

[文章编号]1009-3729(2012)01-0033-05

从传媒语言看我国马克思主义 大众化传播的短板

杨骅骁

(中原工学院 新闻与传播学院, 河南 郑州 450003)

[摘要]我国传媒中存在诸多不利于马克思主义大众化传播的语言问题,如隐含封建思想的语言、歧视性语言、人文精神缺失的语言、暴力色彩浓重的语言、与时代特征不符的语言、恩赐民众的语言、八股式的语言等。导致这些问题产生的原因是:一些传媒工作者受陈腐思想的左右使马克思主义大众化传播遭遇观念壁垒;媒体的官方代表身份使马克思主义大众化传播遭遇体制缺陷;教条化、封闭化的惯性话语使马克思主义大众化传播遭遇语言鸿沟。促进马克思主义大众化传播,应着力提高传媒人的马克思主义素养;加快社会主义民主政治建设,强化媒体“公器”角色;加强对传媒宣传艺术的研究,创新话语方式。

[关键词]马克思主义大众化;传媒语言;民主政治

[中图分类号]G206.3

[文献标志码]A

任何思维成果即思想都必须用语言来表达和传播。但语言总是受到说话者和听话者的语言水平、社会处境、心理状态等条件的制约,以个性化的形式即言语来反映思想,因此它会反作用于所表现的思想内容。思想一经表达,就被语言的樊笼所囚禁,成为固化的客体,任由人们根据自己的经验进行解释。因此,从社会关系的角度研究社会语境与语言运用之间的关系、考察各种复杂的社会因素所引发的语言的变异以及语言在社会系统中的功能和作用,有助于我们更好地使用语言、理解语言。中国早期马克思主义宣传家毛泽东非常重视语言文字工作在革命事业中的表现和价值,曾经撰写或修订了《讲堂录》《反对党八股》《在延安文艺座谈会上的讲话》《党委会的工作方法》《中共中央关于纠正电报、报告、指示、决定中的文字缺点的指示》《正确地使用祖国的语言,为语言的纯洁和健康而斗争》等文章、文件、社论,要求党的领导干部学习

语言,在语言方面起带头作用^[1],使马克思主义的宣传语言通俗活泼、规范准确,为人民群众喜闻乐见、易学易懂。正是由于毛泽东等老一辈无产阶级革命家的重视和垂范,马克思主义在中国很快传播开来,促成了中国社会主义革命和建设事业的伟大胜利。

目前,我国学者从传媒语言角度研究马克思主义大众化问题的著述不多,且现有著述多侧重于研究毛泽东的语言艺术、总结在马克思主义大众化过程中语言方面的经验和要求。本文拟在以上研究的基础上,剖析我国传媒中不利于马克思主义大众化传播的语言问题及原因,并尝试给出解决思路。

一、我国传媒存在的不利于马克思主义大众化传播的语言问题

语言是社会生活的反映,语言中最活跃的元素是词汇。词汇是社会的也是个人的,是当代的也是

[收稿日期]2011-09-14

[基金项目]河南省教育厅人文社会科学研究资助项目(2010GH-195)

[作者简介]杨骅骁(1967—),男,河南省内乡县人,中原工学院副教授,主要研究方向:传媒理论与传媒产业。

历史的,因而是矛盾的统一体。词汇的背后是人的思维定式和心理定式,反映出说话人与听话人之间的社会关系(远近、亲疏、敌友、尊鄙、长幼、贵贱)以及说话人的思想观念。我国传媒在进行马克思主义大众化传播中除了我们常说的存在不够通俗生动等语言问题外,在日常报道中还有诸多与马克思主义基本精神不符、不利于马克思主义大众化传播的语言问题,主要表现在以下几个方面。

一是使用隐含封建思想的语汇。社会在发展,我们在宣传中惯常使用的词汇其内涵和外延可能在历史发展中早已产生变异,在传播过程中如果惯性地使用,必然影响当代大众对马克思主义的接受和理解。比如,我们在宣传报道中还在使用有封建等级色彩的语汇,像“父母官”、“保姆”等体现干群、公众之间尊卑等级的词汇大量高频地出现在媒体报道和理论文章中。传统官本位思想仍存在于媒体宣传中,以这样的语汇做宣传工作,无疑是对马克思主义的扭曲,不利于马克思主义大众化传播。

