

关系，但它们都读成了2+2，掰个音步，然而成语在平仄上相调又形成了变化。语音修辞手段追求变化美与平衡美并不相抵。

例4：“长江风平浪静，我军万船齐放，直取对岸，……”（毛泽东：《我三十万大军胜利南渡长江》）

这段话读起来急切短促，又有起伏感，一气呵成，把人民解放军势如破竹、横扫千军的磅礴气势淋漓尽致地表现了出来。

押韵是一种表现形式，应与内容完美的结合起来，千

万不可单纯为了追求押韵而破坏了语言的完整通顺，不可“因韵害意”。

古人云：文章之音韵，同弦管之声曲。诗文要从声音证人，不知声音，总为门外汉。书面语尚且这样讲究语音手段的运用，口语化的广播电视语言就更应该重视语音修辞之美了。

（作者胡苏系南京大学中文系博士生；胡晓鹏系江西萍乡市人民广播电台编辑）

【责任编辑：潘可武】

从隐私公开现象看传播范式的改变

——以电视媒介为例

■ 张晓辉

从20世纪90年代开始，中国大众传播领域发生了一个非常重要的变化，那就是人们能够通过大众媒介谈论隐私世界，使得曾经仅止于私下或者在有限的人际环境下进行传播的隐私话题通过大众媒介进入公众视野。本文以电视媒介为例，从传播学角度，以传播范式发展和改变的途径来审视隐私公开现象。

一、传播范式的改变——平民意识确立

个体隐私公开现象其实是我国大众媒介传播范式改变的一个结果。在20世纪后期社会变革的深刻影响下，媒介自身的觉醒和改变直接导致了媒介传播范式的转换，也就是说，传播者群体看待传播事业、整个传播过程以及受众在传播中的地位和价值的角度、构想和基本观念都发生了具有时代意义的变化。大众媒介从以往的政治宣传的一元化结构中走出来，走进了丰富的社会领域，在报道中形成了内容的多样化和生活化，能够真实地表现平民生活；形式上改变了以往那种严肃、呆板、说教的面孔，摒弃了空洞乏味、远离生动现实的情况，以平视的目光，富有情趣的语言表达思想，给予普通受众平等感和亲切感。大众媒介打破了传统的单向传播观念的制约，为受众提供多种与媒介互动的机会，使之参与到传播活动中来，改变了受众在传播过程中一直处于被动的状态，大大激发了受众的主动性和积极性。

传播范式改变的重要表现就是传播活动中平民意识的确立。平民意识可以理解为传播者在传播实践中以一种平民化的价值取向和平视生活的视角来观察和思考问题^①，用平民的眼光，站在平民的角度进行传播，使传播中所展现的状态与现实的平常生活状态一致，使普通人获得与媒介中人物同步的心态的和情感的共鸣。

平民意识的确立是从媒介关注普通人的生存状态开始的。从90年代初期开始的广播夜谈节目，到1993年的“生活空间”以纪录片的形式原生态展现“百姓生活中的酸甜苦辣，成为中国传媒平民化转向中的一种典范”^②，报纸对普通人的关注和对私人领域的报道也日渐常态化，媒介开始记录普通人生活，普通人能够接近媒介，再到直接参与节目，亲身体会，平民意识在传播实践中逐渐得到强化。

平民化意识体现了传播者对生活、对受众的尊重，拉近了传播者与受众的距离，它指导传播者重新定位，调适自己行为以回应受众需求；而受众也在生活中体味到了媒介的变化，在积极参与和双向互动中感受对媒介的依赖和信任，愿意公开自己的隐私世界。

二、电视节目中平民意识的表现

表现之一：名人明星的平民倾向——情感拉近距离

“对文化有贡献的人，应该努力抓住‘现在真正发生的事情’，同时还应该竭力与受众的情感结构联系起来。”^③这是一种新颖的现实主义的构想，传播者以此为思想根基，借鉴谈话节目的人际传播特性，在大众媒介的空间里通过情感，这个被视为一种最富有意义的沟通中介，把名人明星与普通受众联系起来。

