

## 传媒发展大趋势对我国舆论引导的挑战

作者：阮志孝

我国传媒的发展正在努力追赶世界传媒的大趋势，这是客观现实。世界传媒的发展无疑也正在带动和促进、推动我国传媒的发展。与此相应，也应该看到，世界传媒的发展同时对我国的舆论引导也形成了一种严峻的挑战，值得我们高度重视。

### 一、世界传媒发展的大趋势

对于世界传媒发展的趋势，理论界有不同的表述，有“三化说”，有“四化说”。“四化说”多的“一化”一般指“企业化”（或者说“产业化”、“商业化”）。事实上，欧美国家早就“企业化”了，前苏联及欧洲社会主义阵营的地域现在也基本上“企业化”了。就发展趋势而言，已不必再提“企业化”或者“商业化”、“产业化”。大趋势就是三化，即全球化；数字化；多样化。在我国才应该加“一化”：产业化。从我国来看，产业化或者说企业化正方兴未艾。

全球化是学术界的共识。什么是全球化？它包括三方面：一是对象全球化；二是媒介组织全球化；三是媒介影响力超越国界，具有全球性。

从现有的全球性传媒公司来看，都正在逐渐转向跨国实体传媒组织。传媒的运作策划在国外进行，产品在国外制造，组装，传播，资源分配以效率为原则，不同的业务分包给各国的承包商，再进行产业价值链的整合，最终实现跨国经营管理。相对于以往只是产品出口的国际战略而言，跨国传媒实体组织以市场为导向，在不同的国家，更为注重公众的偏好与需求，其全球化发展的战略理念是建立在充分尊重本土文化特质和市场本土化的基础上的，因此，对于区域、国家或者地方传媒具有很强的竞争力。

全球化不仅在美国是媒体的发展方向，在欧洲，如北欧国家与俄罗斯都成为了媒体发展的主要趋势。就目前来看，全球化还停留在较为表浅的层面，还没有深层次或者说制度层面的深入发展。但是，就这样已经对不同区域，国家或者地方的媒体结构和地位构成了挑战，或者成为了潜在的威胁。媒介全球化应该引起我们的高度重视，必须采取相应措施来适应和赶上西方及美国传媒发展的全球化步伐，以应对挑战，抵消或削弱跨国传媒构成的对我国不利的舆论优势。

数字化，或者说数字化发展。利用数字传播技术来传递信息，发展传媒的技术经济力量，这是世界传媒发展的又一个趋势。

美国佛罗里达大学的Dan Shaver在他的一份报告中将人类传播分为了三个阶段：人际传播时代、大众传播时代和数字内容与权力受众的时代。第三个阶段的人类传播进入了“互动模式”时代，完全改变了传统传播的“线性模式”。我们已经进入到第三个阶段，这是以新技术和新途径为手段的互动交流时代。虽然我们可以在监管方面设置一些壁垒，以高门槛策略阻止某些全球化媒体，阻断它们和部分局域受众的互动，但要做到长期和彻底是困难的。特别是要阻止那些以低廉成本、小规模开发吸引客户的数字化传媒在内容提供方面的技术使用，更加困难。

网络的数字技术在不断发展，传统媒体也在加快数字步伐，转向数字化生存。台湾观众现在就能接触4种数字电视平台：数字开路电视，数字有线电视，以电脑作为终端网络的广播服务，以电视机作为终端的IPTV。

在日本，IP网络渗透很快，像NTT和KDDI这些主要的电信网络提供商已经制定并且向社会公告了它们将从传统服务向IP网络服务转型的计划。根据日本国内事务与通信部门的信息，到2010年，日本一半的网络用户将转移到IP网络。在这样的政策框架下，网络的平台提供商总是努力把吸引人的内容提供给网络。在今天的日本，最

吸引人的内容都是为开路广播制作的。有5家商业电视网制作所有类型的通俗节目，包括新闻、体育和戏剧等。这些电视节目对IP网络提供商而言都是非常具有吸引力的，能够吸引大量观众。

多样化，或者说多样性的发展。传媒的多样化或者说多样性基本上是由三个层面构成的。它包括供应的多样化；购买的多样化；消费的多样化。

供应多样化的集中体现是“融合新闻”（convergence journalism）。“融合新闻”又被称为“多样化新闻”（Multiple-journalism），它的主要特点是以多媒体手段进行新闻传播活动。媒介以报社、电视台和网站作为基础，可以构造不同类型的“融合新闻”平台，也可以从各自独立经营转向联合运作，尤其是在新闻信息采集发布上联合行动。这样既能最大限度地减少人力、资金和设备的投入，降低成本。而且能够有效地控制传媒市场。大型媒介集团，可以通过对不同媒体生产流程的设计与控制实现资源重整、资源共享，化相互竞争为合作，做大区域市场，并且在这一市场上占据垄断地位。供应的多样性，也体现在媒体之外的传播资源的供给。社会组织与个体在数字化生存中，已经不仅仅作为单独的受众而存在，他们也是信息、新闻的生产者，传播资源的供给者。从我国来看，网络恶搞就是这种供应多样性的一种异化体现，一个在上海工作的31岁的普通青年胡戈，10天左右就能制造出一部在全中国引发“核裂变”的短剧《一个馒头引发的血案》，让人亲眼目睹了新兴媒体的巨大威力。《馒头》VS《无极》闹剧的出现，决不能把它仅仅看作是“恶搞”或者著作权问题，它已经成为我国新兴媒体发展史上的一件标志性事件。这次事件从受众和媒介的关系来看，完全打破了媒介和受众的区隔。它向世人宣告，作为个体的受众已不仅是被动享受媒介提供传播内容的接受者，依靠新媒体技术，他们也是传媒资源和内容的提供者、制造者、改造者，也是传播者——特殊的传媒，专业的垄断与界限事实上被突破了。