二是使用歧视性语言。歧视性语言是指说话者对所指客体使用的字眼有意或无意地含有不公正、不真实的主观评价,而这种评价会给客体带来不同程度的负面影响。歧视是一种常见的不良社会行为,而我们的媒体宣传中恰恰存在大量的歧视性语言,不利于和谐社会的建构。如对农民工的报道中,《馋嘴民工偷葡萄 几口吃掉了40万》《为200多元工钱 讨薪民工锤杀工头家人》《市长敢吃农民饭》等新闻标题到处可见,农民工被贴上“馋嘴”、“小气”、“生活层次低”等标签。^[2]这些语汇对农民工带有明显的身份歧视。随着腐败现象的蔓延和贫富差距的扩大,仇官仇富逐渐成为一种社会心理,新闻宣传中出现的一些语汇不自觉地起到了推波助澜的作用。如2002年7月初俄罗斯52名官员和富人的子女乘一架包机前往黑海度假,结果飞机失事,52名孩子全部遇难。7月3日北京某报以《俄52名权贵子弟丧生空难》为题对此进行了报道。标题中使用的“权贵”一词跟“地主老财”一样带有“阶级”色彩,他们跟“人民群众”不是一个类别,是另一类人。这样的报道有幸灾乐祸之嫌。

三是使用缺失人文精神的语言。如江苏某媒体用《骑车人“中头彩”惨死》为标题报道行人被车撞倒,

又被车从头部扎过,死在血泊中的事件;吉林某报以《昨晚上演高空飞人》为标题报道自杀事件;广西某都市报以《“火烧狗”成“电烤狗” 男子盗电力设施触电身亡》为题报道一位绰号叫“火烧狗”的男青年盗窃电力设施触电身亡的事情。纵观以上新闻标题,无不充斥着对生命的漠视和对苦难的调侃。

四是使用暴力色彩浓重的语言。以暴力语言为主的语言暴力也频现于我们的新闻报道中。比如,体育比赛是通过对抗来展示力量、友谊、公平等竞技精神的活动,但有些媒体偏偏用血拼、痛宰、斩杀、封杀、屠杀、绝杀、血洗、狂砍等血腥暴力的语言来报道体育比赛,把体育比喻成人类社会你死我活的战争、动物世界弱肉强食的捕杀,字里行间充斥着野蛮和残酷。^[2]

五是使用与时代特征不符的语言。由于社会状况发生了变化,或者因为发生了某一重大事件,某些语词的语义和色彩也随之发生变化,或者增添了义项成为多义词,那么,如果使用者还按原来的意思继续使用,在接受者那里就有可能产生歧义,甚至变得有些可笑。比如“武装”、“阵地”、“战线”、“战斗堡垒”、“桥头堡”等军事用语在我们的媒体宣传中比比皆是。这些军事用语火药味十足,与当今我党主张的团结一切可以团结的力量共同建设中国特色社会主义不太协调,不利于营造和谐的社会氛围。

六是使用恩赐民众的语言。人民是国家的主人,领导干部为民服务理所应当,而宣传报道常常要强调这“体现了党和政府对人民的关怀”,甚至附带群众感恩的“行为艺术”。被网友称作“忧民哥”的广东籍全国人大代表贺优琳在2011年两会期间发言时指出,各级政府在涉及民生方面的表述应少用“让”字,比如“让老百姓生活得更好”等,“一个‘让’字,好像是恩赐”。^[3]

七是使用八股式的语言。如今许多宣传报道是领导讲话、政府文件的翻抄,尤其是政治性强的报道常常要大段大段地引用文件,结果语言高度模式化、雷同化,形成了千篇一律、令人生厌的八股文。这种大家听得耳朵都生出茧子的套话没有针对性,既不触及实际问题,也不回答群众关切,如同镜中花水中月,是“正确的废话”,却还被当作“重要指示”要求下面“认真贯彻”。如2010年12月

