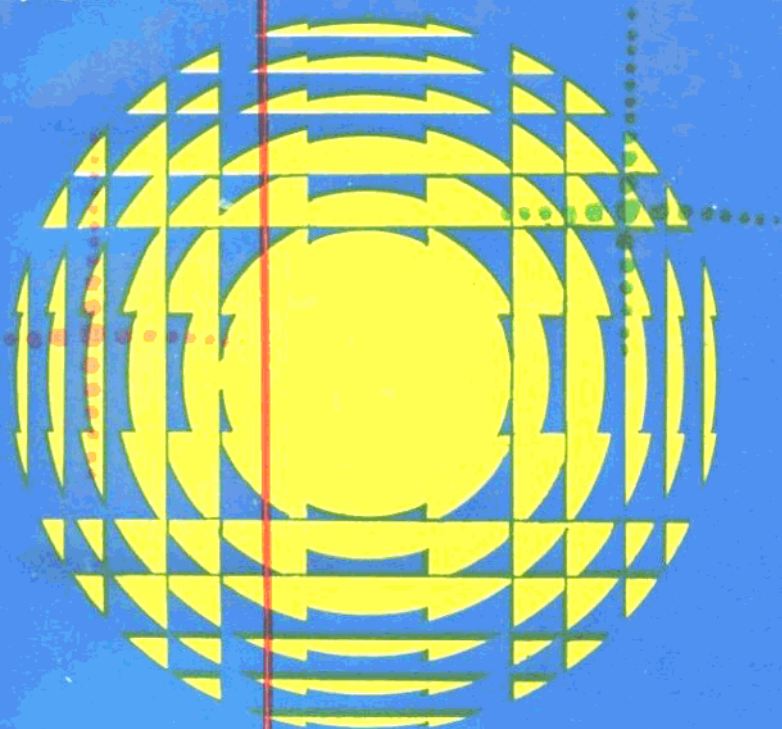


李志石 主编



广播记者论集

中国广播电视出版社

新的动向，新的启示

《广播记者论集》序言

阮观荣

县级广播电台（站）的记者出了一本论集，在我国不是仅有的，也是少见的。难怪日本广播界的专家称赞说，这是中国“广播电视事业发展的一个新动向。”新的动向，给我们新的启示。

实践呼唤理论，实践产生理论。在改革开放的大潮中，对改革的宣传报道以及宣传报道自身改革的这种互动作用，推动我国的新闻事业以前所未有的速度向前发展。新闻工作者在实践，在思索，在探寻，在前进。反映这种实践与探索的新闻理论研究，不仅在省以上新闻单位形成热潮，而且在“四级办广播”的最基层——县级台（站）也泛起了春汛。《广播记者论集》的出版，反映出我国新闻理论研究向深度和广度发展的一个新的侧面，一个新的动向。这种势头，并没有因为 1989 年的政治风波而停息，而是在更健康，更深入的发展。

新闻界的“小弟弟”提笔写论文，写业务研讨文章，并且出了集子；处于第一线的编辑、记者、播音员步入新闻理论研究园地，并且出了成果。这对那种小看“小弟弟”的思想，对“条件差”、“水平低”的自卑心理，都是一个冲击。忙于第

一线采、编、播的同志写理论文章，确实有时间紧、资料少、条件差等许多困难，但也有贴近生活实际、工作经验丰富、体会感受深切等优势。只要肯读书、善思索，勤动笔，就可以写出理论与实践相结合的文章来。这种散发着乡土气息的论文和业务研讨文章，在一定范围内可能更顶用，更有指导意义，就像当年“山沟的马列主义”能打胜仗一样。

