

《文化传播干部专业理论知识继续教育读本》丛书

文化传播人员 职业素养

主 编 刘振华 梁 瑜

山西出版集团
山西经济出版社

刘振华 1930年出生，

山西省吕梁市离石区人。1946年1月参加工作，1948年4月加入中国共产党。历任中共离石县委副书记、县长，交口县委常委、副书记、书记，吕梁行署党组成员、秘书长，科委主任，中共吕梁地委委员、秘书长，地区人大工委党组成员、副主任。现任吕梁市老年大学协会会长、老年大学校长等职。

梁瑜 1976年出生，

山西省柳林县人。中国共产党党员，中国民主促进会会员，吕梁市第一届政协委员。文学学士、新闻学硕士、中级职称。1997年毕业于山西大学中文系，分配至吕梁日报社工作，2005年考入山西大学新闻传播系攻读硕士研究生，2008年毕业。现主要从事文化传播和区域发展方向的研究。

《文化传播干部专业理论知识继续教育读本》丛书

文化传播人员 职业素养

主编 刘振华 梁瑜

总策划 朱锦平

编委主任 吕改莲 刘振华

编委副主任 靳佩荣 杜旭华

刘向东 郭晓频

山西出版集团
山西经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化传播人员职业素养 / 刘振华, 梁渝主编. —太原: 山西经济出版社, 2010.1

(文化传播干部专业理论知识继续教育读本)

ISBN 978-7-80767-264-7

I. 文… II. ①刘…②梁… III. 文化—传播—文化工作者—职业道德—中国—干部教育—学习参考资料 IV. G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第235878号

文化传播人员职业素养

主 编: 刘振华 梁 渝

责任编辑: 李慧平

出 版 者: 山西出版集团·山西经济出版社

地 址: 太原市建设南路21号

邮 编: 030012

电 话: 0351-4922133 (发行中心)

0351-4922085 (综合办)

E-mail: sxjfx@163.com

jingjshb@sxskecb.com

网 址: www.sxjcb.com

经 销 者: 山西新华书店集团有限公司

承 印 者: 太原市金容印业有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印 张: 14.125

字 数: 347千字

印 数: 1-2000册

版 次: 2010年1月 第1版

印 次: 2010年1月 第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-80767-264-7

定 价: 42.00元(全三册)