29日《宁夏日报》刊发了一篇题目为《提高党的建设科学化水平》的文章,文中写道“贯彻自治区党委十届十一次全会所确定的我区‘十二五’必须坚持的科学发展、跨越发展的主题,各级领导班子和领导干部一定要准确认识我区经济社会发展的阶段性特征,深刻把握面临的新课题、新矛盾,增强紧迫感、责任感、使命感。要注重在提高谋划发展、统筹发展、优化发展、推动发展的本领上下工夫,在提高群众工作、公共服务、社会管理、维护稳定和解决民生问题的本领上下工夫。要切实把发展作为最大的政治、最硬的道理、最根本的任务,不断强化政治意识、大局意识和责任意识,聚精会神搞建设,一心一意谋发展。要始终站在科学发展的制高点上,面对我区资源禀赋形成的经济结构,下工夫调整结构,切实转变发展方式,既要注重发展速度、提升总量,也要注重改善结构、提高质量;既要注重能源开发、资源转换,也要注重环境保护、节能减排;既要注重经济发展、物质文明,也要注重改善民生、社会和谐;做到发展为了人民、发展依靠人民、发展成果由人民共享,使以人为本真正落到实处,使人民群众感受到新变化新气象,在科学发展中得到实惠。”只要关心政治的人都可以发现,上面这段文字中的每一句都有“出处”,不是来源于中央领导的讲话,就是来源于中央的文件;而且每一句都是原则性的要求,放在宁夏正确,放在陕西、甘肃也正确,放在党建工作上正确,放在经济工作上也正确,没有任何针对性,是彻头彻尾的大话、空话、套话。遗憾的是这并不是个别现象。社会上流传的一段顺口溜为我国传媒时政报道的语言做过如此概括“会议没有不隆重的,闭幕没有不胜利的,讲话没有不重要的,鼓掌没有不热烈的,决议没有不通过的,领导没有不重视的,决策没有不英明的,路线没有不正确的,形势没有不大好的,信心没有不增强的;领导没有不微笑的,看望没有不亲切的,工作没有不扎实的,问题没有不解决的,进展没有不顺利的,完成没有不圆满的,效益没有不显著的,成就没有不巨大的,群众没有不满意的。”天天重复千篇一律的八股式报道用语,给群众的感觉是不真实、不真诚,似乎一切都是在作秀、走过场。

此外,在涉及领导人讲话、党和政府出台政令时,稿件标题基本上都使用祈使句类。祈使句就是

“要求对方做或不做某件事”的句子,表达的是发言者的命令、禁止、请求、劝阻等主观意图。使用祈使句制作标题,强制色彩过于浓重,不够形象生动、平易近人,传播效果不佳。^[4]

二、我国传媒存在不利于马克思主义大众化传播的语言问题之原因分析

马克思说,语言是思想的直接实现。思想来源于生活也受制于生活,特定的语言反映特定的生活现实。语言的背后是思想观念和思维方式,以及更深层的现实生活。我国传媒所以出现不利于马克思主义大众化传播的语言问题,有其复杂的社会原因。

1. 一些传媒工作者受陈腐思想的左右使马克思主义大众化传播遭遇观念壁垒

中国是一个有2000多年封建传统的国家,封建思想渗透在社会生活的各个层面,如官本位思想、等级观念等,至今残留严重并以有形无形的方式影响着国人。1980年8月18—23日,邓小平在中共中央政治局扩大会议上作《党和国家领导制度的改革》的讲话,指出“现在应该明确提出继续肃清思想政治方面的封建主义残余影响的任务”。此外,随着我国社会主义市场经济体制的建立,一些资产阶级腐朽思想也在侵蚀着部分宣传工作者,致使我们的一些媒体为吸引人们的眼球,将报道娱乐化,在报道中不尊重人性,使用雷人的、暴力血腥的语言,甚至充斥拜金主义、享乐主义等与马克思主义基本精神相违背的思想观念。这些陈腐观念作为一种“集体无意识”在发挥作用,像毒剂一样毒害着人们的心灵,阻碍着马克思主义大众化传播。

2. 媒体的官方代表身份使马克思主义大众化传播遭遇体制缺陷

中国共产党在获得执政地位之前,出于革命的需要,在如何有效宣传马克思主义方面是下了工夫的,毛泽东同志就对这一问题非常重视,亲自撰文和演讲来解决这一问题。中国革命能取得胜利,媒体宣传的配合功不可没。党取得执政地位后,媒体也跟着成了官方代表,媒体工作者便有了某种“官气”,以官场潜规则开展宣传报道:面对领导就用仰视的眼光和崇敬的语气,即使是批评,遇高级干部则语焉不祥、点到为止,而遇基层干部则嬉笑怒骂、