67 篇论文，给我的印象是内容丰富、特色突出，并且涉及到当前新闻理论研究的一些难、新课题。所谓内容丰富，是文章涉及到新闻舆论导向，采访、编辑、播音业务和农村听众心理的研究，涉及对新闻、经济、科技、理论、文艺等节目的探讨，还涉及到农村广播事业的发展和新闻队伍建设等诸多内容。所谓特色突出，是对农村节目、农村题材、农村有线广播的研究文章有较多的篇目，对县级广播台（站）的播音规律的探讨也有较大比重，这个集子突出了农村广播的乡土特色。还有一些文章对板块节目、节目主持人、谈话广播、会议新闻、新闻性节目的理论色彩、正面宣传的艺术等当前新闻界碰到的一些新问题或难解决的问题，进行了着重的探讨。这本内容丰富、特色突出的“论集”的倡导、产生、选编、出版，应该归功于长江三角洲广播新闻协作会的高层次的服务。这个包括二十个县级广播台（站）的协作会不光交流工作经验、组织易地采访、相互交换稿件和节目、开展节目评优，而且进行广播新闻的理论研究与探讨，并把研究成果选编出版，在更大的范围内传播，这对新闻协作会的工作也会起到良好的导向作用。

一九九〇年十一月十二日晚于北京

目 录

谈谈广播电视舆论导向问题	李志石(1)
浅谈正面宣传中分寸感的把握 ... 刘长虹	孟云波(6)
正面宣传与节目可听性	钱 明(12)
多注意宣传普通劳动者	李 富(16)
试谈先进人物宣传的效应意识	施心超(21)
改革, 呼唤着农村经济报道向深层开拓 ... 刘长虹	(32)
也谈经济新闻的指导性问题	冯万富(39)
科技兴农宣传初探	谢皆喜 程福淮(52)
关于粮食报道的思索	蒋金法(58)
敢于监督 善于监督	吴 康(62)
谈谈会议新闻的宏观控制	李志石(65)
新闻性专题节目也应有一定的理论色彩 ... 张礼怀	(71)
浅谈理论节目中的事实选择	陈乃贵(74)
在新闻性对农节目中说理的一点探索	陈 石(80)
加强言论工作的一种形式	俞之麟(89)
为农民而写的“大家谈”	吴 康(92)
把握时机 引导舆论	李 冯(96)
农村节目的选题及表现手法	王剑锋(100)
浅谈修辞方式在广播语言中的运用	姚 瑛(105)
收听心理与广播新闻导语的表达艺术	陈家骅(109)

浅谈广播新闻提要详略与听众需要	顾光燧(120)
广播稿件标题修辞手法初探	蔡守苏(125)
谈话广播初探	施心超(131)
谈编辑的创作意识	聂世平(148)
上天观井——试探扩大信息量	高克严(151)
争取听众参与 办好办活节目	钱 奚(157)
“编辑型”节目主持人优势谈	江成军(163)
我看我们的板块节目	曹刚强(170)
谈谈采录艺术的提高	朱润滋(174)
现场音响的魅力	丰 民(177)
也谈录音报道	黄尽能(182)
广播征文管见	于 波(186)
争取青少年听众的有益尝试	钱 明(191)

采写《凤阳农民的喜与忧》的前前后后 ...	程福淮(195)
“铁肩担道义 妙手著文章”	赵颂平(198)
蚕茧报道引起的争论	景张明(202)
点化“今天”的“新闻由头”	石月平(204)
别给新闻人物添乱	高克严(206)
永葆你的激情	吴耀中(208)
从“没有想到”所想到的	聂世平(210)
“巧打扮”不得	蔡守苏(213)
“文责自负”别议	缪润生(216)
新闻中的常识性错误探微	顾光燧(218)

浅析农村文艺广播的导向作用	薄连城(221)
谈谈综合文艺节目串连词的编写	邓晓明(229)

文艺联播是搞活农村

文艺广播的有益尝试	土 成(235)
“卡拉·OK”与县级文艺广播	薄连城(239)
播音与读书	沈秀珍(244)
浅谈播音员的自我意识	李 珉(250)
试谈现场报道中的播讲	王沙丽(254)
普通话播音中逻辑节奏的魅力	李茂春(258)
学会“说”稿子	王沙丽(265)
谈谈沪语播音	张毛弟(269)
播音员要养成说普通话的习惯	朱剑玲(274)
新闻播音一得	王国忠(276)

有线广播的地位、问题和对策	景张明(279)
农村思想政治工作的“调节剂”	冯 石(282)
广播宣传的整体效益	陶志宏(288)
农村有线广播节目刍议	奚志良(291)
试谈对农村广播的接近性	奚志良(296)
把握有线广播宣传的竞争优势	吴耀中(301)
提高新闻节目质量的有效途径	吴 康(306)
建立新闻舆论分析会的尝试	马新正 陈学忠(312)
浅谈记者观察力的培养	许 昕(315)
新闻工作者哲学素养散论	李志石(322)
记者社会形象写照	缪润生 周惠才(328)
新闻记者应有强烈的责任感	范剑勇(332)

后记	编 者(335)
----------	----------

谈谈广播电视舆论导向问题

李志石

广播电视的导向功能，集中渗透在所办的各种节目中。不但政策性强的新闻节目、评论节目和新闻性专题中有明显的导向作用，文艺性节目、服务性节目、广告节目等，也都不例外，不仅各类节目的内容有导向作用，广播电视的采访摄录、编辑、播音员的神态、语言、声调，电视播音员的形态、动作、服装，也同样体现着一定的思想和观点，表现一定的倾向性。都在向受众展示自己的态度，发挥导向作用。这种导向作用是其它手段无法代替的。

当然，广播电视的导向作用，也有着多与少，明显与不明显，直接与间接的区别。从大的方面分，可以分为显性导向作用和隐性导向作用。党和政府的重大决策，党和政府在不同历史时期的方针、政策的有关报道和评论，记者对各种社会热点、敏感性问题的报道和述评，表扬和揭露性报道，听众观众的意见、呼声等节目和稿件，都有显性导向作用。就连那些直接指挥抗灾救灾、政策性释疑以及功利目的明显的广告节目等也都有显性导向作用。这里所要指出的是，在广播电视播出的全部节目中，具有显性导向作用的稿件和节目，所占的份量并不是很多的，我们不能凭自己的主观愿望硬性要求各类节目都有狭义的显性导向作用，这是不可能的。也是不必要的。我们不能回到新闻改革前曾经走过的狭

胡同里去。但是，我们要理直气壮地承认广播电视的指导性，承认许多重要稿件的显性导向作用，否则就会犯错误。所谓隐性导向作用，是指那些日常播出的大量的广播电视节目，从直接效果上看并不存在着指导作用，它是通过细水长流，日积月累的熏陶、感染，对人们的精神世界起潜移默化的作用。差不多占整个播音时间一半左右的文艺节目，是有它的娱乐性和消遣性，但它却有一个给人以什么样的情趣的问题，何况我们社会主义的广播电视事业是国家花钱办的。我们不能用国家的力量来推行那些无益甚至有害的东西。

在1989年北京学潮发展为动乱到暴乱的急剧变化过程中，我们清楚地看到了新闻舆论导向的重要性，它提醒我们，要正确发挥舆论导向作用，我们的党性原则不容改变。

我国的广播电视是党和人民的喉舌，为了完成党和人民赋予广播电视重大如此的使命，保证我国广播电视社会主义性质和正确的方向，那就必须用党性原则来约束广播电视工作，用党性原则要求每一个广播电视工作者，否则，就必然使我国的广播电视走偏方向，甚至犯舆论导向的错误。

一段时期以来，随着资产阶级自由化思潮日渐泛滥，党和人民性的争论在新闻界搞得沸沸扬扬。现在问题清楚了，问题并不在于新闻要不要人民性，问题在于一些别有用心的人将人民性作为党性的对立面提出，其实质就是要从根本上否定新闻工作的党性原则。不幸的是，这种思潮在新闻界一度占了上风，从而成为这次错误的舆论导向的理论根据和思想根源。