电视媒介是展示名人明星世界的舞台，名人明星，他们离平民的生活很远，这种认识在媒介的不断报道中得到了强化。围绕名人明星私人情感而进行电视谈话节目不仅引导了受众的一种集体性需求——对这些人物私人生活的好奇和关注，而且在更深层的意义上真实再现了他们更为可亲和平凡的一面，是人类最为活跃和相通的部分——心底的情感，情感最敏感，最脆弱，最丰富，也最容易进行沟通，对它的理解可以超越很多限制，情感把名人明星与

宋柯的尴尬 张晓辉：从隐私公开现象看传播范式的改变

普通人联系起来。《艺术人生》、《鲁豫有约》、《超级访问》等节目让观众看到了明星们回归普通人的心态和生活的真实，更多地了解到他们日常生活中作为普通社会成员的一面。

(一) 嘉宾所谈内容是大众关注的话题。“不想和嘉宾们聊他们的辉煌和成功，只想谈谈他们的坎坷、他们的哭、笑、愤怒……这些都会让你感到他们的真实、可爱。”^①这类话题的设置是根据普通人的需要，以情感诉求为中心，了解嘉宾作为普通人的平常生活，这里有工作和生活中细碎、有趣的片段，有刻骨铭心的记忆，有温暖人心的亲情、友情和爱情，有床前照顾病弱妻子的无怨无悔，有独自抚育儿女的苦辣酸甜和心甘情愿，有创业中并非一帆风顺的行程，曾经有过失败、沮丧、苦闷、彷徨、坎坷、忍辱负重以及面对命运几度沉浮时所具有的勇气和毅力、坚强柔韧和乐观豁达。这些感受都通过嘉宾对自己生活事件的叙述逐步展开，得到了观众的认同，弱化了嘉宾的舞台形象或公众形象，凸显了他们的自我形象和个性特征，显得真实、可亲，与观众没有距离。

(二) 嘉宾现场表现自然，语言平实可亲，情感表达丰富。在这些情感交流的平台，嘉宾们脱去紧裹在自己身上的包装，那神秘绚丽的光环和亮丽的外表，真诚地面对观众，把真实的自我展现给观众。^②谈话充满真挚情感，表现的是本色和真诚，真实状态和真实感受以及平民心态常常令嘉宾本人和观众潸然泪下。同时，面对普通的现场观众，嘉宾们自然地流露出真情实感，和大家对话，接受观众赠送的有纪念意义的礼物或者一起唱歌，与普通大众形成真情接触。

在节目自身的叙述中也突出了名人明星的平民倾向。平实从容的叙述，一种平视的敬重，使观众感受和理解着人物的情绪情感世界，哪怕最细微的情感、情绪。受众的视线与主创者的持平，他们努力扯开人物身上的遮蔽，直接进入人物的心灵。^③

大众媒介报道从一再强化人们公众人物与众不同的认识，到试图向人们传达他们鲜为人知的另一面，重视其奋斗历程和个人品格，乃至喜怒哀乐的情感，表达了其平民倾向，由此更加彰显了他们榜样的力量。同时，这种平民倾向的强调，也能够尽量把受众对公众人物的热情引到非常平和的状态之中。

表现之二：公开情感的普通人

广播夜谈节目、口述实录以及网络日记逐渐为大众所

熟悉和接受，它们吸引着普通人参与其中，使之成为个体表达隐私、说出心事、请求帮助或寻找同情与支持的空间。广播、报纸和网络由于具有隐私半公开性质，与电视媒介相比更具有可接近性，更容易操作，而电视是完全暴露的媒介，一个不熟悉聚光灯、没有受过电视表现方面训练的普通人走上荧屏，从容地讲述自己隐私领域的事情，这不仅当事人需要勇气，节目制作者更要具备许多实实在在的品质。

