

关于传播规格的思考——语言传播杂记之二十九

2005-11-28

作者：张颂

关键词：传播规格 语言传播 | 阅读：228次 |

在传播观念的问题上，首先是“传播什么”，即廓清哪些是应该传播的，哪些是不应该传播的。任何传媒都有自己的传播下限，总是把那些不应该传播的内容大体确定下来。这里有两个方面必须注意：一是维护国家利益方面，如国家机密、经济情报、军事机要、科技尖端等；另一个是违背道德标准方面，如败坏风气、侮辱人格、造谣生事、低级趣味等。作为党和人民喉舌的大众传媒，坚持正确的舆论导向，是党和人民之福。

但是，现在的问题是突破道德底线的情况相当严重，不能不引起我们的高度注意。在本应坚持社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德的广播电视传播中，屡屡出现违背道德底线的言语行为，令人难以卒听、难以卒视，甚至令人作呕、令人气愤。在已经“入世”的今天，这无疑是对传媒业的败坏，对国家形象的损害。

政治环境的宽松，经济条件的富裕，文化氛围的闲适，生活水平的提高，使我们愈加感到

“时不我待”、“机不可失”，“竞争激烈”、“任重道远”。也有些人，玩物丧志，欲壑难填，利用广播电视的娱乐、博彩功能，填充后现代、后殖民的文化渣滓，迎合低俗，招欢笑骂，从中捞取实惠，以取得经济效益为口实，掩盖社会效益的缺损。仅举几例：

有的节目，只是克隆了域外或国外的类似节目，却如获至宝，大量宣扬影星歌星的私生活，津津乐道于他们的生活琐事，让他们支撑节目的“收视率”。有一次，主持人竟让两个素不相识的明星商量“什么时候结婚”、“生几个孩子”，完全不顾大众传播的“公开性”、“公众性”，丧失了起码的社会公德、职业道德。

有的节目，主持人拒绝普通话，以操“港台腔”为荣，摇头晃脑，挤眉弄眼，扭捏作态，嗲声嗲气，以为这就是“活泼”，令人不可卒看，把泱泱大国的作风和气质扔到了九霄云外；配片解说时方言不改，毫无感情，冷漠懈怠，半死不活。以为这就是“真实”，令人不可卒听，把汉语的丰富精美糟蹋得不成样子。

有的电视剧，大肆渲染三角恋爱、婚外恋，可以毫无缘由地出现床上戏、裸露戏。好像缺少这样的镜头，就会失去观众，好像没有这样的镜头，就无法“贴近生活”。

有的电视剧，不顾人物的最高任务、贯穿动作，不顾人物特有的身份、场合，插科打诨、贫嘴薄舌，哗众取宠，俗不可耐。

……………

即使这样的节目获得了可观的经济效益，又有什么值得炫耀的呢？

因此，我们应该明确“规格”的概念，把那些不该播出的东西挡在话筒和镜头之外。

为什么会有这种现象呢？除了利益驱动之外，就是社会责任的淡漠。广播电视传播，必须体现时代精神，必须充满人文关怀，促进社会主义精神文明建设，代表先进文化的前进方向。

先进文化是指民族的、科学的、大众的社会主义文化，不应只属于“大众”，而排斥“民族”、“科学”，更不能无视“社会主义”。四个定语，相互融合，不能割裂，而传播规格正在其中。

我们的广播电视，有责任提高全民族的思想道德素质、科学文化素质、教育审美素质。传播者理应“以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人”。话筒前的每一个语句，镜头前的每一个画面，都应该这样去要求，尽力达到思想精深、艺术精湛、制作精良的水平，唱响主旋律，力求多样化。于是，任何金钱的诱惑，都会退避三舍，在社会效益提高的同时，经济效益便可以随之增长。如果拜金主义占据了头脑，惟利是图，道德就会无立锥之地，“为大众”的口号叫得震天响，那其实也是口是心非，“司马昭之心，路人皆知”了。

不错，我们必须为大众。大众需要认识真实的世界，大众需要了解生存的环境，大众要求扩大科学的视野，大众要求获得人类的精华，大众期待继承民族的优良传统，大众期待发扬各族的创新精神。因此，我们有很多事情要做，如不断扩大传播范围，努力提升传播格调。对此，我们怎么能置之不理、置若罔闻呢？

传播规格，涉及节目设置、节目策划、内容覆盖、形式样态等，属于整体规划、格局和格调问题。有两个问题值得注意：

第一个问题，纵向的源流走势。中华民族的文化源远流长，中国人民的生活丰富多彩，我们能否开掘出当代的文化底蕴，展现出今日的广阔画卷？最忌浅薄的堆砌，狭隘的视界。最需要深入阐释原典精神，生命感悟。

