

文化交流与社会创新

Cultural Exchange and Social Innovation

第6卷 第9期 总第60期

2025.09



第6卷 第9期 总第60期

文化交流与社会创新

Cultural Exchange and Social Innovation



出版社信息

主管: 香港星源出版社

主办单位: 香港星源出版社

主编: 沈格瀚

执行主编: 林芷珩

社内编辑:

宋清雅	郑若彤	崔景昀	陆宣澜
叶芊如	程语辰	纪嘉宁	江栩晴
黎晨赫	莫之远	温瑜	邱泽珂
魏承烜	方梓琪	霍子渊	方芷祯
江晓鸣			

网址: <https://hksspub.com/>

电话: +852 6855 8145

邮箱: hksspub2022@163.com

刊期: 月刊

STAR SOURCE PUBLISHING
香港星源出版社



3367 9822

目 录

CONTENTS

多平台时代主持人媒体形象的建构机制与传播策略	林湛凌	001
智能辅助写稿背景下主持人内容生成能力的变化趋势	沈若岚	006
访谈节目主持的提问路径设计与深度对话塑造机制	顾辰曜	013
新闻现场报道中主持人的快速反应机制与表达决策研究	贾承宁	020
虚拟演播环境对主持人表演空间感的重塑与适应策略	莫清越	025
跨文化传播节目中主持人的语言调和能力与文化敏感度分析	蒋袆珊	031
叙事类节目主持的节奏控制策略及其沉浸式传播效果	霍意辰	038
数字平台内容分发机制下主持人个人品牌塑造路径研究	赵晰文	043
多语种播报场景中主持人的声音协调策略探析	尹慕衡	050
青少年媒介教育节目主持的引导方式与价值呈现研究	梁芷洛	057
AI 辅助音频制作对主持人表达模式的重构效应	方曜铭	064
播音主持在中华传统文化现代传播中的声音创新研究	林若彤	069
公共议题目中主持人的立场呈现与舆论引导边界研究	傅若衡	073
体育类主持的现场叙事策略与观众共鸣机制分析	岳承逸	081
娱乐综艺主持的风格塑造方法与节目调性协同研究	白筠禾	086
主持人在社会倡导性传播中的角色定位与声音伦理研究	江珞祎	092
短视频平台主持的注意力吸引机制与表达策略创新	唐允升	097
广播节目主持的结构化表达模式及其信息传递效能研究	韩清祎	103
生成式 AI 环境下主持人职业技能结构的重构路径	鲁瀚清	111
多场景媒介融合下主持人表达风格的一致性建构研究	邹以晨	118

播音主持在中华传统文化现代传播中的声音创新研究

林若彤
(江苏 南京艺术学院 210013)

摘要:

在数字化与智能化传播环境下,声音作为文化传播的重要媒介形态,正在成为中华传统文化现代转化与传播的重要途径。本研究以播音主持为研究主体,探讨声音创新在传统文化传播中的表达机制与传播价值。论文基于传播学与声音文化理论,分析了声音传播从媒介属性到社会功能的转变,指出主持语言在文化叙事与审美表达中具有建构文化认同与激发情感共鸣的作用。通过对主流媒体节目及新媒体平台声音传播案例的分析,研究总结出播音主持声音创新的三种实践路径:语态重构、叙事融合与技术赋能。

研究表明,声音创新不仅推动了传统文化的当表达,也促使播音主持从信息传递者转变为文化阐释者与传播参与者。人工智能与虚拟语音技术的介入进一步拓展了声音传播的边界,构建了人机共生的传播格局。在这一过程中,播音主持声音创新的作用机制得以呈现,其核心价值体现在对文化内涵的再生产与传播模式的重构之中,为中华文化国际传播力与文化影响力提升提供了新的实践思路。

关键词:播音主持;声音传播;文化创新;传统文化传播;人机共声

一、引言:声音让传统文化被重新听见

1.1 研究背景与问题提出

在数字化与智能传播不断演进的背景下,声音重新成为文化表达的重要媒介形态。播音主持从传统的语言传递者转向文化传播的参与者,其声音创新在推动中华优秀传统文化现代化表达中发挥着关键作用。随着广播电视、短视频与播客等多平台融合发展,声音不仅承担信息传递功能,也成为构建文化认同和情感连接的媒介。

