



中国媒体远离弱势群体

时间：2002-7-28 17:44:44 来源：中国新闻研究中心 作者：彭伟步 阅读1388次

在中国教导新闻与传播学的作者指出，中国的媒体正处在政治权力控制与资本拉拢的时代。政治权力与社会资本的结盟，决定了中国媒体信息传播的方向、领域和性质，在某种程度上让很大一部分消费不起或者说消费能力严重不足的弱势群体被遗忘。

中国的媒体正处在政治权力控制与资本拉拢的时代。一方面，国家政治权力控制着媒体的运作，界定了一条新闻报道原则：什么不能报，什么怎么报，什么只能报一点；另一方面，媒体要步入市场经济，要在市场竞争中生存下来，于是把眼睛盯在社会资本的控制者——广告商，尽量报道能引起颇具消费能力的群体注意的新闻，以吸引广告商的资本投入。

政治权力与社会资本的结盟，决定了中国媒体信息传播的方向、领域和性质，很大一部分消费不起，或者说消费能力严重不足的弱势群体，因此而被遗忘了。

政治权力控制下的新闻报道

前几年，新闻报道在政治权力的控制下，有选择地对下岗工人的生活进行报道，而且所报道的新闻大部分都是好的一面，如哪些人下岗之后找到了好工作，现在生活可红火了，有点鼓励在岗的人下岗的味道，而至于下岗工人真正的生活状况，却鲜有媒体去挖掘，并以客观、真实的眼光进行报道。

我接触过一名下岗女工，她已离婚，身边带着一名女孩。下岗在家，她失去了工资收入，原来享受的企业和政府的大量隐形补贴，如住房、取暖、交通等均随下岗而消失。他们与权力、金钱、热门行业无缘，遭遇风险的机会远远高于其他人。

由于缺乏政治权力与社会资本，这名无法就生活的困境寻求媒介的帮助，并借此反映像她一类下岗离婚女工的悲惨遭遇。她对我说，她不敢多看电视，因为除了要缴纳电费外，看春节晚会上那些人穿的漂亮衣服，会勾起一阵心酸。她说，一群活得比较滋润的人，聚在一起唱唱跳跳，说说笑笑，同时表演给她看，她的内心反而升起一股透心的寒意，产生社会漠视弱势群体的感觉。

反映民意反被斥为氓民

- 媒体的“别读”与“色眼”
- 新闻标题“晕品”集诊
- 媒体奥运报道的三宗罪
- 媒体地震报道的十大事件
- 地震灾难岂能成媒体狂欢
- <桂林日报>荒谬的道歉
 - 人文还是新闻？
- 娱乐媒体“迷路了”！
- 省委书记，请勿动怒！
 - 透过媒体看女球迷
 - 媒体少一点“炮轰”
- 传媒生态恶化令人吃惊
- 刘德华给媒体上了一课
 - 禁绝媒体语言歧视
 - 不要这样写方汉奇
 - 我怎么看不懂报纸了
- 重庆媒体缘何沦为娼
- 商业化社会下的媒体尴尬
- 媒介普遍存在性别盲点
- 谁策划了“新闻连续剧”
- 杜绝财经新闻“八卦”
- 媒体不要做沉默的羔羊

至于农民，由于城市化的加速和扩张，他们的土地正被房地产开发商一步步蚕食，而获取的补偿却微乎其微。当他们为生活所虑，为后代子孙计，不满意所获得的补偿向政府反映意见时，却因为当地政府与房地产开发商早已达成某种默契，而被当地政府官员斥为氓民。

这些人在无奈之下向媒体求助，却因为媒介的管理部门看到当前存在太多农民与政府、房地产开发商的土地纠纷，恐怕报道这一类的新闻会引起农民连锁反应而影响社会稳定，于是下达了不许媒体报道土地纠纷的新闻。此时农民真的求助无门，他们不断向上访问，却毫无结果。

与此同时，社会资本拥有者——广告商的存在，也在某种程度上成为媒体运作的指挥棒。报道什么新闻，才能引起哪一类的人的注意，并成为吸引广告商刊登广告的契机，编辑围绕着广告转，这已经不是秘密了。

换句话说，赋闲在家的下岗工人、消费能力低下的农民，也就成了媒体的弃民。新闻不会报道他们当中身边的新闻，不会报道有助于改善他们生计的新闻，不会报道如何帮助他们走出生活困境的新闻，他们报道的只会是广告商喜欢的新闻，因为这部分新闻能吸引具有很强消费能力的受众群的注意。

广告商关心的是广告是否得到了视听和阅读效果，他们并不关心社会弱势群体的生活。关心弱势群体的生活状况，不是广告商的义务。

由此可见，媒体的新闻报道间接地被广告商所控制，远离了弱势群体。

媒体受到广告商的左右，这是世界公认的事实，不仅中国存在，美国也存在，但中国远离弱势群体的情况更加严重，是因为除了广告商的影响之力，还有政治权力的支配在起决定性的作用。

美国媒体不会报道有损国家利益的新闻，但起码它可以有点编辑自主权。如果编辑坚持采用某一篇稿子，该稿子就有可能公之于众；而在中国，编辑根本不可能有选择稿子的权利，顶多也就是在政治权力所允许的范围当中，选择一些不违反宣传政策的新闻。于是绝大多数的编辑不可能坚持其应有的社会责任原则，即使心中有为社会弱势群体寻求社会公道的想法。

“社会公器”遭受众指责

广告商与政治权力的结盟，使中国的媒体经受了双重压力，这也是中国媒体在发展过程中顾虑重重，受到诸多阻碍，缺乏真实、客观、公正的根本原因。

“社会公器”应有的社会义务无从体现，受到了众多受众的指责。如果媒体漠视弱势群体的情况继续发展下去，并变本加厉地朝政治权力和广告商靠拢，社会各个阶层的群体的利益如何得到平衡？如何不保证他们之间的利益分配爆发矛盾，甚至引起社会的动荡？媒介如何起到一种平衡剂的作用，去缓解社会各阶层的矛盾？

现在中国的收入差距非常明显，各阶层差距很大的收入，在某种程度上已经形成了社会矛盾，当社会的弱势群体的利益始终得不到保护，他们的呼声始终得不到反映，他们怎么去寻求自己利益的诉求？从媒体远离弱势群体的情况来看，中国社会正面临一种阶层矛盾激化的隐忧。

• 作者是中国暨南大学新闻与传播学院教师

相关文章：弱势群体

- 香港<明报>报道弱势群体研究 (2007-3-22)
- 媒介关怀与资源共享：中国弱势群体的政治诉求 (2006-7-28)
- 媒介为弱势群体代言的缺失 (2006-4-5)
- 传媒歧视：论当代信息传播中的不平等 (2004-2-6)
- 弱势群体在中国电视中的“弱势” (2004-1-14)

[>>更多](#)

中国媒体远离弱势群体 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 www.cddc.net

未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.