大众媒介越来越关注各种各样的人的命运，关注人的内心的不同感受及其深层的心理状态，关注社会变迁所带来的个人生活的变化，平民意识逐渐深入人心。北京电视台的《大宝真情互动》，南京电视台的《有请当事人》，湖北电视台的《往事》，黑龙江电视台和天津电视台的《沟通》，江苏电视台的《情感之旅》以及《情感方程式》等隐私公开栏目邀请来的嘉宾都是普通人，他们中有穷困者、残疾人、病患者或从事最普通工作的小人物。当节目让一个普通人有机会述说自己的个人生活和情感世界的时候，它的意义非同寻常的。这些嘉宾不会告诉你生活的路该怎么走，他们只是用朴素的语言述说自己平凡而独特的生活经历、悲欢故事和情感体验，让普通人去了解一个来自身边的、与自己有着同样身份和地位的普通人的生活。通过倾听述说，许许多多和他们一样的普通受众，看到了“自己”的内心世界，产生“原来我的心事可以通过别人来表达”，“原来别人也有我这样的遭遇呀”……这样一种强烈的心理认同和情感回应。在倾听的过程中，除了认同，还能有助于重新认识自我，平复心绪，“通过这一面面镜子，在解读周围普通人对世界的认识的同时，审视自己的内心”^④，得到不寻常的认识。

从另外的角度看，来自普通人群的嘉宾在主持人的耐心倾听和启发带动下，向现场观众谈出了他们真实的生活感受，表露他们个人心中的秘密，每一个内心痛苦的在场者通过这种倾诉来缓解郁积心底的压力。

就像西方学者吉妮·格拉汉姆·司科特在她的专著中谈到的那样，谈话节目“把普通人的悲欢展现出来，让人们知道不仅仅是自己在饱受磨难，别的人也同样在恼怒和痛苦，挣扎和奋斗，从而使人们平静下来以一种平常的心态来对待生活，对待现实”。^⑤这是普通人走进谈话节目的意义所在，其价值并不在于是否能够彻底地解决那些不断困扰人们的问题，而在于将这些问题公开化”。^⑥

注释：

① 参见朱菁：《平民意识：电视新闻传播的新起点》，《杭州大学学报》，第25卷第2期，1995年6月。

② 郭晋晖：《“脱口秀”在中国——试评近年兴起的电视谈话节目》，《大众传媒研究》，第79页。

③ [英]尼克·史蒂文森著：《认识媒介文化——社会理论与大众传播》，王文斌译，商务印书馆2001年版，第29页。

④ 《鲁豫有约——说出你的故事》，刘长乐主编，吉林人民出版社，2002年10月第一版目录，转引自兰孝兵：《电视谈话节目中私人情感生活表现研究》。

⑤ 张艳：《从“艺术人生”看电视文化的人文精神》，《新闻与写作》，2003年第11期（总第233期）。

- ⑥ 曹巧兰：《精美化与平民化——从〈新星〉与〈苍天在上〉看十年小说审美追求的改变》，《南京师大学报》（社会科学版），1997年第2期。
- ⑦ 陆晔：《论双向交流与电视传受双方的角色定位》，《现代传播》，1995年第1期。
- ⑧⑨ 郭晋晖：《“脱口秀”在中国——试评近年兴起的电视谈话节目》，《大众传媒研究》，第80页。