然而,当前文化传播中仍存在传统文化节目形式单一、主持语言创新不足、声音美学研究薄弱等问题。尤其在人工智能语音与虚拟主持兴起的语境下,声音传播的真实性、情感性与文化表达方式均面临新的挑战。如何以声音创新激发传统文化的现代传播力,成为播音主持研究的重要课题。

1.2 国内外研究现状与学术空白

国内研究多聚焦于播音主持语言艺术与新媒体传播创新,部分学者探讨了“新媒体语境下播音主持艺术的传承与创新”,但整体仍偏向技术与表现层面,缺乏对声音在文化传播中的社会功能及认同机制的系统研究。

国际学界的声音传播研究更注重听觉媒介与文化语境的关系,关注声音如何参与社会记忆与文化符号建构。针对传统文化与声音传播结合的研究仍较薄弱,对声音创新在文化传播中的价值探讨尚不充分。现有

研究总体缺乏对主持声音、文化表达与技术变革的综合分析,理论体系尚未形成。

1.3 研究思路、方法与创新点

本研究以声音传播为核心,综合运用传播学、声音文化学与媒介融合理论,探讨播音主持在中华传统文化现代传播中的声音创新路径。研究以文献分析、文本研究与案例比较为主要方法,选取《中国诗词大会》《经典咏流传》等代表性节目,以及AI语音应用与新媒体播客实例,考察主持声音在文化传播中的表现形态与创新机制。

研究在思路上力求从多维角度揭示声音创新的文化价值与传播逻辑。通过声音传播视角,重新审视主持人在当代文化传播体系中的角色定位与功能转化,强调声音在文化阐释中的主动意义。同时,结合智能传播技术的发展,提出“人机共声”的理论框架,以探讨人工智能语音与主持人声音协同共创的新趋势。

二、传播基础与声音文化的内在逻辑

2.1 声音传播的媒介属性与社会功能

声音作为人类最早的传播形式,具有即时性与情感感染力的特征。与视觉媒介相比,声音更能在听觉感知层面激发情绪共鸣,使受众在心理上形成对话与认同。播音主持以声音为主要表达媒介,通过节奏、语调、停顿和语气的变化,完成意义传达与情感塑造的双重功能。

在当代传播格局中，声音的社会功能被进一步扩展。声音媒介的多平台化，使其从单向信息输出转向互动式传播，形成以声音为纽带的社会共感机制。数字技术的加入强化了这一特性，为传统文化内容的口语化、情感化表达提供了更广阔的空间，使播音主持成为连接传统文化与现代社会的重要文化中介 [1]。

2.2 播音主持艺术的文化表达机制

播音主持艺术不仅体现语言的表现力，也承载着文化再生产的功能。主持人通过声音语态的设计与语境调控，使文化内容在传播中获得新的审美维度。传统文化在这种语音再现过程中完成了由文本到情感、由意义到体验的转化。

主持语言作为文化符号的一部分，通过语音节奏与叙事节奏的创新，适应了当代媒介语境的传播需求。主持人通过声音风格的塑造与情感语调的引导，使受众在聆听中获得心理共鸣与文化认同。

2.3 声音文化的传播逻辑与创新路径

声音文化的传播体现了从技术到文化的双向作用机制。声音的社会功能在数字媒介的支持下不断延展，从单纯的听觉符号转化为一种文化表达系统。当前的声音传播呈现出多元化、智能化与审美化的趋势。声音内容的多样性推动了传统文化的再表达，例如非遗故事讲述、国学朗诵与文化播客的兴起，形成了可持续的听觉文化空间。技术赋能则使声音传播的主体更加开放，AI 语音与虚拟主持的参与，促成了人机共声的传播格局 [2]。

与此同时，声音传播的审美性被重新激活，主持声音的设计感与情感表现力成为文化接受的重要驱动因素。声音创新使传统文化在现代传播体系中实现了再生与再认，促进了从“被听见”到“被理解”的文化转化。声音的媒介属性、情感功能与技术形态共同作用，构建出一种新的文化传播范式，也为播音主持艺术的创新发展提供了理论支撑。

三、当代表达的文化语境：声音传播的媒介转向

3.1 传统文化传播的现代语境与受众转变

数字化媒介的发展改变了传统文化的传播语境，也重塑了声音传播的社会结构。传统文化不再依赖单一的电视与广播，而是通过多平台、多语态的融合传播进入公共空间。声音在这一过程中重新获得文化话语权，成为文化记忆与情感认同的承载体。随着媒介的多样化，声音传播在传播速度、情感连接和文化影响力方面表现出更强的适应性。

受众群体的变化是声音传播语境转变的关键因素。当代受众在信息接受上更注重个体体验与互动参

与，呈现出“去中心化”特征。传统主持的权威表达逐渐被平等交流的语言取代，声音的传播模式从单向传递走向多向互动。新媒体平台上的听众不再是被动接受者，而是主动参与者，他们通过评论、转发与共创行为参与声音内容的再生产。播音主持在这一背景下，需要通过语态创新与叙事调整，构建更贴近受众的传播关系。

同时，传统文化的当代表达也面临内容与形式的双重挑战。传统节目多以文本或视觉叙事为主，而现代受众更倾向于轻量化、情感化的听觉内容。声音传播的独特优势在于它能够穿越语言与视觉的限制，以“声音图像”的形式重建文化意象。例如，诵读诗词、讲述非遗故事、模拟传统场景的声音设计，都能使受众在听觉体验中感受文化韵律。

3.2 从广播到算法：声音媒介的生态重塑

传统广播以线性传播为特征，传播路径单一、内容相对固定；而算法时代的声音媒介则以数据推荐、个性化分发和互动反馈为核心机制，形成开放、分散、动态的传播结构。播音主持不再仅依赖广播机构的编辑流程，而是在多平台环境中进行个性化声音表达，使主持语言的艺术性与传播力得到重新定义。

声音媒介的生态转向还体现在“算法审美”的生成机制上。算法在分发过程中强化了内容的定向传播与个体化体验，使声音传播更贴近用户兴趣，但也带来了“信息过滤”与“文化单一化”的风险。播音主持在应对这一结构变化时，需要在算法逻辑与人文价值之间寻求平衡。声音的表达不应被数据驱动完全取代，而应保持主持语言的人文温度与文化深度。通过人工策划与声音创意的结合，可以使传统文化在数字媒介中实现有效传播，同时避免过度依赖算法所带来的文化偏移 [2]。

媒介融合还推动了“听觉公共空间”的重构。传统广播依托固定时段的线性收听模式，而数字媒介则通过点播、碎片化与沉浸式体验，使声音传播超越了时间与场所的限制。声音成为人机交互与社会交流的交汇点，为文化传播提供了新的技术支撑。

四、播音主持的声音创新与文化表达策略

4.1 主持语言的文化再构与艺术风格变革

播音主持的声音创新，本质上是语言风格与文化语态的再构过程。在当代传播语境中，主持语言已不再局限于新闻播报或正式话语，而逐渐形成兼具艺术性、文化性与情感性的表达体系。传统主持语言追求准确与权威，而现代主持则更强调个性化、审美化与文化化的语言呈现。

这种转变体现了主持语言从“信息传播”向“文化阐释”的功能扩展。主持人的语态在传递内容的同时，也传递文化立场与价值认同。例如，在《中国诗词大会》《国家宝藏》等节目中，主持人通过抑扬顿挫的语调、节奏化的语言节拍以及恰到好处的停顿，将文化内容以声音艺术的方式再现，使传统文本获得新的生命力与情感感染力。

语言的文化再构还体现为语音美学与文化语境的互动。主持人通过声音的语气控制与情绪调动，使文化内容从“被讲述”转向“被感知”。这一语态革新，使声音传播具备了叙事深度与文化温度 [1]。

4.2 声音叙事在文化节目的审美表达

声音叙事是文化传播中构建审美体验的重要方式。它通过声音的结构与节奏创造出感知空间，使受众在聆听中形成沉浸式的文化体验。在文化节目中，声音往往承担情感叙事的核心功能。主持人通过语音层次、语调变化与情感延展，使听觉内容呈现出视觉叙事的张力。

声音叙事的核心在于情感传达与文化想象的融合。以《中国诗词大会》为例，主持人通过语音表演将诗词中的意象转化为声音节奏，使传统文本从“阅读”变为“聆听”。这一过程不仅增强了文化传播的艺术感染力，也使受众在听觉体验中形成文化共鸣。

在新媒体语境下，声音叙事的审美表达呈现出多层特征：文化内容被声音重新塑形，主持人通过声音语境的设计，将听觉空间转化为情感场域；声音传播与视觉符号、音乐元素交织，形成多模态的传播结构。

4.3 技术赋能下的声音创造与跨媒介融合

技术革新推动了声音传播的再创造。人工智能语音合成、虚拟主持与沉浸式音效技术的应用，使声音创新进入“技术赋能”阶段。主持人声音的表达不再依赖单一发声，而是与数字化技术共同构建听觉体验。AI语音的智能生成、语义分析与情感建模，为文化传播提供了新形态的声音表达方式。

声音创造的跨媒介融合体现为内容与技术的共生。传统广播与电视节目的语音形式，逐渐延伸至短视频、播客与互动音频等新平台。声音传播与视觉影像、文字叙事和数据算法相结合，形成多层次的传播生态。

在文化传播中，技术赋能并非取代主持人角色，而是拓展其声音的表现力与传播维度。通过人机协作与算法优化，声音传播能够在保持人文温度的同时，实现情感的延展与语态的多样化。这种融合过程体现了媒介进化的文化逻辑：技术推动表达形态更新，而主持语言的艺术性与文化价值则维系着传播的核心人

文精神。

跨媒介融合的声音创新使播音主持在文化传播体系中呈现新的身份结构——既是声音的创造者，也是文化意义的阐释者。主持声音成为传统文化现代化的重要驱动力，在技术支持下实现了从“声音艺术”向“文化传播实践”的转化。这种以声音为核心的创新路径，构建了连接传统文化与数字时代的新型传播桥梁，也为声音艺术的未来发展提供了可持续的文化模型 [1]。

五、案例研究：声音创新的传播样本与文化价值

5.1 案例选择与研究方法说明

本章采用案例研究法与文本分析法相结合的研究路径，选取电视节目《中国诗词大会》《国家宝藏》、广播节目《文化之声》，以及新媒体播客“喜马拉雅·国学馆”“看理想 FM”等作为代表性样本。这些节目兼具文化传播性与声音艺术性，能够较全面地反映播音主持声音创新在文化传播中的表现特征。

案例筛选标准主要包括三项：一是节目具有显著的传统文化主题，体现中华文化的当代传播特征；二是主持语言或声音设计具有创新性，能体现声音传播的多样化实践；三是节目在受众层面具有较强影响力或较高传播覆盖率。通过对主持语态、声音叙事结构、受众反馈与传播平台的分析，本文探讨声音创新如何影响文化内容的再创造与社会传播效果。

5.2 电视与广播节目中的声音叙事创新

在电视与广播领域，声音叙事仍然是文化传播的核心手段，但其表达形态经历了显著的革新。《中国诗词大会》通过主持人董卿的声音表达，使传统诗词的文学意象在声音层面获得再生。她的语调设计兼顾节奏与情感，既保持了语言的规范性，又传递出文化温度。节目中“声音—情感—意义”的互动结构，使受众在聆听中完成文化体验的内化。

类似的，《国家宝藏》以叙事化主持语言再现历史语境。主持人通过声音塑造实现了“讲述”与“体验”的双重功能，将静态文物转化为动态叙事，使文化遗产的价值在声音空间中得以复现。广播节目《文化之声》则通过声音语态的亲近性与节奏控制，重构了听觉传播的文化深度，使声音不再是被动的媒介，而成为文化情感的生成机制。

5.3 新媒体播客与短视频的文化声音实践

新媒体的出现使声音传播超越了传统媒体的框架。以播客“喜马拉雅·国学馆”“看理想 FM”为代表的音频平台，形成了基于算法推荐与用户共创的文化传播模式。这类节目以“声音故事”形式传递文化内容，强调听众的沉浸体验与认同参与。主持人通过

语气调整与节奏控制营造听觉亲近感，使传统文化以更日常、更亲和的方式进入公众生活。

短视频平台的声音传播则展现出跨媒介的创新特征。以抖音、B站的“文化朗读类”节目为例，声音往往与视觉影像、文字叙述交织，形成“视听复合”的传播模式。主持人声音在此不仅是解说媒介，更是情感叙事的驱动力。受众通过点赞、评论与转发参与文化共创，声音传播在互动中完成了再生产。

新媒体语境下的声音创新体现出去中心化与个性化特征。主持声音的表现从统一的传播语态转向多元表达，形成了“专业主持—用户表达—算法分发”共同作用的传播生态。

5.4 跨文化传播语境下的主持声音转译

在跨文化传播环境中，声音承担着文化符号转译的重要任务。随着中华文化“走出去”战略的推进，播音主持在国际传播中的声音表达逐渐被视为文化形象的一部分。通过语音语调、节奏控制与语言风格的差异化设计，主持人实现了文化内容在不同语言体系下的再编码。例如，中国国际广播电台（CRI）与CGTN的双语主持节目，注重声音的语义平衡与情感传递，既保持汉语表达的文化厚度，又通过英语语音节奏的调整提升国际可理解度。这种“声音翻译”不仅是语言转换，更是一种文化意义的重塑。主持声音在语气、节奏与情感层面承担了跨文化沟通的桥梁作用。

跨文化语境下的声音转译体现出双重价值。声音作为文化身份的听觉符号，通过情感调适传递民族文化的柔性力量，使听觉成为文化认同的重要媒介。同时，主持语言的国际化表达拓展了中华传统文化的传播空间，在多语言、多语境的全球传播体系中形成新的表达范式。声音在这一过程中不再构成文化差异的界限，而成为连接多元文化、促进理解与共鸣的交流通道。

六、声音创新的文化共鸣与传播启示

6.1 播音主持声音创新的传播特征与机制总结

播音主持的声音创新展现出文化传播从单一语言表达向综合传播形态的演进。声音在这一过程中不再只是信息载体，而成为文化认同与情感共鸣的媒介形式。主持语言的艺术化、节奏化与情感化处理，使声音传播兼具审美功能与社会意义。

从传播特征看，声音创新体现了叙事性、融合性与人文性相互交织的特征。叙事性使声音具备情感逻辑，通过语调变化与语言节奏唤起受众的情绪反应，

形成听觉层面的文化体验；融合性反映在媒介生态的拓展中，声音传播不再依附于单一载体，而在短视频、播客、广播与虚拟空间中实现了多层链接；人文性则体现在声音的文化深度与社会表达上，主持声音成为价值传递与文化意义建构的重要力量。

声音创新的传播机制表现为“声音生产—情感共鸣—文化认同”的循环结构。声音生产环节通过语言设计、技术辅助与艺术表达构建传播语态；情感共鸣环节借助语调、节奏和叙事方式实现审美互动；文化认同环节则以声音为纽带，促使文化内涵被再认识与再接受。

6.2 面向未来的文化传播启示

数字化进程与智能传播的普及，使声音传播进入更加开放的阶段。未来的声音创新将依托技术、平台与内容的协同发展，呈现出更加复杂的文化形态。人工智能语音生成与虚拟主持的应用，推动声音传播从线性表达走向多向共创，主持声音在算法支持下获得了新的表达自由，但同时也面临真实性与伦理边界的再定义 [2]。

在未来传播实践中，声音创新需要兼顾文化深度与传播审美。主持声音不应被简化为信息的快速输出，而应通过节奏控制、情感设计与语义构建呈现文化厚度与人文关怀。声音传播的意义不在于传播速度的提升，而在于内容与情感的共鸣，以及听觉层面对文化体验的延展。

技术的发展为声音文化提供了更多可能，但真正决定传播质量的仍是人文价值的导向。智能语音与算法推荐应服务于文化多样性的传播，而非取代文化创作本身。保持声音的独特性与真实性，是避免文化表达模式化、同质化的关键。

跨文化传播的扩展也为声音创新提供了新的思考空间。主持声音在国际语境中既是一种沟通工具，也是一种文化符号。通过多语言表达与语音风格的适配，声音传播能够实现文化的再译与再认，推动中华文化在全球语境中形成可感知、可理解、可共情的传播模式。

参考文献：

- [1] 祁晓琼. 探究新媒体背景下播音主持艺术的传承与创新 [J]. 广电传媒研究, 2024(3): 97-99.
- [2] 孙东亮, 郑怡佳, 霍传松. 智能化背景下中华优秀传统文化传播路径研究 [J]. 文化创新比较研究, 2024(2): 112-118.

文化交流与社会创新

Cultural Exchange and Social Innovation

