



CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

传播学视域下黄健翔解说门事件

时间: 2006-8-22 10:01:31 来源: 中国新闻研究中心 作者: 杨状振 阅读1186次

传者、受者与他者 ——传播学视域下的黄健翔“解说门”事件

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 杨状振

单位: 四川大学文学与新闻学院2005级硕士研究生

地址: 成都市望江路29号

邮编: 610064

2006年6月26日, 在世界杯1/8决赛意大利对澳大利亚的补时阶段, 央视著名解说员黄健翔动情嘶吼, 一时间引发了各方对其个人及央视体育解说风格的争议风暴。黄健翔“解说门”事件也迅速成为2006年夏季世界杯之外, 各大媒体争相报道的热门话题。随着世界杯赛事报道的尘埃落定, 黄健翔“解说门”事件所引发的争议也渐趋平静。一向以严格要求和风格保守著称的央视以宽容低调的姿态处理了此事, 以蜻蜓点水式的一次会议检讨履行完了对黄健翔的“处罚”仪式。相比于四年前因在解说韩日世界杯比赛中失声而被迫“人间蒸发”一个月的遭遇来说, 黄健翔这次的遭遇颇有点儿因祸得福的味道——不但名声大噪, 签名售书火爆, 而且在绝大多数球迷和网友的支持表态下, 黄健翔在央视的地位也有望得到进一步巩固和提高。同样的表现, 不同的结果; 同样的观众, 不同的心态; 同样的媒体, 不同的处罚, 就在这样的变化中, 黄健翔“解说门”事件恰逢其时地成为了中国当下文化语境下传播学领域内各种角色身份发生嬗变的一个最好注脚。

从传者的角度来看, 一个不得不承认的事实是, 中国的大众媒体广播、电视、报纸、杂志等长期以来赖以生存的环境是异于西方媒体的。与西方媒体发端于商品经济、成长于市井平民之中的“草根”身份不同, 中国的媒体长期以来就是政治伦理型文化的产物。政治伦理型文化模式对中国媒体长期浸染的结果是让它们学会了“皱着眉头看人”和“板着面孔说话”, 始终以宣教者的身份凌驾于普通民众之上。从根子上追究, 从气质上探寻, 中国的媒体是属于贵族的; 尽管从上世纪八十年代中后期开始, 向市场经济转型过渡的大潮也给中国的媒体带来了巨大冲击, 迫使它们不得不俯下身子来亲近民众, 打出各种各样好看的招牌和旗帜以冀博得民众一粲。然而长久以来, 积淀于中国媒体骨子里的贵族情结和精英意识却并未完全消失, 尤其是对广播电视这样带有国家垄断性质的媒体来说。相对于平面媒体报纸和杂志的先期改革步伐和半市场竞争状态而言, 中国的广电行业所具有的国家垄断性质为它们的贵族心态和贵族身份认同提供了赖以寄生的温床和滋生的土壤。但是另一方面, 随着中国文化产业改革步伐的加快和加入世贸组织后潜在竞争压力的加大, 中国的媒体尤其是广电媒体也面临着重新定位, 甚至是解体重构的时代难题。在商业性大众文化以席卷之势在世纪之交之际袭来的时候, 中国的广电媒体是以来不及思考的被动姿态被裹挟于其中的。在新的物质现实面前, 中国的各个阶层群体面

- 收视率视野中的黄金周
- 制片人制的反动
- 有感于DV的“猎奇”
- 2005中国卫视品牌战
- 中国广播电视体制的探索
- 浅析收视率的缺陷
- 电视收视率靠什么
- 电视分级是否可行?
- 广播听众收听倾向分析
- 电视传媒的时代性状问题
- DV: 要关注观众的耐心
- 网络电视商业化前景艰难
- 中国广播影视业的改革...
- 中国电视观众的体育意识
- 电视频道品牌的建立和...
- 凤凰的启示
- 战火烧“红”的电视品...
- 电视频道专业化的理性...

对社会面对生活在表层情感体验和深层心理结构中究竟发生了怎样的变迁，对绝大多数广电媒体从业人员来说还是一个闹不太清楚的问题。但是传统的文化意识和审美价值观念所遭遇到的现实生活的巨大挑战，却是每一个广电媒体人都能感觉得到的。作为整个社会群体中感受最为敏锐的一群，在根深蒂固的贵族情结和精英身份被打落成碎片后，如何重新考量自身和社会，从而实现失却宣教者身份之后的二次身份认同就成了中国媒体在当下语境中的迫切任务。作为国家级媒体的央视年初选择播放了《武林外传》，在引发的争议尚未平息之时，又再次以低调姿态冷处理了黄健翔“解说门”事件，不能不说是有着自己的考虑的。相对于某些地方台（如湖南卫视）的娱乐化身份认同，央视的贵族情结和精英意识无疑是更为浓厚的。作为受众广泛并具有国际化影响的大台，注定了它的每一个举动都必须小心翼翼，但是在传统办台观念和今天受众审美接受习惯距离越拉越远的时候，不变革又是不行的。庶几，黄健翔“解说门”事件就成为了央视在夹缝中求生存的一次试探。

