表评论



点 评：

字数0

用户名： 密码：

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ:54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛：阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .