

新媒体视域下播音主持的语言情感表达技巧研究

朱睿琳

中国传媒大学播音主持艺术学院，北京 100024

DOI: 10.61369/ETR.2026140020

摘 要： 在媒体技术飞速发展的当下，信息传播方式发生深刻变革，播音主持行业迎来全新发展机遇与挑战。相较于传统媒体而言，新媒体有着较强的碎片化、互动性特点，受众需求也愈发多样。而语言情感表达作为播音主持的核心素养，直接影响着新媒体视域下观众体验与传播效果。对此，本文在分析新媒体视域下播音主持语言情感表达时代特征的同时，就新媒体视域下播音主持语言情感表达的实用技巧进行了探讨，旨在为相关人士提供一些借鉴参考。

关 键 词： 新媒体；播音主持；语言情感；表达技巧

Research on the Language Emotional Expression Skills of Broadcasting and Hosting from the Perspective of New Media

Zhu Ruilin

School of Broadcasting and Hosting Arts, Communication University of China, Beijing 100024

Abstract： With the rapid development of new media technologies, the way of information dissemination has undergone profound changes, and the broadcasting and hosting industry is facing new development opportunities and challenges. Compared with traditional media, new media has the characteristics of strong fragmentation and interactivity, and audience needs have become increasingly diverse. As the core literacy of broadcasting and hosting, language emotional expression directly affects the audience experience and communication effect from the perspective of new media. In this regard, while analyzing the contemporary characteristics of language emotional expression in broadcasting and hosting under the new media perspective, this paper discusses the practical skills of language emotional expression in broadcasting and hosting under the new media perspective, aiming to provide some reference for relevant personnel.

Keywords： new media; broadcasting and hosting; language emotion; expression skills

随着互联网、移动终端技术的不断普及，新媒体已经成为信息传播的重要载体。直播、短视频、新媒体资讯等各种新型传播方式层出不穷，这也打破了以往传统媒体的时空壁垒，重塑了播音主持的传播生态。在新媒体环境下，受众不再是被动的信息接收者，而是信息传播的评论者、参与者，这也对播音主持的语言风格、情感传递方式等提出了更高的要求^[1]。对此，播音主持人员也应立足新媒体时代背景，科学运用各种语言情感表达技巧来传播媒体信息，以此来有效提升传播效果，满足广大受众需求。

一、新媒体视域下播音主持语言情感表达的时代特征

（一）情感表达的互动性凸显

在传统媒体环境下，播音主持的语言情感是单向性的，难以及时了解受众的真实反馈，而且双方之间缺少及时的情感互动。随着新媒体时代的来临，受众在媒体信息传播方面的参与权不断提升，他们可以通过点赞、评论、互动和连麦等多种方式来与播音主持沟通，从而传达自己的情绪反馈，这也为播音主持的语言情感表达方式优化和能力提升提供了新机遇^[2]。例如，在直播类节目中，主持人可以结合直播弹幕反馈来及时调整语言情感表达内容，让节目吸引力大幅提升，进一步增强受众的认同感和参与感，而这也要求播音主持不但要具备良好的情感传递能力，还应拥有较强的受众反馈捕捉能力、信息分析能力以及灵活调整

能力。

（二）情感表达的个性化鲜明

新媒体时代，受众群体呈现出多元化、分层化特征，不同年龄、职业、兴趣的受众，对语言情感的需求存在显著差异。在数字算法的助力下，个性化推送已经成为信息传播常态，这也推动了播音主持语言情感表达的个性化转型。相较于以往传统媒体时代的“标准规范”模式，新媒体时代下播音主持的语言情感表达要“风格独特”“个性鲜明”，以此来形成个人独特IP，凝聚受众关注。例如，一些情感类节目主持人，以温柔的语言表达、治愈的情感引导，更容易吸引受众，激发他们内心共鸣；娱乐类节目主播则需要运用活泼、灵动的语言情感表达方式来营造欢乐氛围，从而增强受众黏性，提升自己的辨识度，满足广大受众的需求^[3]。

（三）情感表达的简洁化与精准化

在新媒体时代，信息传播有着明显的即时化、碎片化特点。受众对于信息关注的持续性不足，因此，如果播音主持语言情感表达拖沓或冗长的话，很容易导致受众流失。因此，播音主持必须保证自己语言情感表达简洁与精准，能够用最简单的话语，触动受众心灵，从而引发他们的情感共鸣^[4]。例如，在短视频新闻播报作品中，主播应当运用简洁直接的话语来表达信息，以此来保证信息的准确性，让受众能够从中快速获得自己关注的信息以及情感满足。

（四）情感表达的场景化适配

新媒体的传播场景呈现多样化特征，短视频、直播、有声读物、公众号有声版等不同场景，对播音主持的语言情感表达有着不同的要求^[5]。例如，短视频类节目要求播音主持的语言情感表达要简洁精准、富有冲击力，以此来抓住受众的关注点；直播类节目要求播音主持应当灵活多变，可以基于受众的反馈来及时调整语言情感表达的内容与方式，从而增强节目感染力。因此，在新媒体视域下，播音主持的语言情感表达应当适配各种场景，以此来让受众能够接受与认可，甚至产生身临其境般的感觉。

二、新媒体视域下播音主持语言情感表达的实用技巧

（一）坚守语言规范，筑牢情感表达基础

语言是播音主持情感表达的重要前提。只有保证了语言的规范性，才能筑牢情感表达基础，传递出准确、清晰的情感，满足广大受众需求。因此，在新媒体时代，播音主持应当在贴合受众需求，运用“贴地气”语言风格的同时，也要充分保障语言运用的规范性。首先，要保证语言发音的规范与标准，如要对自己的声调、声母、韵母发音进行严格控制，避免出现方言口音、发音错误等问题，从而运用清晰、规范的语言来传递信息^[6]。其次，要注意口语的规范运用，采用简单、流行和易懂的口语语言来拉近自己与受众的距离，同时为了保证语言的规范性、专业性，也要避免口语、网络流行语的过度运用。再者，要注重语气、语速的规范运用，围绕信息传播的内容来确定其情感基调，在此基础上，运用适当、合适的语气、语速来进行语言表达，让受众能够从中感受到明确的情感变化^[7]。例如，在人物故事的节目中，播音主持应当适当加重语气、放缓语速，表达出敬佩、缅怀等情感，通过这些细腻变化让受众能够感受到其中的情感基调，激发他们内心共鸣。

（二）挖掘内容内涵，传递真实情感

真实的情感是语言情感表达的核心，而真实情感的传递，离不开对内容的深入挖掘。播音主持在语言情感表达之前，应当对信息内容进行深入研读，精准把握其核心所在，明确其情感基调，在此基础上，基于自身的经验和感悟来将情感融入其中，从而达到“以情育人”的目的。具体来说，首先，应当基于自身的生活经验、生活阅历来走进内容场景^[8]。将自己想象成一名普通受众，用这一视角来体会内容场景下的喜怒哀乐，以此来提高语言情感表达的感染力。其次，不要刻意模仿语言或营造情感，应

当将情感自然流露出来，以此来引发受众共鸣。再者，要注重“度”的把握，重点围绕内容的情感基调，合理控制自己的语言情感表达强度，不能蜻蜓点水，也不能过度夸大，以此来打动受众。例如，在地方文旅宣传的内容下，播音主持应当深入研读文本内容，把握其核心思想，在此基础上，适当调整情感用度，不能过于松弛，也不能过于严肃，要将二者融合起来，适度运用，从而向受众传递出最真实、最恰当的情感，引发受众共鸣。

（三）适配场景需求，打造个性化情感风格

新媒体场景的多样化，要求播音主持的语言情感表达必须具备场景适配能力，同时打造个性化的情感风格，形成自身标识。首先，要基于传播场景差异，对语言情感表达方式进行灵活调整^[9]。例如，在直播场景中，播音主持应当以“互动”为核心，关注受众的及时反馈，灵活调整语言情感，营造活跃氛围；在时政新闻场景下，则应以“庄重”“客观”为核心，运用合适的语调语速来向受众传递权威信息；在有声读物的场景下，应当把握“细腻”这一核心，通过贴近人物角色性格、描写场景的语气、语速来强化受众“代入感”，提高他们的满意度。其次，鉴于个体性格特质、音色特征等方面的差异，播音主持应当基于自身的特点来树立个性化的语言情感表达风格，选择相应的媒体场景，以此来形成媒体标签，增强受众的印象感受。例如，声音沉稳的播音主持，可以结合自己的特点，打造权威系的情感风格，适配时政类、资讯类内容；性格活泼的播音主持，则可以围绕互动娱乐类媒体场景，展现自己的灵动式语言情感风格，进而增强自身辨识度和受众黏性。

（四）强化互动沟通，实现情感共鸣

新媒体的互动性特征，要求播音主持将互动沟通融入语言情感表达中，通过互动拉近与受众的距离，实现情感共鸣。对此，首先，要及时关注受众的反馈，尤其是对于直播类节目而言，更应时时关注受众的弹幕发送内容、连麦互动信息，从而精准捕捉他们的情感反馈、真实需求，进而对自己的语言情感表达风格、内容、节奏强度等进行及时调整。例如，当弹幕突然大量反馈一个新的话题时，主播应当快速过渡到新的话题，并围绕这个新话题展开沟通，以此来调动受众的热情，增强自身与受众的互动性^[10]。其次，要摒弃单向输出的模式，运用互动式的语言表达方式来增强和受众的交流，尤其是运用“大家怎么看？”等反问句式，引导受众参与到话题探讨之中，进一步强化他们的体验感和参与感。例如，在生活类节目当中，可以围绕内容中的生活案例，提出“大家是否在生活中也遇到类似情况，你们会怎么做？”等问题，以此来引导受众互动交流、留言分享，促进彼此情感的双向传递。再者，播音主持人应当尊重受众的情感表达，认真倾听受众的观点与感受，给予积极的回应，向受众传递正能量情感，以此来使他们体会到被重视、被尊重的感觉，激发他们内心共鸣，增强他们的认可度、认同感。

（五）借助技术赋能，丰富情感表达形式

新媒体技术的发展，为播音主持语言情感表达提供了更多的创新空间，尤其是各种音频处理、氛围营造类技术，能够进一步丰富播音主持的情感表达方式。因此，在播音主持实践过程中，

主持人也应当注重运用现代技术赋能语言情感表达，以此来增强传播感染力。具体来说，首先，可以将音频处理技术引入到播音主持中来，基于具体的内容以及情感基调来对音量、音色等进行个性化调整，以此来营造适合的氛围环境，引发受众共鸣。例如，在悬疑类故事讲解节目中，可以通过增加特殊音效、降低或放大音量等方式来营造神秘、紧张的氛围；在家庭情感类节目中，可以通过引入舒缓柔和、温馨愉快的音乐来表达家庭和睦的情感，进一步增强节目的感染力。其次，要基于大数据算法技术来对语言情感表达方式和内容进行优化调整，增强受众认可度。例如，可以基于智能算法推荐技术、大数据统计技术等来精准了解受众的情感倾向和喜好，在此基础上，对播音主持的内容和情感表达方式进行针对性的调整，以此来实现情感表达与受众需求

的精准适配的目标，进一步提升受众体验感，增强他们的黏性。

总的来说，新媒体视域下，播音主持的语言情感表达迎来了全新的发展机遇与挑战，其不仅是播音主持专业素养的核心体现，更是提升传播效果、增强受众黏性的关键。新媒体的传播特性，决定了播音主持的语言情感表达必须突破传统模式的束缚，立足时代特征，适配受众需求，不断创新表达技巧。对此，播音主持人员应当不断提升自身的专业能力，深入理解新媒体的传播规律，注重情感表达的真实性、个性化与场景化，用有温度、有感染力的语言，连接受众、传递价值。在此基础上，要基于工作实践，不断总结经验和技巧，用贴合时代发展潮流和受众需求的语言情感表达方式创作优质内容、传递主流价值，为媒体行业现代化、高质量发展注入持久动力。

参考文献

- [1] 宋香宜. 新媒体视域下的播音主持语言情感表达技巧 [J]. 新闻传播, 2025, (17): 106-108.
- [2] 高静波. 播音主持的语言交际与情感表达路径 [J]. 新闻文化建设, 2024, (24): 138-140.
- [3] 尹珊珊. 语言的韵律情感的旋律——播音主持的语言情感表达 [J]. 新闻文化建设, 2024, (08): 14-16.
- [4] 李秋慧. 播音之声语言之韵——播音主持的语言交际与情感表达 [J]. 新闻文化建设, 2024, (07): 181-183.
- [5] 侯建军. 播音主持语言情感表达能力培养路径 [J]. 中国报业, 2024, (02): 112-113.
- [6] 虎勤. 语言情感表达在广播电视新闻播音中的重要性探析 [J]. 新闻研究导刊, 2023, 14(13): 134-137.
- [7] 马腾. 如何提升广播电视台播音主持语言交际与情感表达能力 [J]. 新闻文化建设, 2023, (12): 193-195.
- [8] 张卫娜. 新媒体时代播音主持的语言与情感表达技巧 [J]. 西部广播电视, 2022, 43(11): 174-176.
- [9] 张晖. 电视新闻播音主持的语言情感表达分析 [J]. 新闻文化建设, 2022, (03): 131-133.
- [10] 杨琦. 播音主持语言交际与情感表达能力提升策略研究 [J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(08): 197-198.