无所顾忌;面对百姓就用俯视的眼光和歧视的语气,即使施以援手也明显透着优越感,在宣传实践中时常采用命令加口号的方式来强行“灌输”,从不问这样的宣传效果如何。

3. 教条化、封闭化的惯性话语使马克思主义大众化传播遭遇语言鸿沟

社会主流意识形态的理论在任何社会中总是属于包括统治集团和精英人士在内的主流社会成员的,它以特定的词汇、表达方式(语句、叙事角度、腔调)等构成一套由主流社会成员使用的习惯性话语体系。当代中国稳定的政治局势促成了稳定的主流话语系统,主流社会成员长期学习和模仿这一话语,就强化了这套话语系统的稳定性,形成封闭的语言系统,即用在哪里都“正确”的套话,认为只要熟练掌握了这些话语,不用劳神费心就可以避免祸从口出、因言获罪的风险。主流社会的成员讲话、行文不会根据具体情况和接受对象去冒险使用系统外的语言材料,而是从套话里选择相应的语言模块加以拼凑、编辑,结果就千篇一律,成了格式化、八股化的文本。有些媒体工作者“惟书”、“惟上”,也照上面的“口径”套,致使媒体宣传八股式语言泛滥。

三、改进我国传媒不利于马克思主义大众化传播的语言问题之基本思路

语言问题不只是语言本身的问题,根子在社会、在人。因此,必须从社会基础和宣传工作者的思想观念入手,解决马克思主义大众化传播中存在的语言问题。

1. 着力提高传媒工作者的马克思主义修养

马克思主义不仅是一种价值观念,还是一种思想方法。传媒工作者担负着向广大人民群众宣传马克思主义的任务,其自身首先要在对马克思主义的认知和信仰两个方面具有较高的修养。如果他们怀有不符合马克思主义基本精神的观念,就难免在宣传报道中使用与马克思主义相悖的话语,对人民群众造成伤害,其结果必然妨碍马克思主义的大众化。

要提高传播者的马克思主义修养,无外乎两条途径:一是潜心学习、研究马克思主义经典著作。二是深入基层、深入群众、深入生活,积极投身社会实践,向群众学习,在实践中学习。只有这样,才能

真正理解和掌握马克思主义的精髓,自觉摒弃官本位思想、等级意识等陈腐观念,把所学的马克思主义理论变成活的有用的知识,融汇在媒体宣传语言中。

2. 加快社会主义民主政治建设,强化媒体的“公器”角色

民主是马克思主义的思想基础和重要组成部分。我们应该通过制度安排使人民群众真正成为社会的主人,建立宣传工作者与人民群众平等交流、交往的平台,改变宣传工作者发号施令、居高临下向人民群众灌输的状况,形成在传、受面前人人平等的局面,通过民主协商、讨论的途径找到认识问题、解决问题的思路和方法。如果仅仅让传媒工作者改变语言风格,作用不会大,只有改变社会治理的方法,传媒工作者才会扭转俯视人民群众的习惯,进而从根本上改变语言方面的问题。

3. 加强对传媒宣传艺术的研究,创新话语方式

老子关于“无为”有很多论述“不言之教,无为之益,天下希及之。”这一观点可以拿来指导我们的传媒宣传工作。“无为”并不是什么都不做,而是做得顺其自然,依其所需,不扰攘、不强加,在潜移默化中对人产生影响。宣传报道要给公众分析、判断的空间,让公众自己通过思考得出结论,而不是简单地让人被动地接受。在提口号、表决心时,应尽量避免使用程度最高级的词汇,避免搞语言秀、口号秀。谦虚谨慎、诚实理性的宣传会赢得公众的好感,新闻语言在本质上应是一种客观性的语言,它的说服力和感染力更多地来自它的客观性。学会用客观的语言说话是新闻记者最重要的本事之一。^[5]新闻语言的客观性的一个重要表现就是描述事实的措辞务必准确,力求精确,不掺杂主观色彩。准确是新闻语言的核心。一是语言力求从实际出发,忌抽象,要具体,多用于概念,少用母概念。如“气温高达38摄氏度”远比“天气很热”确切。二是选词用字要注意词义差别和词语的感情色彩,避免词语误用引起歧义。三是多用动词,少用形容词,使新闻作品中的各种形象“动”起来,给读者如临其境的动态美感。^[6]

斯大林曾经强调“语言创造出来不是为了满足某一个阶级的需要,而是为了满足整个社会的需要,满足社会各阶级的需要。……语言的存在和语

言的创造就是要作为人们交际的工具为整个社会服务,就是要语言成为社会全体成员的共有的东西,成为社会的统一的东西,为社会全体成员服务,不管他们的阶级地位如何。语言一离开这个全民立场,一站到偏爱和支持某一社会集团而损害其他社会集团的立场,它就会丧失自己的本质,就会不再是人们在社会中交际的工具,就会变成某一社会集团的习惯语而退化下去,以致使自己消失。”^[7]传媒工作者要注重对群众语言的吸收、嫁接、提炼、融合,用大众话语生动地阐释那些充满了理论色彩的官方话语和精英话语,使它们为社会公众所乐闻、易懂,使宣传话语纯朴化、民间化。从近年来我们的宣传工作实践看,凡是采取民众口吻、关注民众话题的内容,都取得了成功。例如央视崔永元的《小崔说事》、阿丘的《社会记录》等节目,都用独特的家长里短的亲切方式讲述发生在大众身边的人和事。2009年“两会”期间,《小崔会客》从全国2000多名“拍客”中选取30余部以平民视角拍摄的视频,收到了非常好的效果。^[8]

此外,社会生活在飞速发展,语言尤其是词汇也在迅速变化。任何人都应当跟上时代的步伐,了解语言发生的变化,做到听得懂、学得会、用得好。人民群众在生活中总是不断创造出新的语汇,我们的传媒对于群众新创的比较成熟的、得到广泛认可的语汇应当及时吸纳。当今时代传播领域最大的特点就是互联网的崛起和网络语言的流行。业内人士预测,随着“拒族”、“楼歪歪”、“打酱油”、“躲猫猫”、“囧”、“雷”、“山寨”等锐词的广为流行,这种锐词现象将导出“词阅读”、“词传播”、“词报道”、“词交流”等传播方式。这些网络新词语非常敏锐地反映了社会上出现的新事物、新现象、新观念,透过这些词语能够了解社会的发展动态,把握社会前进的方向。^[9]网络词汇虽与现实生活中使用的词汇有一定的差异,但正在快速、全面地向生活语言渗透。在这样一个网络风行的时代背景下,传媒工作者要想真正地消解与青年的沟通障碍,仅有马克思主义观念是不够的,还必须熟练掌握网络语言,有选择地吸收网络语言,决不能固步自封,无视网络语言的流行和普及。如“给力”一词是标准的网络草根流行语,但2010年11月10日作为中国第一大报和中央机关报的《人民日报》在头版头条

的标题《江苏给力“文化强省”》中大尺度地使用该词,使一贯的正色露出了随和,获得了民众的几多亲近,并以《人民日报》的地位“给力”地推动了该词在全社会上的热度,成了人们在正式场合与非正式场合的口头禅。

总之,媒体宣传工作者不仅要在语言表达上跟上时代的步伐,学习群众创新的语言,而且要能够把握时代的脉搏,根据时代的特点创造新语汇,引领时代的潮流。

四、结语

语言是人际交流的信息符号,任何华丽的言辞最终都必须由实践来检验优劣真伪。按照党的十七大的要求,加快推进当代中国马克思主义大众化,就必须认真反思我们的传播语言,总结经验教训,发扬优秀传统,改进语言短板。我们的马克思主义大众化传播中存在的语言问题是多方面的,其背后的原因也是复杂多样的,有的“问题”与“原因”是一因多果的关系,有的则是一果多因的关系。正是由于这种复杂性,改进马克思主义大众化传播的语言问题就成为十分困难的事情。这需要我们的媒体工作者不断总结与反思,探索出更为有效的改进办法。

[参 考 文 献]

- [1] 崔应贤,常月华.论毛泽东的语言观[J].郑州大学学报:哲学社会科学版,1998(3):44.
- [2] 陈晓.浅析新闻语言的弊病及其原因[J].萍乡高等专科学校学报,2010(2):74.
- [3] 贺优琳.代表发言时数度哽咽 网友给其取名忧民哥[N].京华时报,2011-03-10(13).
- [4] 曹静.从祈使句标题看30年来党报舆论引导的变化——以《解放日报》头版为例[J].新闻记者,2010(9):23.
- [5] 艾丰.新闻语言是一种独立的语言[J].新闻与写作,2010(11):66.
- [6] 何先忠,余炳毛.浅谈军事新闻语言的现状及对策[J].新闻知识,2010(8):88.
- [7] 斯大林.斯大林选集[C].北京:人民出版社,1979:503.
- [8] 叶皓.从宣传到传播:新时期宣传工作创新趋势[J].现代传播,2009(4):1.
- [9] 王承业,余炳毛.正确看待军事新闻中的新词语[J].新闻知识,2010(8):96.