从传者的另一方来说，作为央视的一名播音员和主持人，黄健翔毋庸置疑应该具有严格、规范、客观、冷静等这些作为广电从业者“职业人”身份认定的必备素质——在西方传统的新闻理论中，新闻从业者的角色也是被定位为客观的事件观察者或冷静的信息传达者的，这一点中外并无多大差别——但是黄健翔充满激情的120秒解说却又毫无疑问地向我们昭示了新闻从业者的另外一个身份：除了“职业人”的身份外，他们还有一个无可否认的“社会人”身份；而且在中国新闻媒体由传统身份向现代身份过渡的过程中，这种社会人身份在媒体表现中所展示出来的个性风采和感情介入也渐趋成为一种无可回避的潮流。复旦大学的陆晔教授认为在现代媒介中，优秀的新闻从业者首先就应当是一个优秀的人。从传播学角度来看，作为人类交流的手段，新闻传播在实施自己的过程中实际上承担了意义代码和文化代码传达的双重功能。前者传递出所要表达的事件内容，作为信息层面；后者传达出与特定社会文化环境相关的文化意义，作为文化层面。作为“职业人”身份和“社会人”身份的统一，广电新闻从业者往往既是信息的传播者又是文化的承受者。在这样的状况下，在新闻报道中因强调真实可信性而形成的“我在场”意识也就势必会受到文化时潮和大众审美接受心理的影响。黄健翔在“解说门”事件中所表现出的失态，或许在潜意识中正是这种思潮和观念投射的结果。在中国政治经济文化的转轨过程中，广电媒体如何适应社会文化给媒介自身带来的冲击，媒体人如何在自己的信息传播者角色中将“职业人”和“社会人”身份进行更好的有张力的结合，都还是一些需要探讨的话题。在这一点上，黄健翔“解说门”事件或许会对我们有所启发。

在当下中国媒体寻求变革与发展的过程中，受者也是一个不容忽视的介质。从某种意义上说，正是中国受众观念的变化才促成了中国媒体现在的变革。反映在“解说门”事件中，也正是由于有了受众观念的变化才产生了前面那样一个结果。让·皮亚杰在发生认识论基础上，曾提出过“S→AT→R”的公式，认为传播客体和主体之间并不是一个单纯的传和受的过程。来自客体的刺激（S）往往要经过主体认知结构（A）的改造和扩展（T）后才生成主体的反应（R），而在这个主客体传受的过程中，受者的认知图式（AT）是要经常被激活和重建的。平常所处的文化环境、所接触的媒介和信息等都在这个认知图式的重构中起着巨大作用。受众在接受外来信息时，自身已有的思想、文化、知识、修养、能力、经验、习惯等就已先在地为接受该信息提供了一种“期待视界”。这种期待视界按照皮亚杰的解释，又往往分为趋向于保守的“定向期待”和渴盼变异的“创新期待”两种类型。定向期待和创新期待的双重模式往往并不是孤立地存在于各自的受众群体中的，往往是同一个受众具有这两种不同的期待倾向。在绝大多数境况下，这两种期待都处于此消彼长的不等势状态。在社会变革较小，社会政治思想、文化形态都相对稳定的情况下，这种期待视界会趋向于保守和承传；而在一个变化相对急遽的社会和时代，受众的期待视界则会相应地倾向于创新和变异。就一般的习惯和逻辑推理来说，变革求新追求多样化是人类的一种基本心理趋向，所谓“喜新厌旧”是有道理的。长久以来习惯了央视解说员刻板正经、毫无激情的解说风格之后，人们更希望看到一种清新活泼、富有个性特点的解说类型。这也是今年世界杯赛事转播中，央视收视率低于地方台的一个原因。在生活节奏加快、生活压力增大的现代社会中，没有哪位电视机前的观众还愿意在本该充分享受休闲和娱乐的时间内再去承受刻板而生硬的“折磨”。求变，需要看到一种新的东西——哪怕是另类一些，哪怕是前卫一些，成为受众一种潜在的诉求和渴望。这显然为黄健翔的激情120秒解说奠