目 录

CONTENT

绪 论 / 001

理 论 篇

文化传播效果的决定因素——文化传播者职业素养 / 009

第一章 文化传播效果 / 009

第一节 文化传播效果的构成和类型 / 009

第二节 传播者对传播致效的作用 / 014

第三节 作品制作与文化传播效果 / 018

第四节 传播环境与文化传播效果 / 023

第二章 文化传播者一般要求 / 026

第一节 文化传播者的角色定位 / 026

第二节 文化传播者的角色规定 / 034

第三节 文化传播者的责任 / 040

第四节 文化传播者的权利 / 043

第三章 文化艺术传播者职业修养 / 047

第一节 现当代文化艺术发展的分期 / 047

第二节 现代文化艺术传播者的职业修养 / 053

第三节 新中国成立后 17 年文化艺术传播工作者职业修养 / 056

第四节 新时期文化艺术传播者职业修养 / 060

第五节 21 世纪文化艺术传播者职业修养 / 066

第四章 新闻传播工作者职业修养 / 070

第一节 新闻传播工作者的社会责任 / 070

第二节 新闻传播工作者的职业素质修养 / 075

第三节 新闻传播工作者的职业道德 / 079

第四节 新闻传播工作者的法律规范 / 082

实践篇

文化传播工作者的典范——范长江 / 087

引言 / 087

第一章 新闻才华初露锋芒 / 089

第二章 矗立在新闻史上的不朽丰碑 / 092

第一节 西北采访震古烁今 / 092

第二节 创世之作《中国的西北角》 / 093

第三节 为理想而战的记者素质 / 097

第三章 记者首先是共产主义战士 / 104

第一节 共产主义思想启蒙 / 104

第二节 灵魂深处爆发革命 / 107

第四章 战火中淬炼出的文字刀剑 / 110

第一节 新闻报道是战斗的武器 / 110

第二节 新闻报道是社会的预警 / 111

第五章 无私无畏的领袖风范 / 114

第一节 与大公报分道扬镳 / 114

第二节 记者学会就是记者的摇篮 / 115

第三节 革命新闻组织的杰出领袖 / 117

结 论 / 122

参考文献 / 126

绪 论

文化传播产业是我国文化产业的重要组成部分,是具有辉煌前景的朝阳产业。近年来我国、我省的文化传播产业按照繁荣社会主义文化的要求,坚持自力更生、自主创新,大力推动文化传播阵地建设,文化传播良性发展能力得到了显著提高,文化传播产品日益丰富,深受广大人民群众欢迎和喜爱。胡锦涛总书记在党的十七大报告中突出强调了加强文化建设、提高国家文化软实力的极端重要性,对兴起社会主义文化建设新高潮、推动社会主义文化大发展大繁荣作出了全面部署。这充分反映了我们党对当今时代发展趋势和我国文化发展方位的科学把握,体现了我们党在新的历史条件下的高度文化自觉,为促进文化传播产业发展提供了前所未有的机遇。站在时代的最高点,我们要以国际化的眼光和视野,培育文化产业新的经济增长点,推动文化传播产业发展,促进社会主义文化和思想道德建设,满足人民群众日益增长的精神文化需求。

1. 要形成具有民族特色、时代特色的文化传播发展观念

文化传播产品是传承中华优秀传统文化、传统美德,引导广大群众形成正确人生观、价值观的重要载体。新中国成立以后,我国我省的文化传播事业取得了辉煌的成绩,一批在内容和形式上具有民族风格、民族精华,体现中国文化传播发展水平的产品,引起了世界的

广泛关注和认同。“十五”和“十一五”时期,全国全省文化传播事业快速发展,特别是文化传播产业发展势头良好,中华文化正在迅速走向世界,山西省也在向文化大省的地位阔步迈进,全国全省文化传播国际竞争力迅猛提高,具有中华民族元素,体现民族特色、民族传统的文化传播产品,已经成为我国我省文化传播业发展的主流,具有世界性竞争力的文化传播产业骨干力量已在形成,一大批寓教于乐、弘扬真善美的文化传播产品,在引导广大人民群众形成正确人生观、价值观方面发挥了重要作用。

文化传播产业既蕴含着巨大的经济效益,也产生着深刻的文化影响和感召力,具有广泛的、综合的社会效益。必须清醒地看到,尽管我们已经取得了不小的成绩,但距离人民群众不断增长的精神文化需求与不断发展的市场需求,仍有较大差距,一些不利因素仍感染制约着全国全省文化传播产业的健康快速发展。一方面,文化传播产业链条尚未形成,文化传播衍生产品严重滞后,发展资金缺乏,扶持文化传播事业的优惠政策还不到位,合理的利益回报和运行模式亟待建立,培养文化传播产业领军人物和创新人才的任务十分艰巨。另一方面,在民族文化传播产业日益发展的同时,欧美各发达国家的文化传播产品也在不断涌进我国文化市场,在广大群众文化娱乐生活中占据了较大比重。少数国产文化传播产品还存在观念陈旧、制作粗糙、手法单一、幼稚说教,甚至内容不健康等问题。这些文化传播产品对广大受众所造成的影响,既有题材内容、艺术形式层面的,也有价值观念、文化内涵和意识形态层面的,对广大受众审美观念和人生价值观形成所产生的负面影响不可小视。

应当看到,国家扶持文化传播产业,使其高效率发展,是实现民族文化传播产品立足和占领国内市场,逐步形成良性循环的一种手段,根本目的是为了通过发展传播业,努力形成具有民族特色、民族传统的文化传播环境,构建国家文化安全体系,承担起引导人民群众

形成核心价值观和高尚道德情操的社会责任。我们必须坚持社会主义先进文化的前进方向,激发文化传播产业的创造活力,提高文化传播产品质量,满足人民群众日益增长的精神文化需求;必须促进弘扬中华民族优秀文化、内容积极健康、贴近实际、贴近生活、贴近群众的文化传播产品的创作,使文化传播产品更加丰富多彩,为受众营造更加良好的文化环境;必须按照发展社会主义市场经济的要求,逐步形成产业体系相对完整、结构布局日趋合理、整体技术水平先进、市场竞争有序、经济效益显著的文化传播产业发展格局。

