

从市场需求看广播主持人的语言素养

孙越

摘要: 广播主持人的语言受不受听众欢迎,是主持人能否适应当前市场的要求,使广播电台占领市场、开拓市场的关键。文章以广播主持人语言为主要研究对象,从广播主持人语言市场化需求的形成、现状、发展等层面展开探讨加强广播主持人语言能力以适应市场需求的必要性和重要性,以及有效的措施。

关键词: 主持人语言; 市场需求; 语言素养; 贴近生活; 引导受众

作者简介: 孙越,女,一级播音员。(浙江广电集团 广播交通之声,浙江 杭州,310005)

中图分类号: G224 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-6552(2012)04-0113-03

广播是以有声语言作为工具的传播媒体。在广播节目中,语言是主持人表达思想感情、与听众交流、塑造自身形象的重要手段。一名优秀的广播主持人,可以用自己优美的声音、独特的风格和深刻的思想打动听众,赢得受众市场。从某种意义上讲,广播主持人的语言被听众接受与否或受不受听众欢迎,既是主持人能否适应当前市场需要的关键,也是一个广播电台能否占领市场、开拓市场的关键。因此,从市场需求的角度对广播主持人语言加以研究,将有助于一个广播电台的发展。

一、广播主持人语言及其市场需求的定义

广播主持人语言,是指广播主持人在广播节目中,运用有声语言的方式将信息通过无线电波传送到电波的另一端,传给听众。这种语言的范围比较宽泛,如节目内容、主持人观点、主持人语气、对节目的掌控、与听众的互动、音乐音响音效的运用等等。这种语言也是主持人把信息传给听众,听众又把信息通过热线或是来信的方式反馈给主持人的双向传播。

广播主持人语言的市场需求,是指在听众对广播节目中主持人语言的喜好和选择。在广播节目领域中,广播节目的主持人吸引听众并形成的固定听众群,也是主持人为了满足听众的需求在主持广播节目时形成的无形的动态的语言环境。这个语言市场需求遵循了经济学中的价值规律,主持人需要的是听众的收听率,而听众需要的是主持人语言中所带来的听觉的享受。这种互惠互利、相生共存的关系形成了双方的供需关系。主持人语言根据市场的需求不断改进,可以丰富和激活语言市场,促进语言市场化的发展。

二、广播主持人语言市场需求的形成与发展

(一) 主持人语言市场需求的兴起

改革开放之后,尤其是80年代初,以珠江经济台为代表的广播电台改革,以大板块、直播状态、热线电话等形式贴合市场需求。这时的主持人以“个人”身份出现在听众面前,以朋友间谈话的方式传播信息、服务大众,受众感受到传授双方心理上距离的缩短。此时,在主持人语言的市场需求上,听众所欢迎的是“平起平坐”、随和自然的语言,而“铿锵入耳”的“宣告式”和“严谨规范”的“宣读式”的主持人语言的市场“疲软”了。节目主持人的语言开始有了变化,逐渐摸索形成适应受众需求的“谈话式”和“讲解式”的语言样态。

（二）主持人语言市场需求的全面形式

20世纪90年代开始,交通广播开始推行“动态媒体,服务广播”的理念,这时主持人的声音在电波中出现的频率增多。从中央到地方各级电台的交通台陆续开办,当节目类型由服务类节目拓宽到综艺类节目、社教类节目、新闻类节目等多种类型后,主持人语言的市场需求进入全面形成的阶段。

现场直播、热线参与等形式的运用,也对主持人的语言提出了新的要求。主持人对节目的驾驭和对热线的控制要做到“运筹于帷幄之中,决胜于千里之外”。这一阶段市场对主持人语言的需求应是语言概念所包含的其他层面,如词汇层面,语音语调、言语内容层面,知识结构层面等等。

（三）主持人语言市场需求的全面形式

进入21世纪,广播发展进入新一轮的专业化阶段,音乐广播、汽车电台、女性广播、旅游广播等等个性化的电台应运而生,市场竞争越来越激烈,对主持人语言的市场化需求越来越多样化、个性化,特点如下:

1. 主持人语言风格力求新颖独特

新颖独特的广播节目才能抓住听众的猎奇心。主持人以其独特的风格和专业鲜明的特点成为这个节目的标志,主持人的语言风格与节目内容融合贴切,成为节目的主心骨和核心。如杭州文广集团的名牌栏目交通91.8《我的汽车有话说》,主持人于虎以犀利的语言,鞭辟入里的分析,既张扬了个性色彩,又契合维权节目的定位,受到了相当一部分听众的欢迎。

2. 主持人语言专业化要求增高

广播专业化是我国广播事业发展的趋势。此阶段的广播节目要求主持人针对某一人群的需求进行深挖,做到语言专业化,传播有效化。如浙江FM93交通之声的《有理走天下》主持人阿巍,用专业的素质来分析解决问题,为听众提供专业细致的广播服务;北京交通广播《1039交通服务热线》主持人凭借独特的语言魅力和超强把控能力,以其丰富的车、路和交通管理知识,诙谐幽默的主持风格,地道京味儿的话语特点吸引了大批听众。

3. 新闻评论类主持人语言日渐活跃

新闻评论类节目的出现和活跃,是我国主持人节目深入发展的重要标志。新闻评论类节目的观点通过主持人的语言表现出来,因此主持人的语言在受众心中往往份量较重。这类节目主持人在节目中的语言,往往凝聚了集体的智慧,但最终要由主持人整理思路,寻找角度,组织语言,加工润色,直至以真情实感向受众表述。在语言的运用上要寻找播出目的与播出效果的最佳结果点,使主持人语言个性有机地融合于节目之中。

可见,在广播市场需求深入发展阶段,主持人的语言功力愈加重要,尤其体现在驾驭节目方向、主导节目进程、评论报道内容、组织讨论等方面。语言标准规范、纯净高雅、准确得体、精炼生动、有鲜明个性和多样风格的主持人成为市场中的“俏品”。

三、应对广播主持人语言市场需求的几点思考

目前,广播的发展日新月异,广播主持人的语言也在不断的进步中。从主持人自身的角度来说,可以从提高语言素养、适应节目内容、贴近百姓生活等方面满足语言市场的需求。

（一）主持人语言素养有待提高

首先,主持人语言不仅仅是语言本身,支撑主持人语言能力的首先是自身素质、价值观念、情感态度、人品道德等等;其次,主持人还必须具有把握自己身份位置和调节语言行为的能力。因此净化主持人语言环境,要从纯净主持人队伍、提高主持人素质抓起,在努力强化文化含量、情感含量和哲理含量的同时,巧妙地、创造性地运用受众所能接受、愿意接受的语言来“包装”自己,让受众透过主

持人的语言体味到其思想的魅力。

（二）主持人语言应多种形态并存

目前，很多广播节目都非常具有针对性，针对某一人群或是某一阶层的人来设置节目，节目的分层化和听众的分层化明显，根据不同的收听人群，主持人的语言样态也呈现出了多样性。据笔者的调查统计，在杭州，70%以上的听众比较喜欢字正腔圆基础上的轻松、自然、亲切而富有变化的主持人语言，认为标准的普通话听起来比较舒服，有欣赏性，有利于学习和推广普通话；20%左右的听众认为随性、知性的语言比较易于接受，这一受众群年龄在18岁至35岁之间，他们崇尚自由松散的生活方式。如，浙江电台旅游之声在2009年改版定位为全国唯一女主播电台FM104.5品质生活广播后，以知性柔美的主持人语言风格，在杭州广播市场独树一帜。此外，不到10%的听众喜爱主持人以杭普通话主持节目，这一受众群由土生土长的杭州人组成，年龄在五十岁以上，他们认为方言主持有地方特色，听来亲切。由此可见，为满足受众需求，广播主持人语言必须呈现出几种语言形态共存的状况。

（三）主持人语言贴近百姓生活

只有贴近老百姓生活的节目，与老百姓生活息息相关的广播节目，听众才会喜欢，才会去收听。如江苏交广网的《滴滴叭叭早上好》、北京交通广播的《一路畅通》，主持人磊磊、娜娜、顾峰、王佳一，选取的是时新话题，贴近老百姓生活，说的是老百姓的话，讲的是老百姓的事儿，语言是经过精心锤炼的生活化语言。尽管语言中不时夹杂几句方言，但有些时候方言在语意表达中的作用往往是普通话所难以替代的，典故和幽默就寓于其中。主持人的语言是真正来源于生活又高于生活。

（四）要遵从市场规律，做到供与求的统一

听众是广播节目的主动接受者，受各自知识文化修养、社会信仰、年龄、年龄等相关因素的影响，受众会自主选择节目，并且随着广播技术的现代化、广播模式多元化和社会信息化的提高，自主意识和选择意识也在不断增强^[1]。因此，未来的主持人语言发展要根据受众的需求来调整。

主持人语言若是要被受众所接受，主持人就应当去了解什么样的语言能为受众所接受、感兴趣，并能引起收听和参与的欲望，这样，主持人的语言才能有针对性地满足市场的需求。以交通台为例，其受众多数处在动态之中且以中青年居多，因此，在不同交通信息的播报，不同时间段的节目，即不同的主持人的语言市场中，对主持人的语言要求是不同的。为适应听众的生活，按时间流程可以将主持人的语言市场划分为早、中、晚、深夜四个大段。

早间时段：“一日之计在于晨”，这时的人们精力充沛，希望获取大量实用信息。因此，适应这一市场需要的主持人语言应清新明快，给人以新的一天开始的冲击力；语言节奏要比午间和晚间稍快，语调要充满生机与活力，让人感觉到新的一天充满希望。

午间时段：人们忙碌了半天，终于可以坐下来休息一下，吃顿午餐或是思考一些问题；也可以听听节目，参与节目。因此，主持人的语言风格应为活跃畅快，有思辨色彩，能激发受众收听参与的兴趣，节奏不宜太快，语调要充满诱惑力、煽动性。

晚间时段：下班交通高峰期，司机和乘客往往因为堵在途中而心情变差，此时主持人的语言风格应是轻松愉快的，语言节奏应舒缓一些，语调要充满关切、温情、富有人情味，让听众感觉堵车不堵心。

深夜时段：寂寞的时间，司机渴望敞开心扉与人交流，主持人语言的风格应是温馨深情的，让都市夜归人感动，让夜晚因主持人的存在而不再寂寞、困倦。

（五）要做到迎合受众与引导受众的统一

广播是将所有信息单纯诉诸声音的媒体，声音所附带的感情色彩在传播过程中发挥的作用得到最大程度的彰显，代表了媒体的立场、观点，是媒体发言的一种手段。^[2]广播不仅仅有娱乐功能还有教育功能，它能代表电台或是节目的观点，主持人在主持过程中应该以正确的立场和观点来引导受众。

(上接第 115 页)

(六) 要做到节目收听率和节目质量的统一

广播节目不能只追求收听率。虽然说收听率是一档节目生存的根本,但是树立精品意识、创办高质量的节目是广播节目的任务和使命,也是受众自身长远的需求。那些不健康的节目会在激烈的竞争中逐步被受众遗弃,被市场淘汰。主持人在主持过程中不仅仅要字音响亮,声音和谐、动听、亲切,最重要的是要考虑所宣传的内容在语言上是不是顺口顺耳,在观念和情感上是不是有品位、有内涵、有质量。^[3]

参考文献:

- [1] 谷子. 广播主持人的语言潜质 [J]. 广播在线, 2009 (5).
- [2] 周小普. 广播新闻与音响报道 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2001: 149.
- [3] 李凤勇. 发挥广播语言特色之美 [J]. 主播在线, 2008 (8).