

新媒体背景下我国媒体语言规范的意义

郭璐瑶

云南经济管理学院

DOI:10.32629/er.v3i6.2848

[摘要] 本文主要对新媒体背景下我国媒体语言规范的意义进行分析,从媒体语言观念,相关规范准则的制定和传播,提高媒体人的语文素养三个方面进行分析,并且针对每个方面相公相应的优化建议,仅供参考。

[关键词] 新媒体; 媒体语言; 规范

前言

现阶段,信息技术快速发展,信息的传播发生了加大转变,传统的报纸、广播、电视机等传播媒介的基础上诞生新媒体技术,改变了传统传播格局,各种各样的文化不断涌现,为语言的规范性带来一定的挑战,这将会为社会语言文明使用带来影响,为此需要加强媒体语言的规范性。

1 有利于形成规范语言观念

新媒体背景下若是想要实现媒体语言的规范性需要多方面共同完成,比如规范性的意识、制度、技术等方面。由于长期受到社会环境、语言、文化等因素带来的影响,普遍存在这以下两种不同的规范性语言观念^[1]。一种是刚性语言规范观念,具有刚性观念的人员将语言现象理解成为非对即错,持有这种语言的人员通常会以现在的标准对语言现象进行衡量,若是符合现在的标准则是正确的,若是不符合则是错误的。

2 有利于宣传及完善媒体语言相关规范准则

在新中国成立以后,对于语文的规范性国家给予了高度重视,并且相关部门针对此相继出台的语言相关规范准则,比如《现代汉语词典》《普通话水平测试等级标准》等文件。要求,“在规范汉语语言方面,严格按照相关标准进行,将规范使用汉语和宣传作为一项中华文化来传承,将其作为建设社会主义精神文明工作中的一项重要责任,真正落实汉语言文字的相关法律法规。”国家制定的相关语言规范性法律法规为实现规范性媒体语言提供了可靠的政策依据以及参考。然而随着近几年发展壮大新媒体传播技术,推动媒体传播的改革创新,在这样的背景下,若是想规范语言需要做好以下工作。第一,对媒体类型不同协调规范语言力度。目前针对于以往规范媒体语言的相关标准文件比较多,而对于当下的网络、手机等新媒体而言,相关标准文件并不是很多,因此需要相关部门制定一些具有针对性规范新媒体语言的相关法律法规。第二,结合当下现有的媒体语言数据库,寻求语言专家对新媒体语言进行分析整合,找到其存在的不符合规范现象,制定语言文字、语法、词汇等方面的针对性使用语言标准规范。第三,制定媒体工作人员的语言考评制度,并且对此不断的完善,实施奖惩制度。第四,提高对媒体语言中热点、时间的重视度,并且加以引导。制定相关规范媒体语言的管理机制。第五,根据新媒体的发展特点,对体态语和副语言制定相关的规范制度,并且结合时代的发展加以完善。第六,安排相关专业人员对现有的媒体语言标准进行修改^[2]。第七,对各种宣传渠道加以利用,加大规范媒体语言文字的宣传力度,进而营造健康语言的环境。

3 有利于媒体人提升语言素养

3.1 正确对待语言文字

培养媒体人语言素养需要主要其具有正确的语言态度,也就是媒体人能够正确评价语言价值以及其行为,良好的语言态度能够为语言行为带来更好影响。在新媒体的背景下,组成语言的成分具有复杂性和多元化性质,融入各种各样的元素,因此需要媒体工作者保持正确的语言态度,对国家的语言文字秉着敬畏的态度,在语言表达方面选择正确健康的方式,从主观意识上抵制语言不规范现象。

3.2 提高语言基础及理论

媒体人是需要长期接触语言文字,因此需要具备深厚的语言基础以及理论水平。此基础上,仍然需要不断提高自身水平。可以从以下两方面进行。第一,积极参加语言类培训班或者其他活动,主动掌握语言的发展最新动态,提高媒体人规范语言意识以及运用语言能力。第二,可以通过写作、课题申报、书稿撰写等方来提升媒体人的理论水平。

3.3 以优秀同行为学习楷模

在媒体语言规范方面中央电视台、中央人民广播电台等国家级的媒体始终具有较高的规范度,可以将这些作为学习榜样,积极吸收其语言的习惯以及风格,进而提升自身使用语言的规范性^[3]。

3.4 遵守语言伦理和标准

遵守语言伦理和标准这是媒体工作人员都需要遵守的道德规范,目前存在着部分媒体人员为了提高关注度,采取一些哗众取宠的方式,包括一些粗鄙、暴力的言辞,进而违背了语言道德规范。因此需要媒体人自主改正自身的语言不规范行为,正确使用语言,遵守国家的语言文字相关标准规范。

4 结论

综上所述,新媒体背景下媒体语言的规范对未来发展具有中重要的意义,可以从规范语言观念、宣传及完善媒体语言相关规范准则、提升媒体人语言素养方面来促进媒体语言的规范性。需要社会广大群众自觉抵制不良语言的影响,以此营造良好的语言文字环境。

[参考文献]

- [1]陈玲琼.新媒体传播背景下 MG 动画艺术语言及价值走向[J].传媒论坛,2020,3(07):171+173.
- [2]李雪.新媒体时代广播电视播音主持语言的创新路径分析[J].传播力研究,2019,3(27):138-139.
- [3]蒋孟娇,李歆.新媒体时代下视觉传达设计的创新与发展分析[J].传播力研究,2019,3(04):75.