2. 要大力营造积极健康的文化传播业发展氛围

文化是民族凝聚力和创造力的重要源泉,是综合国力的重要因素。从这个意义上来说,文化传播业水平提升的定位应高于文化传播市场具体运营的层面,要在文化传播产业的文化资源开发和内容创意环节上,牢牢把握主动权,引导文化传播产业所形成的文化传播现象,宏观把握文化传播产业所形成的文化影响力,在焕发民族精神、凝聚时代力量上发挥积极作用,广泛深刻地向世界展示中国文化的价值理念。

(1)推动文化传播内容与形式的创新。推动文化传播内容与形式、传播手段创新,是繁荣发展文化传播的必由之路。不具有原创精神和创新风格的文化传播内容,即使具有领先的传播技术和有效的市场制作,其产品也不具有生命力。中华民族丰富的文化资源,为文化传播业提供了广阔的继承和发展空间,文化典籍、民间故事、风土人情,是世界各国各民族认同的文化主题,是民族文化传播业应立足和深入挖掘的宝藏。要选择真正适应市场需求的文化资源并合理利用,取其精华,去其糟粕,使之与人民群众的文化需求相适应。要培育新的文化传播业态,吸取国外先进的文化传播理论,尊重不同文化传播形态的差异,借鉴和应用先进的文化传播运作手法,促进具有传统文化题材的文传产品推陈出新。要承担起弘扬中华文化的重任,创作一批

具有历史文化内涵、体现民族传统、凝聚时代精神的文化传播精品。

(2)促进文化传播题材多样化。文化传播产品在题材、体裁、风格、形式等各个方面都应该是丰富多彩、形式多样的,积极健康的文化传播产品不仅要在思想性和内涵上下工夫,而且也要在艺术性、表现形式和风格上下工夫,真正做到不仅思想内容健康向上,艺术表现也多种多样、生动活泼、精益求精,具有强烈的吸引力和感染力,在文化传播的竞争中赢得优势。要开阔创作者、传播者的视野和思路,激发创作灵感,突破文化传播内容选材注重说教、表现手法单调的局面。要还原文化传播的多样性和趣味性,真正使中华民族优秀传统文化、传统道德及正确的价值观念潜移默化地渗透到我们民族未来一代的心灵中去。

(3)打造区域文化传播品牌。文化传播产品的核心竞争力来自文化品牌。具有中国特色的文化传播品牌,一定是具有丰厚中国文化底蕴、准确表达中国文化精神、充分占有中国文化资源的思想性、艺术性和观赏性相统一的优秀作品。提升文化传播的影响力,要在传统传播内容上吸收当代的文化内容和科学精神,增加现代文化元素,丰富发展传统文化传播题材,通过先进的传播手段使传统文化升华为现代文化。要支持和鼓励优秀文化传播产品的出版、表演、制作、编创,通过举办各种文化传播作品展览和比赛等活动,促进文化传播精品不断涌现。要重视文化传播学术研究,构建文化理论体系,使其成为独立的学术研究领域,为文化传播发展提供坚实的理论支撑。要实施文化传播精品战略和走出去战略,积极在海外推广民族文化传播品牌,增强我国我省文化传播国际影响力,展示中华民族文化及三晋文化的博大、自信和风采。

(4)培养和造就千千万万合格的文化传播工作者。按照市场需求和文化传播产业发展趋势,完善文化传播人才培养机制,扩大人才培养规模,改革人才培养模式。要充分发挥文化传播机构、科研院所、大

专院校、行业协会、职业教育机构等单位的积极性,开展文化传播技术与人才培养。支持高等院校、职业院校与文化传播企业共同建设文化传播人才培养基地和实践基地,做到产学研相结合,培养千千万万面向一线的多层次、实用性、复合交叉性的创新型人才。要提高文化传播制作水准,适时组织专业竞赛,引导有志者专门从事文化传播业的开发与经营,逐渐形成一支创业性强、精通业务的浩浩荡荡的文化传播建设大军。

3. 要增强我国我省文化传播产业的自主良性发展能力

从全球范围看,文化传播业在经济社会中的地位正在日益提高,尤其在欧美、日本等先进发达国家,文化传播产业已经成为重要的支柱产业。2006年,全球文化传播产业的总产值已经达到3万多亿美元的天文数字,与文化传播相关的衍生产业总产值已达到5万亿美元以上。面对全球文化传播产业发展新趋势,我们要大力发展民族文化传播业,逐步形成原版创作、产品生产与供应销售环环相扣的成熟文化传播产业链,打造具有国际竞争力的大型文化传播企业,提高民族文化传播产业创作开发和生产能力,推动我国我省文传产业跻身世界文化市场,参与国际化竞争。

(1)积极培育文化传播营销市场。积极整合文化传播资源,充分发挥文化艺术、新闻传播、生活服务、文化娱乐等不同文化传播介质的业态优势,以特色内容为龙头,以手法创新为品牌,通过培育一批有较强竞争力的文化传播企业获得更大市场空间。大力推进文化传播产品建设工程,建立文化传播主要基地,引导文化传播产业健康发展。加快文化传播体制改革,解放和发展文化生产力,引导和扶持文化传播产业逐步实现规模化、集群化,依托中心城市和周边城市群,增强市场竞争力。

(2)营造良好的产业发展环境。继续发挥政府的推动作用,在文化传播产品的创意、研发、加工、交易、传播等各个环节,建立有利于

编创和研发的公平交易机制,积极制定相应的政策法规,约束文化传播市场垄断行为。设立发展基金,资助文化传播理论研究和个人创作,通过投入一定资金,引导文化机构与独立作家、艺术家联姻,解决文化传播机构创意不足的问题。广泛吸收企业界人士加入文化传播行业,吸纳和引导更多的民间资本,开拓文化传播产业的多种资金来源渠道。

(3)进一步加强文化传播基地建设。积极支持各地建设集人才教育与培训、技术研发与服务、龙头企业集约发展、中小型企业孵化以及国际经济技术合作等多功能于一体的文化传播产业基地,构建文化传播专业化城市,形成良性运转的产业链条。要正确处理基地内文化传播机构与基地外文化传播机构的关系,调动各方面的积极性,推动文化传播产业健康快速发展。

(4)加大知识产权保护力度。知识产权保护是文化传播产业发展的基础和保障,是文化传播产业市场能够建立起合理利益回报和周转机制的前提条件。要形成完善的文化传播产业版权保护意识,进一步强化版权执法,依法严厉打击各种盗版侵权行为,有力保护文化传播创新成果。深入开展打击各类侵权盗版活动,大力规范文化传播市场秩序,为产业的健康发展营造良好环境。推动文化传播机构参与国内外作品展示展销活动,积极开展版权贸易,共同致力于维护知识产权,推动文化传播界创造更多的文明成果。

为实现上述四大类措施,文化传播工作者的培养最为关键,文化传播工作者是文化传播运作过程中最活跃的因素,始终是实现既定目标的最重要力量。要完成党的十七大报告中提出的文化建设目标,开创文化传播工作新局面这一重任,吕梁文化传播工作者必须加强自身建设,坚持学习,更新知识,全面提高自己的专业理论和业务技术素质。加强吕梁文化传播干部职业修养刻不容缓。

一是发掘吕梁文化传播实践特色,整合文化传播工作规律的需

要。作为一项特殊的职业,文化传播工作具有自身特有的规律。马克思说过:“报纸及报纸工作具有内在规律,任何外力、任何暴戾,都无法摆脱或改变这种规律对报业活动的支配和制约。”报纸如此,其他文化传播行业也是如此。全新的历史时期,文化传播事业从微观到宏观,从结构到功能,从制作到受众,从实际运作到政策调控,都在发生深刻的变化,要求我们解放思想,立足改革,求得对这一事业发展规律的高度探索和正确把握。而培养适应时代要求的、合格的、成熟的吕梁文化传播专业工作者,则是进行这种创新与整合的基础,是我们事业成功最可靠的保证。

二是强化现代文化传播实践理念,提升文化工作运行水准的需要。当代世界以网络传播的发展和多媒体的普及为特征的现代信息技术革命,使得文化传播在时间上和空间上、内容上和形式上,都以前所未有的速度、广度和深度展开。面对百舸争流的大好局面,迫切要求对吕梁文化传播工作理念做出高度提炼,教育和培养一支掌握先进文化传播理论和专业技术的生力军,进而提升全市文化传播工作运行水平。

三是对全市文化传播从业人员进行强化教育提高,加强基层队伍素质建设的需要。新时期以来,我市报纸、广播、电视、网络媒体建设如雨后春笋般拔地而起,但作为基础支撑的文化传播学研究却近乎一张白纸。许多文化传播管理干部和传播一线技术人员,在飞速发展的时代面前,知识技能都已明显陈旧落后。文化工作者决不是单纯的文字匠,文化宣传职业的特性,要求文化传播工作者必须具备一双观察社会、观察现实、观察历史的慧眼。提供完备、充分的理论指导,不断更新知识,对于全市广大文化传播工作者更加积极有效地投身到吕梁文化工作的实践中去,其意义举足轻重。

当前全国上下文化建设改革与创新的热浪,类似于20世纪80年代初期改革开放国策初定时的情景,我们必须因势利导,效仿当时



中央和重点地区的模范做法,抓宣传鼓动,抓典型引路,广开言路、广纳良言,鼓励和号召各级机关干部、一线技术人员、普通人民群众,都参与到文化建设的时代大潮中来,形成改革创新的大讨论、大争鸣,创造百家争鸣、百花齐放的生动局面。可以利用的办法有:组织全市性的理论座谈会、学术报告会、理论讲座;组织各级机关内部的读书会、演讲会、座谈会、讨论会;发动各机关、单位、社团的墙报、壁报、内部期刊、网络电视,发动全市各级宣传舆论机构和学术研究团体,对我市文化传播工作出谋献计,群策群力,各显神通。形成新形势下文化传播工作中的思想大启蒙和思路大解放。

传承民族文化,传播科学知识,建设先进文化,为广大人民群众源源不断地提供文化精品和精神食粮,是文化传播工作者崇高的历史使命。我们要认真学习贯彻落实党的十七大精神,深刻领会党中央关于推动文化产业繁荣发展的一系列战略思想,增强文化传承与创新的自觉性与坚定性,促进文化传播焕发出新的生机,为推动社会主义文化大发展、大繁荣,构建社会主义和谐社会贡献力量。

理论篇

文化传播效果的决定因素

——文化传播者职业素养

第一章 文化传播效果

文化传播效果是文化传播活动的出发点和归宿。效果问题是整个文化传播活动的中心,这个问题贯穿于传播活动的全过程。既定效果的实现,需要传播者与受众的良性互动,需要相当质量的文化信号和内容,需要畅通无阻的传播渠道。而其中最重要的,则在于必须有优秀的高素质文化传播者提供出高质量、高品位的文化内容精品。

第一节 文化传播效果的构成和类型

1.1.1 文化传播效果的意义

文化传播是人类的一种有明确目的的社会活动。文化传播的价值,在于通过传播者与受传者的传播交往达到宣传教化、艺术审美、休闲娱乐、观摩学习、信息传递、经验交流等目的。因此,文化传播活动从一开始就包含着传授双方对效果的设定。

文化传播的效果问题,贯穿于文化传播活动的全过程。它始于传播之前,显现于传播之后,因此传播效果总是由传播收受者收受文化信号后表现出来的。我们可以得出的结论是:所谓文化传播效果,是指文化传播受众接收信号之后,在感情、思想、态度和行为等方面所发生的变化。

文化传播效果的意义首先在于,它是整个文化传播活动的中心。传播者和受传者那样努力地投入,对文化信号的选择千方百计,不遗余力,不惜花费许多人力物力财力,甚至流血牺牲来争取言论、出版、著作、表演、传播的自由,无非是欲使传播和接收获得良好的结果,取得实际的意义。传播效果是文化传播的原动力,是文化传播活动的最终目的和终极归宿。

文化传播效果的意义其次在于,为了传播致效,对文化传播流程的各个环节都设定了具体的、必要的要求。比如文化传播者表现、传递的文化艺术信息,必须优美、生动、流畅、自如,新闻信息必须真实、全面、客观;传播通道必须畅通无阻,不具有干扰;文化意识传播者,必须品德高尚、技艺超群、工作投入,新闻传播者必须立场公正、态度认真。一切围绕效果,确保传播达到既定效果,是文化传播活动的根本目的。

1.1.2 文化传播效果的构成

人们对文化传播效果的价值评价体系主要是看文化传播之后所产生的直接效果。从宏观上考察文化传播效果,可以发现文化传播效果由下列 8 个方面构成:

(1)信息分享。文化传播传递的文化信号中,很大一部分是传递和分享信息用的。文化艺术传播旨在劝服受众,使受众得到某种宣传教化,实质是在灌输信息。为使受众能更愿意、更自觉地接收信息传导,文化艺术传播者必须具有很强的创作传播技能,其产品应具有较高的审美性和艺术性,以达到寓教于乐、雅俗共赏的目的。而新闻传