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT MORE >>

新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

动态 NEWS MORE >>

“中国主张：传播理论本土化的 2009-09-27

第三届“当代中国话语研究”讨 2009-09-27

第九届“新世纪新闻舆论监督研 2009-09-24

[更新]2009“中国新闻传播学科 2009-08-31

“传播与中国·复旦论坛” 2009-08-19

第二个问题，横向的对比借鉴。改革开放的进程通达四海，世界人民的理念异彩纷呈，我们能否取人之长，为我所用?能否化他为我，另辟蹊径?不应照猫画虎，不应邯郸学步。重要的是“自己走路”、“走自己的路”。

我们的队伍是有能力独树一帜的，不过需要体制的保证，机制的激励，群体的互补，主体的勤奋。“入世”以后，一定是“能者多劳”、“优胜劣汰”，再也不会让“忙闲不均”、“少劳多获”的现象存在下去了。只是在这时，规格的竞争才成为真正的竞争。特色贫乏的、敷衍了事的、擅长克隆的、低级庸俗的，也许有暂时的效益，却不会有什么值得人们记起的收获。

三

我们的传播规格，应该达到国际传媒业中强势媒体的同样起点上，而不应该自惭形秽，愧不如人，自甘落后，怨天尤人。我们的本土文化、主流话语，给了我们巨大的驱动力。尊重原创，择优拿来，都是重要的，但是，我们必须掌握自己的出场形象和话语主权。跟在别人的后面亦步亦趋，是懦夫和懒汉的行为。创建自己的传播规格，自己的节目形态，才会在激烈竞争中立于不败之地，才会在历史潮流中处于先进行列。在信息时代“怎样传播”已经提升到当务之急的今天，规格意识必须强化，“智囊团”、“守门人”理应发挥重要作用，创作主体的积极性、主动性、创造性，不应该在“闭门造车”、“异想天开”上浪费时间，而应沿着“情理之中”、“意料之外”的思路，共同让我们的传播规格呈现社会主义中国的特色，体现我们的价值观，表现我们的审美观。“专业台”、“专业频道”并不稀奇，重点却在“人无我有、人有我优、人优我特”之中。“公式化”、“雷同化”的结果，定是规格的空泛，定是自我的消失，行之不远，肯定夭折，遂无问津者。

如：新闻评论类。一定要尊重新闻价值，剔除非新闻叙事方式，表现我们对待国际事物、国内事物的庄重严肃的态度。任何轻浮和娱乐，都会失去人们的信任感；

如：教育欣赏类。一定要启迪人生感悟，挤掉那些琐屑和絮叨，显示我们的社会责任，决不“游戏人生”，决不“纸醉金迷”。“知足常乐”、“自强不息”，会敞开心扉，尊重他人，珍惜今天，畅想未来；

如：体育竞技类。报道和转述运动场内外的、人物、事件，提高人民身体素质的各项活动，引导人们参与和观赏，决不展览那些残酷和怪异，更不去宣扬那些绯闻和轶事。

如：文艺综艺类，营造欢欣和快乐的场景、气氛，给人以健康向上的、愉悦身心的美感享受，陶冶高尚的情操，培养健全的体魄，决不消磨生命、浪费青春、刺激物欲、张扬丑陋。

以上这些方面，谈何容易!但是，只要远离浮躁，甘于寂寞，志存高远，潜心研究，是可以计日程功的。

我们的传播规格，必须保有质的规定性。每一个节目，每一句话语，每一个出场人物，每一个故事情节，每一声音响，每一个画面，都应该是精心演绎出来的，倾情创造出来的，世人都可以从看出：“这就是中国!”“这就是中华民族!”而不应该是相反的情况：“中国怎么会有这么糟糕的东西?”我们的广播电视传播队伍，涌现了一批具有民族自豪感又有远见卓识的人才，他们“善于传播”，勇于创新，能够继往开来，能够推陈出新。在他们专心致志地奋力工作下，我国的广播电视，一定会成为强势媒体。可以预言，将来，我们的广播电视，一定是多视角、多层次、多品位、多样态的，一定是合民族、合目的、合规律、合美感的，肯定是独立于世界传媒之林，响彻黄钟大吕之音的，因之，是无可替代、无与伦比、在竞争中倍受青睐的!

(作者系北京广播学院播音主持艺术学院教授，博士生导师)

【责任编辑：李立】

(责任编辑：)

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名: * 密码: (游客)请在用户名处输入化名, 无需密码

邮箱: * 游客发言需提交邮箱

效验码: * 请输入: 3836



[发表评论](#) 评论内容：不能超过250字，需审核后会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved