

## 广播、电视新闻播音差异之辨析

2005-11-28

作者：景然

关键词：广播新闻播音 电视新闻播音 | 阅读：735次 |

随着广播电视改革的发展，会给我们带来一些值得思考和探索的问题。譬如，有的单位将原来电台和电视台的播音人员合到一起，成立了播音主持部，也就是说，一个播音员，既要适应电台播音，又要适应电视台播音，这就提出了一个亟待解决的业务问题：电台新闻播音与电视新闻播音的区别是什么？这种区别受哪种主要区别因素控制？播音员在播这两种新闻节目时在心理上如何把握等等。

电视和广播新闻播音从表面形式看有其鲜明的共性特征，表现在：1. 都是运用有声语言传达信息的新闻播音；2. 都是运用现代的电子手段进行传播；3. 都要求所播的内容真实、准确、生动；4. 都要求播音员口齿清晰、音色优美、语音规范、表达准确。由于电视与广播是两种不尽相同的传播媒体，两者的差异还是相当明显的。

### 一、“接受主体”的生理接受能力不同，传播媒体传递信息的方式有别

广播电视学的理论研究证明，广播电视这两种传媒是各有其自身传播特点的。广播是有声无形的，只能通过声音传递信息，只能诉诸于“接受主体”的听觉器官，其最大的特点就在于它的可听性，它只能听。电视则不仅仅用声音传递信息，重要的是“视”，是运用声音加图像两种信号传递信息，它诉诸于“接受主体”的是视听两种器官，其最大的特点在于它的视听结合性，可听又可看。

医学研究证明：“人的大脑的左半球接受语言的逻辑信号，右半球接受非语言即形象信号。”可以看出，在“接受主体”接受声音信号（即接受语言的逻辑信号）时，只是大脑的左半球在动作，可谓单项运作。只有当“接近主体”既听又看时，大脑的左右两个半球才全部动作，可谓双向动作。很显然，双向动作较之单项动作在接受信息上其效果会更迅速、更快捷。依据“在人的各种感觉神经细胞的总和中，视神经占20%，而听神经占5%”的科学结论和“接受主体”的实际体验，证明看比听更准确、扎实、可信度强，正可谓“百闻不如一见”。

“传播媒体”转播信息的方式和“接受主体”生理接受能力的差异性，规定着“接受主体”在接受广播和电视两种传播方式传递的信号时的必然差异。例如，同是一条“现场新闻”报道，广播的听众感觉说得过于简单，而电视观众又觉得说得太多。这是由于在同一时间和空间发生的现场报道，作为广播听众只能听，不能看。这就要求解说越细致、越详尽、越全面越好，使“新闻现场”得以充分展示，增强现场感。而作为电视观众不仅能听、而且已经亲眼目睹了“新闻现场”实况，再用过多的语言做细致的描述，就是画蛇添足了。

广播电视这种差异性，决定了在同一时间之内，电视传播的可被“接受主体”大脑接受的信息量，必然大于仅仅依靠听觉器官的广播传播。

### 二、“传播主体”和“接受主体”心理特点不一

在广播新闻中，播音员的有声语言是叙述新闻事实、表达思想的重要条件，新闻的诸要素几乎都要通过声音阐释交待，声音作用的对象是各位观众，是听众的听觉器官。在日常生活交流中，听话人一般说来都习惯于联系语言所涉及的情境来听辨话语、理解意义。既然如此，那么，在联系语言情境时，必然要有一个联想的思维转化过程，这个过程是需要短暂的时间来保证的。作为“接受主体”的听众的心理需求是所听到的新闻应是清晰、明白、便于接受的，不能过急过快。可见，广播播音员在播新闻时，必须注意调整自己的心理，注意与听众心理相呼应，服从服务于“接受主体”。

而在电视新闻节目中，声音不再是最重要的条件，不仅声音诉诸于“接受主体”的听觉器官，而且图像也同时诉诸于“接受主体”的视觉器官。视听两种器官同时接触信息，从而产生“身临其境”的感觉。既然“接受主体”已经“身临其境”，播音员在播新闻时就不是“境”外之人，而是“境”中之人。在电视新闻中声音是解释画面，透视画面的，不像在广播新闻中是绝对“主角”，而是起“配角”作用，它与画面互相配合、互为补充。播音员的任务，就是在画面的牵引下，用有声语言准确、鲜明、生动地把新闻意义、背景及与其他事物的联系等向观众解释清楚，做到声画结合。电视观众一般不需要用想象去联系语言情景来听辨话语，简化甚至取缔了联想的思想转化过程，因为语言情境在屏幕上已十分明了。这样“接受主体”接受信息的时间也缩短了，实质上就扩大了单位时间内的信息含量。在这种状态下，电视播音员再用广播新闻的方法去播，就偏离了观众的心理特点。

可见，不论电视播音员，还是广播播音员，都应充分了解和重视各自“接受主体”的心理特点。广播播音员应注意听众联系语言情境听辨话语的需要及短暂思维转化过程的心理特征，电视播音员应把握观众视觉和听觉同步需要的心理特征，使“传播主体”与“接受主体”之间产生心理上的沟通、呼应，从而达到最佳的宣传效果。

### 三、播音的速度与节奏不同

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

#### 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

#### 新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

动态 NEWS

MORE >>

- “中国主张：传播理论本土化的” 2009-09-27
- 第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27
- 第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24
- [更新]2009“中国新闻传播学科 2009-08-31
- “传播与中国·复旦论坛” 2009-08-19

“接受主体”在接受电视与广播两种不同传播媒介时产生的差异，引出了两种不尽相同的播音方法，表现在播音速度与节奏上有明显的不同，电视新闻的速度与节奏比起广播新闻来要快一些。

新闻的快节奏，也不可能一味的快，它必须照顾到“接受主体”的需要。由于广播只能诉诸听众的听觉器官，听众在接受传播内容时，有一个对听觉信号处理加工转化的思维过程。播音员在播音时，必须时刻注意这个特点，依据稿件的需要，恰当地加以顿歇、停连，给听众留下思考、回味的空间，以达到良好的传播效果。

电视新闻同广播相比有明显的差别。在收看电视新闻时，“接受主体”既看又听，视听两种器官同时并用，观众在听新闻语言的同时，也在目睹新闻事实发生的现场，视听互补，互释，所获得的信息量大大超过单一听觉器官的信息量，受传播媒体特点的制约，电视新闻的速度和节奏是快于广播新闻的。

再者，由于电视屏幕每分钟要传递1500帧画面，所反映的内容持续不断，播音员在播电视新闻时，必须跟上画面运动的速度和节奏，这种行进式播音不可任意停歇，否则就会声画游离，造成声画两层皮的现象。随着画面的运动变化，播音语言应当是一种渐序行进的速度，使文字语言与画面相互依存、互相照应。广播新闻每分钟约播200字，再快就超出了“接受主体”的接受能力，而电视新闻每分钟约播250字左右，在画面的配合下，听起来不但不觉得快，反而感到气氛融合，恰当适度。这主要是电视新闻本身的传播特点决定的。

电视新闻的节奏问题，实质上受控于音长，所以在播音中，音节要发得短促一些，音节之间的停歇要少一些，连接快一些，能连则连，以表达意思准确为主，切忌因连续注意字正腔圆而影响意思的表达。有一种情况是经常出现的：有的新闻片子长而文字少，遇到这种情况也不要忙于放慢节奏，因为空几秒或稍长一点时间，可以给观众一个完整的视觉画面，使之得到视觉形象上的满足，有助于加深理解画面内容。如果随意放慢了节奏，而画面却不能放慢，二者必然脱节、游离，不仅影响新闻的效果，也将破坏整组新闻节奏和速度的完整统一。

（作者单位：黑龙江电视台社教部 150001）

【责任编辑：李立】

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名:  \* 密码:  (游客)请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱:  \* 游客发言需提交邮箱

效验码:  \* 请输入: 8250

**发表评论** 评论内容: 不能超过250字, 需审核后才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |

