



## “传媒影响力“和”大众话语权“的概念界定及分析

【发表评论】 【加入收藏】 【告诉好友】 【打印此文】 【关闭窗口】

# “传媒影响力“和”大众话语权“的概念界定及分析

作者：夏燕燕 文章来源：《青年记者》 点击数：444 更新时间：2008-12-19

如今的传媒市场竞争不可谓不激烈，如何更好的生存是摆在各个媒体面前的一个重要议题。面对竞争，该何去何从？于是，打造传媒“影响力“的呼声日渐高涨。由此，也产生了一些问题，传媒在打造影响力的过程中却导致了大众话语权的缺失。

1、关于“传媒影响力”的概念解读 影响力，按照《文化学词典》的解释，是指“文化活动者以一种自己所喜爱的方式左右 他人行为的能力”。那么，传媒影响力应该是大众传媒以某种倾向、态度等方面所产生的影响。“传媒影响力”是通过信息传播过程实现的，因此，其影响力的发生势必建立在收受者关注、接触的基础上，“这样，受众通过对传媒的不断接触，对某些问题的判断、认知、解读就会受到传媒的影响。”所以更本质的看，影响力是一种控制能力。

## 2、关于“大众话语权“的概念解读

话语权是一项基本人权。广义的讲，话语权是指公民在公共空间传播思想观点的自由。

话语权的施行者（即传播者）可以是个人，也可以是组织或群体，其所用符号可以是语言的，也可以是非语言的。作为普通大众，当然有话语权，“大众话语权“通俗的说，是指人人都有说话的权利、人人都有表达观点的自由。这是每个公民的基本权利，不应该被剥夺。

免责声明：作品版权归所属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入：wangy 责任编辑：wangy

- 上一篇文章： 编排与受众——浅谈电视节目编排策略
- 下一篇文章： 电视谈话类节目发展趋势

【发表评论】 【加入收藏】 【告诉好友】 【打印此文】 【关闭窗口】

站内搜索

文章  下载  影视  关键字  搜索

最新热门

最新推荐

会员评论 (评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！)

建议您使用1024\*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话：010-86091726 86091907 技术支持：9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号：京ICP备05037832号