以人民性代表党性，用中性的“媒介说”、“传播学”代替党和政府的喉舌作用，一段时期内很有市场。我们说，新闻媒介具有媒介的功能，传播信息的功能。这是它的一般属

性，谁拥有它，使用它，它就为那个阶级、那个社会、那种主张服务，这是它的政治属性。“美国之音”就是为美国的资本主义制度服务的。社会主义的广播电视新闻工作，是为社会主义服务的，是为人民服务的，是宣传反映党的路线方针政策的，是党说话的喉舌，所以具有党性。这是个根本原则。共产党是从根本上代表人民利益的，所以党的喉舌也是人民的喉舌。因此，社会主义的广播电视新闻工作的党性和人民性的关系，是辩证统一的关系。我们说，党的喉舌并不只是宣传党的方针政策，党也需要向人民群众传播经济文化科技等信息。传播这些信息，也是作为传播媒介或新闻媒介的重要功能，因此，喉舌的功能是广播电视的第一位的功能，这个关系不能颠倒。

总结舆论导向在这场政治斗争中的经验教训，我们还需要用马克思主义的立场、观点和方法对新闻自由进行分析，进一步认识资产阶级新闻自由的虚伪性，进一步明确什么是社会主义新闻自由，树立马克思主义的新闻观，坚决反对资产阶级自由化和无政府主义。

几年来，在一阵阵“新闻自由”的呐喊中，一直弥漫着一股否定一切的民族虚无主义的情绪，有的人对我国的新闻工作总是横挑鼻竖挑眼，对西方的则正看反看都舒心，其实这些人不了解西方所谓新闻自由的实质，也混淆了两种不同的社会制度、文化背景的质的区别。

新闻自由在西方被解释为不受政府检查或其他威胁而自由出版报刊的权利，其实在世界上没有不受任何限制，可以任意采访，任意公开发布新闻、言论的绝对自由。资产阶级也明确提出了新闻自由要对社会负责。许多资本主义国家制定了管束新闻出版的法律条文，特别是不允许新闻自由对资

产阶级统治构成所谓“现实和明显的危险”。在美国，“新闻自由流动”成了外交政策的重要组成部分，在“新闻自由流动”这一理论的掩盖下，西方国家可以比较自由地向国外宣传自己的意识形态，价值观念和生活方式。现在一些发展中国家看清了“新闻自由流动”的实质，针锋相对地提出了一个响亮的口号“建立世界新闻新秩序”，并且在联合国教科文组织内进行了反对文化渗透的斗争。而我们国内一些长期鼓吹资产阶级自由化的人，在这一次动乱中打出的一个重要旗号就是“争取和捍卫新闻自由”，其实质是否定党对新闻工作的领导，他们所提倡的新闻自由，就是有反对中央重大决策的自由，有对中央已经作出的正确结论任意翻案的自由，有传播谣言的自由，有肆意辱骂党和国家领导人、煽动推翻合法政府的自由。如果听任这种新闻自由发展，我们将党无宁日、国无宁日。

作为社会主义的广播电视新闻工作者，必须从理论与实践的结合上弄清资本主义新闻自由同社会主义新闻自由的界限，妥善处理新闻自由与舆论导向的关系。所谓新闻自由决不是想报道什么就报道什么，决不是一种无边无际无拘无束的自由，而是在宪法、法律范围之内，在四项基本原则的前提下，在为人民服务、为社会主义服务的政治方向的前提下，在不损害国家的、社会的、集体的利益和其他公民的合法的自由和权利的前提下的自由。那种不受限制，无边无际的绝对的新闻自由，是根本不存在的。你享有了这种“绝对自由”，就损害了国家利益，损害了别人的自由；你只承认自己的权利，不承认别人的权利，这样，实际上本身就失去了这种自由和权利，失去了法律对自身的保障。

经历了这场政治风波之后，在新闻界内外对新闻自由的

问题想法更多。有人认为，新闻自由在中国行不通，有人主张慢慢来，有人渐渐产生一种可望不可及的想法，还有一部分人产生了恐惧心理而不敢去理会它。

其实，悲观的论调是片面的，我们不认为自由、民主、人权是资本主义的专利。社会主义国家也应该是自由的、民主的、享有充分人权的。我们追求的是中国的社会主义的新闻自由，而不是对西方自由幼稚的模仿、生硬的照搬。我们更要花大气力研究新闻自由的内涵、动机、规范与历史传统和文化现状的关系，并且在这种理论研究的基础上，进行实践的试验，积累经验，说得现实一点，目前我们广播电视新闻工作者自身首先要有必备的政治素质，少些朦胧、盲目的行动，多点理性、成熟的作为。我们要加强马克思主义基础理论的学习，真正弄懂马克思主义哲学是我们认识世界和改造世界的金钥匙，不能满足于一知半解；加强对四项基本原则的学习和领会，正确理解“两个基本点”之间的有机联系，提高自身的政治素质；自觉地把广播电视新闻工作作为党的工作的一个有机组成部分。新闻改革离不开党性原则这个纲；客观地、冷静地看到西方资本主义的另一方面，用马克思主义新闻观对西方资本主义新闻观点、理论进行剖析、批判。只有这样，才能在任何时候都不淡忘正确引导舆论的社会责任。才能更好地担负起时代和人民赋予我们广播电视工作者的历史使命。

浅谈正面宣传中分寸感的把握

刘长虹 孟云波

1989年11月25日李瑞环同志在新闻研讨班上作了题为《坚持正面宣传为主的方针》的长篇讲话。坚持正面宣传是我国社会主义新闻事业的一项长期方针，如何使我们的正面报道进一步鼓舞士气，振奋精神，凝聚人心和稳定社会？这是新闻工作者必须时刻思考和实践的课题。本文仅就准确把握分寸、增强正面宣传的可信度和感染力谈一些肤浅的看法。

搞好正面宣传必须准确把握分寸

所谓“分寸”，即衡量事物的尺度。平常，我们说话要留个“余地”，办事要讲个“分寸”，这“余地”和“分寸”也可以说就是事物的“度”，正面宣传同样不能失“度”。准确把握宣传尺度，我们的正面报道才可能拥有更广泛的受众。

把握分寸有利于准确地理解、宣传党的方针政策。党的各项方针、政策是党和人民利益的集中体现，要把党和政府的意图变成人民群众的自觉行动，新闻宣传作为联系党和人民的桥梁有着义不容辞的责任。我们的政策宣传在导向上不能出任何偏差，否则，当“歪嘴和尚”，乱提口号，把握失当，容易诱发群众不良情绪。有一段时间，新闻宣传上关于“红灯”“绿灯”的议论一时成了时髦话题，对“遇到红灯绕道

走”也不分青红皂白地加以赞扬、肯定，这就偏离了政策分寸，结果只能导致人们思想混乱。

把握分寸有利于使正面宣传在受众中提高可信性，增强可信度。回顾建国以来正面典型的报道，我们有成功的经验，也有沉痛的教训，许多新闻写作的事实有力地告诉我们，典型有厚实的生活基础，分寸把握得好，这样的正面报道就可亲可信，因而这样的典型便有着经久不衰的生命力；人们不会忘记，十年动乱中也报道过不少所谓“高、大、全”式的典型，但它们都因“昙花一现”而“寿终正寝”了。我们正面宣传的先进经验，典型人物如果失去人民群众的信赖，甚至因为失之偏颇经不起推敲而引起人们的怀疑，这种正面宣传的效果是可想而知的。

把握分寸有利于采编人员端正思想路线。实事求是，是我们党的新闻工作的优良作风，也是正面宣传必须始终不渝地坚持的重要原则。新闻采编人员在组织正面报道时，要能恰如其分地采编稿件，不渲染不夸大，实事求是，掌握分寸。分寸把握得当，实事求是的思想路线才得以贯彻。有的记者、编辑无实事求是之意，有哗众取宠之心，或者浮皮潦草，或者浮光掠影，或者“盲人摸象”，这样是不可能把握好分寸的。准确把握正面宣传的分寸就是要求记者编辑时时都记住自己肩负的责任和使命。这样，社会主义新闻事业求实的优良传统才能光大发扬。

把握分寸有利于减少或杜绝正面报道中掺杂掺假现象，以确保新闻宣传的纯洁性、严肃性和权威性。“准确把握分寸”要求记者、编辑有较高的思想、理论和政策水平，要有对纷繁芜杂的社会生活“去粗取精，去伪存真”的辩识能力和对典型、对受众，对历史极端负责的态度。唯其如此，我们

正面宣传中掺假的现象才可能少发生或不发生。不可讳言，正面报道中确有不少破绽：“真人真事假思想”者有之，“真人真事假语言”者有之，“真人真事假背景”者有之，以致人物失信，事件失真，稿件失实，宣传失度，这方面的例子并不鲜见。

正面宣传中分寸把握失当的表现种种

有句成语叫“过犹不及”，意思是说做事过了头就同做得不够一样。正面宣传亦如此，“过了头”就会适得其反，事与愿违。概言之，正面宣传中分寸把握不准大致上有四种表现。

1. 过高。这是指记者对他笔下的典型人物或先进经验不是客观的描述、评价，而是人为地拔高，把它夸大到不适当的高度。一段时期内，我们宣传的典型人物几乎到了凡有些作为的厂长必“企业家”，凡有点突出成绩的人必定是“明星”的地步，以致鱼目混珠，结果这些人被宣传得飘飘然，群众则敬而远之。象马胜利、步鑫生这些人物，他们在改革中作出过成绩，但全然不象报道中所写的那么高大。我们的基层通讯员的来稿中也有这样的情况，如有个作者写一女青年拾到几块钱送还失主就被抬高为“新时代的活雷锋”，不切实际地给人物戴上高帽，头重脚轻，极不相称。

2. 过满。这也是正面报道中的常见病、多发病。讲成绩不留余地，叙典型完美无缺。广播宣传的典型报道中有不少这样的叙述：“几十年如一日”、“不管什么时候都关心着集体”，话说得过满，显然有假，经不起琢磨。几十年时间，能每天都是一个样子吗？难道睡觉做梦都在想集体的事？这种把人神化的报道与实际生活存在着很大的距离。

3.过偏。正面宣传中的片面性是痼疾。有的牵强类比，如某记者写了一篇题为《一份细帐单的联想》的评论，将集资建土地庙的帐单公布与一些村上缴帐目作类比：“希望村委会也和土地庙公布的细帐一样，来个财务公开”，这种类比很不恰当，有的顾此失彼，如正面宣传某某机关今年一季度只花去 1000 多元招待费，比上年同期减少了一半，这就忽视了党和政府三申五令不准用公款吃喝招待的规定，让听众产生错觉。有的有悖事理，如有这样一段新闻“台胞陆××患缺血性中风并染上肺炎，昏迷不醒，乡卫生院专门组成了抢救小组，请来了县人民医院主治医师精心会诊、治疗，县台办的同志两次前往探视。使陆先生的身体恢复很快。”把台办同志的两次探视也作为台胞陆先生的身体康复的原因是不合事理的。

4.过左。有些正面报道为了突出人物的崇高精神境界，因而选取材料时强人所为，不近情理。典型人物是生活中的一员，他们也有儿女情长，也需要衣食住行，过去写典型人物没有七情六欲，不食人间烟火，这是典型宣传中极左的表现。比如宣传拥军妈妈赵珍妮，通讯中本来有一段动人的文字，后来发表时被认为境界不高而删了。赵珍妮陪同身患绝症的丈夫去郑州看病，返程时，丈夫提出来要到部队看望儿子，赵珍妮想，丈夫重病在身，万一在旅途上发生意外，自己一个妇道人家很难收拾，便婉言劝说丈夫不要去部队打扰儿子。这段细节很感人，也很有人情味，写进通讯只能增辉而不会逊色。编辑将它“毙”了，是很可惜的。

正面宣传需要把握四个分寸

1.政策分寸。正面报道首先要正确地宣传党的方针政

策。一般说来，成功的正面报道在宣传政策分寸的掌握上也应该是恰到好处的。1945年8月16日《解放日报》发了一篇特讯：《延安庆祝日寇无条件投降》，新闻中写道：“中国人民艰苦奋斗，忍受牺牲，坚持了八年抗战，最后胜利的日子终于到来了，昨日上午日寇宣布无条件投降的消息传出后，全市轰动，万人欢腾，街上张灯结彩，国旗飘扬……，美国观察组闻讯后亦乘汽车随秧歌队致庆。”这则消息既如实地反映了抗战胜利的热烈场景，又准确地把握了宣传分寸，表明作者具有相当高的表达能力和政策水平。写庆祝场景并非难事，但抗战胜利了，斗争并没有结束，面对国际国内形势，我党必须表明看法，提出新方针，记者高明地把这些有分寸地插进消息之中。美军在打击日寇方面也起过作用，而且美军观察组当时又驻在延安，所以对美不能不提，但又不宜多提。因为美国政策顽固地支持国民党反动派，故轻轻一笔带过，它又告诫人民时刻保持清醒头脑，警惕国民党反动派发动内战，随时准备投入新的斗争，这和毛泽东同志在《抗日战争胜利后的时局和我们的方针》一文中表述的思想是一致的。

2.事实分寸。概括事实，评价人物、事件都要恰如其分。正确地定准宣传基调，吃透宣传口径，才能把握好事实分寸。当前和今后一段很长的时间内，“稳定、爱国”是我们宣传的主题和基调。掌握事实分寸就是要尊重事实，尊重历史，尊重客观，切忌因为强调某一方面而歪曲事实真相。1980年6月各报刊登的通讯《访美穗子》，谈到美穗子的父亲加藤清利的经历时用了被“分配”到中国来一词，谈到他的死，又用了“遇难”一词，这两个词在政治意义上，在政策界限上用得不妥。美穗子的父亲加藤是日本帝国主义的一个低

级官吏，他是被派遣对中国作战的。用“分配”代替“派遣”就改变了事实的性质。加藤死于日军炮火，把他说成“遇难”就更不妥当，定调不准，混淆了两类不同性质的矛盾。

3.议论分寸。正面宣传中不排斥一些精到议论的运用，但这种议论必须以唯物辩证法为指导。1988年广州电台推荐的优秀节目《广州，激烈震荡的七天》在全国获奖，它的成功就在于议论讲辩证法，讲宣传艺术，掌握宣传的“度”。应该说，在分析研究改革过程中出现的一些问题，特别是一些涉及到敏感性的问题时，掌握“度”很重要，否则就容易产生片面。这篇文章在掌握辩证法方面做得较为出色，其中一些议论，既符合物价改革的政策，又理解了群众抢购的心理，不温不火，虽然使用的材料有些比较尖锐，但仍很适度。如说群众抢购，“说明了物价改革的确是中国改革的一个难关，人们对物价改革的阵痛，愈来愈身临其境了。”商业部门对抢购的态度呢，一则高兴不登广告就把商品销售出去，二则告诫消费者，“要赶快学会在商品经济的环境中生活，不要轻信谣言，自相惊扰”，议论适度，中肯；尺度把握准确。

4.措辞分寸。要特别注意少用形容词，“要象挑选宝石和情人那样来选形容词，形容词太多是危险的，不能因为某一个形容词具有闪电般的显示力量，以为十个形容词就能使一条新闻增色十倍。”（杰克·伦敦《怎样当好新闻记者》）；要慎用副词，尤其象“绝对”、“永远”、“无限”、“最”这类词，尽可能不用，或用实际一点的语词代替；评价、称谓的词语也不要过，尽可能地不说过头话。