定了基础。当黄健翔激情嘶吼时，相信很多电视机前的观众会被打动和卷入进来，从而以“同化”和“忘我”般的热情投入到这场比赛的观看中来。从这个意义上说，黄健翔实在是以自己的冒险（而这种冒险未必不是黄健翔作为一个媒体人的聪明之举）为央视寻求创新做了一次试验。同时，他也挽救了一场原本平庸的比赛，从而让世界杯的赛场在广大中国球迷和众多电视观众的心中再次充满了激情和期待。另一方面，从审美接受心理的双重性上来讲，定向期待和创新期待除了统一互补性之外，还有着矛盾对立的一面。习惯了长久以来央视的体育解说风格，突然间闯出的黑马，其另类和狂放的姿态还是让已形成心理定势和固定期待视界的观众一时难以接受。于是注定了黄健翔“解说门”事件会有短暂的喧哗与骚动，抨击和反对之声亦在情理之中。对于央视、黄健翔本人和中国媒体来说，学界的争论或许也很重要，但最重要的怕还是印证了受众对央视探索和创新的态度。实际上，在现代与后现代语境交错下的当代中国，无论是作为传者的媒体还是作为受者的观众、听众与读者都势不免地要受到这种文化思潮的影响和冲击，抱残守缺、固步自封显然是行不通的，如何在传者和受者之间寻求到一个保持二者间最佳张力的结合点，才是最重要的问题，而在这方面作为传者的媒体显然更为迫切。受众的心态和习惯在不断改变，他们的认知图式在接受时潮的影响时也反过来影响着时潮。与媒体相比。他们对时潮的反应往往是更为先期和主动的。那么，作为媒体的传者如何跟上，或者说是如何改变自己处处被动的地位？从长远的观点和全局的视野来看，黄健翔“解说门”事件都不无启发意义。

在黄健翔“解说门”事件中还有一个惹人注目的现象，那就是几乎是在一夜之间，各种各样版本的戏仿黄健翔嘶吼解说的手机铃音在网络上疯狂传播开来。其难以确切统计的下载量为这些铃音的制造者和运营商带来了数目不菲的经济收入。他们既不是传者也不是受者，他们甚至可能都未必了解当时比赛转播中的详细情况；但毫无疑问的是，以作为第三方的他者身份，他们成了这次“解说门”事件中的最大受益者。在中国目前这个还不太信息化的时代里，知识和信息的资源价值意义已经再次显露无疑。作为大众媒介的电视媒体本身是工业化向信息化社会过渡时期的产物，而在这种过渡过程中，电视作为信息提供者的媒介身份及其所受到的关注度在现代与后现代语境交织下的当代中国无疑又成为了一笔可供觊觎的资源。从而在中国由政治伦理型文化向商品经济型文化转轨的过程中，为传者和受者之外的第三方——他者提供了制造文化消费的商业卖点。作为媒体事件的“解说门”事件早已超越了文化圈层甚至狭隘的传播学视域，而进入了人们的经济生活中，在电视媒体把商品化的意识和逻辑灌输到人们思维里去的时候，它本身已成为了人们戏拟和模仿的对象。而这种戏拟和模仿又直接以商业利益作为自己的指向。在这个由传者、受者、他者构成的“游戏”圈子里，规则不再是政治和教化，而是消费和娱乐、商品和经济。大众传播媒体推进了精英文化和平民文化的融合，而这种融合所缔造出的语境又为媒体自身成为被调侃对象提供了条件和土壤。商品化意识的渗入和后现代文化语境的浸染使在传播中处于边缘地位的他者成为最大受益者有了可能。在传播学领域内，乃至在整个社会的政治、经济、文化语境下，如何为传者、受者和他者的博弈提供一个更为规范的秩序和规则，由黄健翔“解说门”事件联想到胡戈“馒头”事件，再旁及其它诸多传播学领域内的相关现象，不能不让我们有所深思，这真的是一个问题。

参考文献：

- [1] 陆晔、赵民.《当代广播电视概论》.[G],上海:复旦大学出版社,2002.
- [2] [美]威尔伯·施拉姆、威廉·波特.《传播学概论》.[G],陈亮等译,北京:新华出版社,1984.
- [3] 李良荣.《新闻学概论》.[G],上海:复旦大学出版社,2001.
- [4] 彭吉象.《影视美学》.[J],北京:北京大学出版社,2002.
- [5] 饶朔光、裴亚莉.《中国电影文化思潮·后现代主义文化与当代中国电影电视》.[J],北京:中国广播电视出版社,1997.

相关文章：解说

- 谁将解说北京奥运 (2005-1-23)
- 谈电视专题片解说词的写作 (2002-8-16)

[>>更多](#)

传播学视域下黄健翔解说门事件 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反，追究法律责任.