（作者单位：中国传媒大学电视与新闻学院）

【责任编辑：张毓强】

新闻发言人公关语言策略及艺术

■ 李敏 何建舒

新闻发言人是现代信息社会公众获取政府或有关部门信息的惟一或主要正式渠道，那么新闻发言人该如何把握公关语言表达策略及艺术才能取得较好效果呢？

一、语言要真实，才能体现政府权威、政务公开和公众知情权

说真话（语言的真实性）也是体现政务公开、打造服务性政府的必然要求，更是新闻发言人制度产生和存在的根源。现代传播理论认为，公众的知情权是一个现代社会公民的基本权利，满足公众的知情权是政府部门的责任和义务。西方发达国家，十分重视新闻发言人、新闻发布会作用。据美国全国政府传播者协会估计，美国各级政府大约有4万名专门新闻发言人，稍有规模的企业都会设立专职的新闻发言人。1983年起，中国记协宣布建立新闻发言人制度，当时的主要目的是满足对外宣传的需要，从2003年“非典”后扩展到在地方政府设立新闻发言人，主要目的是满足国内人民信息获知的需要。从无到有，从中央到地方，从对外到对内，这是政府积极转变自身职能，建设服务性政府和和谐社会的有益进步。新闻发言人促进了信息资源的自由流动，保障公众的知情权，从而促进社会公正的实现，成为公众了解政府及政务公开的重要窗口和途径，受到了人民群众的支持和拥护。

从新闻发言人制度在我国实施的情况来看，虽然在一定程度上促进了政务公开、信息透明，但与其设立初衷仍有较大差距，主要表现在：1. 一些新闻发言人仍停留在“政策传声筒”的低级阶段，照本宣科地传达有限的信息，根本无法充分满足媒体和公众的知情权。2. 新闻发言人往往由政府官员兼任，把发言看作政策的宣讲，而不是对事实和公众负责；3. 新闻发言人问责制度尚未建立。由于对新闻发言人不及时发布信息、发布不完全真实的信息、不该保密的信息以保密作为理由不予透露等行为缺乏相对应的问责制度，所以一些新闻发言人在发言中趋利避害，不敢说真话，体现不出语言的真实性。

为此，一是要按照“政治强、业务精、纪律严、作风正”的新闻从业人员要求，加强新闻发言人队伍建设。二

是要尽快出台保障公民知情权和政府信息公开的有关法律和制度，使新闻发言人和新闻发布制度有法可依、违法必究。最重要的一点，新闻发言人要尽快完成自身角色的转变，认识到自己是“责任政府、服务政府、法制政府”的形象代表，以真诚态度和坦诚布公的发言赢得媒体和公众拥护；所说语言要真实，要善于找到政府关心点、百姓关注点和记者兴趣点的结合点，要言之有物，满足新闻采写的基本要素：何时？何地？何人？何因？后果如何？（或者是“5W”模式）以及政府已经采取了什么措施？政府对此态度如何？谁将为此负责？如何避免类似事件再次发生等？还有不但要宣传“形势一片大好”，而且要公布工作中的问题、失误，自觉接受舆论和公众监督。

二、语言沟通要及时，善于尊重新闻规律和引导公众舆论

从传播学的角度看，新闻发言人制度是通过议程设置对舆论进行控制，政府在对国家社会、经济、文化全面把握的基础上，根据国家管理需要设置信息议程，进而影响公众舆论，以求达到最佳施政目的的一种传播活动。为了达到这个目的，政府通过发言人将信息传递给媒体，公众的意见和要求通过媒体反馈给政府，具体表现为新闻发布会上发言人通报信息或表明政府态度后，媒体记者站在公众的角度上，将公众最想知道的问题提出来，同时，媒体又借助公众的力量并代表公众对政府实施舆论监督，这样新闻发言人就成功搭建了政府、媒介、公众三者之间交流的桥梁。

新闻发言人要善于引导日常公众舆论，在处理突发事件和公共危机时，通过语言沟通将公众舆论引导到正确的轨道上来，将政府主导意见转化为公众的行动，在全社会形成强大的号召力和向心力。一般情况下，新闻发言人在全面发布党和政府的方针、决定、计划，通报单位、部门重要工作安排及进展等日常事务同时，应结合热点、难点、焦点，通过在新闻发布会上与记者沟通，在传播信息同时完成对公共舆论的引导。

新闻发言人除了在日常新闻发布中崭露头角外，危机