语言的多样性在全球化和数字化发展的前提下，已经不是问题。通过语言多样化，报纸、广播电视网络都可以使用多种不同语言进行传播，使国与国之间、局域间进行更好的交流。

我国传媒的产业化标志是以传媒为主体的文化产业的兴起。近年来，我国传媒业高举文化产业的旗帜，剥离经营性资产组建企业集团，强化经营，使传媒经济得到高速发展，经济实力大大增强，从而有力地支持了先进科技的运用与开发，世界的影响与日俱增。从指导思想和指导理论来看，市场新闻学、市场传媒学大行其道，“政治家办报”的观念相对弱化。在传媒界，经营专家、经营人才渐趋明星地位，在人才争夺战中左右逢源，落脚媒体多是担当驾辕马的角色。我国传媒的产业化，特别是传统传媒的产业化，使过去以政治宣传、思想教育为主要目的新闻传媒在主导意识上发生了根本的改变，更多地从营利的角度，即从市场需要的角度关注新闻的营销。新闻营销使新闻传媒的视野扩大：政治、经济、文化、娱乐各个方面都得到了媒体的全面关注。同时，也推动新闻传媒更加深入社会，更多地担负起了传播信息、报道消息、反映舆论、行使舆论监督的社会工作。但是，应该看到，媒体深入社会和承担更多的社会工作与改革开放以前在驱动力上已经发生了质的变化，更多地是受市场或者说经济效益的支配。

## 二、我国舆论引导工作面临的挑战

从世界传媒的发展趋势来看，全球化、数字化、多样化已成为一种不可阻遏的潮流，在这样的潮流推动下，传媒正在以空前的速度发展，正在成为推动二十一世纪生产力发展的主要动力之一。传媒的力量来自于哪里，就来自于传播力。传播力，作为一种生产力，可以生产出有利于社会发展与进步的精神财富，并带来物质财富的进一步增长，也可能生产出危害社会的精神毒素、精神产品，危害健康的舆论环境。随着传播力的不断开发，传媒的飞速发展，如何利用、引导、管理好全球化、数字化、多样化，已经和正在产业化的传媒，如何趋利避害，就成为了国家、传媒产业管理部门、意识形态工作机关必须要面对的问题，或者说面对的挑战。这种挑战主要体现在以下方面：

### 1. 全球化关系下的媒体如何规制与引导

全球市场的形成和新科技的迅猛发展促使各国政府、管理部门以及产业人士都在反思现存的媒介规制模式。在美国，媒介所有权的集中化与跨媒介化在推进中始终受到不少非议。在欧洲，随着媒介所有权的集中化与跨媒介化，公共广播电视如何在数字化时代继续生存下去的讨论成了大部分国家关注的热门话题。不同的社会体系正在面对同样的议题，即如何促使掌控权愈益集中于资本的高科技媒体能够在获取经济收益的同时，也能够考虑和满足社会公益的需求。在中国，媒介管理体制的改革、科技革新和市场扩张也对媒介规制产生了影响。中国媒介的数字化、多样化和企业化的必然走向也是全球化，如何规制全球化媒体进入中国，如何管理与引导走向全球化

的中国媒体，如何保障社会公共传媒的发展空间，加强舆论引导，如何改革和创新媒体规制模式，保障其正确行使舆论监督权也已经成为了党和政府需要面对的前沿问题。

## 2. 数字化媒介的信息如何监管

数字化传播工具和手段，为专业媒体提供了现代化的物质基础，同样也为其它社会组织及个人的传播行为提供了扩大能力的物质基础。麦克卢汉说“媒介是人体的延伸”，他抓住了媒介的本质。媒介数字化技术的发展，会使个体的人更加“神通广大”，组织会变成众神会聚的奥林匹斯神山。社会组织的传播能力会极大提高，甚至超过某些专业传媒。清华大学国际传播研究中心主任李希光说：“不可否认，新媒体的出现，将严重威胁到原有主流传播渠道的权威地位。”他说话的着眼点还是在技术上，真正威胁主流传播的渠道的是掌握这些技术的人，随着数字化和互联网的不断发展，手机报纸、个人博客、网络视频、网络广播、网络电视、车载电视、楼宇电视等新兴媒体迅速崛起，传统媒体在信息、舆论传播上所具有的“议程设置”的垄断地位或者说霸主地位已经动摇。在今天，要想通过对传统媒体的控制实现信息、舆论一律，已经完全不可能。如何领导传统媒体实现变革以适应和改善新形势下的传播，如何有效监管以数字化媒介为手段进行传播的人际传播和组织传播信息已经成为摆在党和政府面前，摆在以直接担负思想政治宣传工作为已任的宣传部门面前的极需研究和必须处理好的问题。

## 3. 面对全接触趋向的公民和青少年如何引导

数字化的新媒介和传统媒介的数字化带来了媒介与受众的新关系，它包括媒介如何接触公众及公众如何运用媒介进行交流两个层面。新的互动传播形式在不断涌现，如电子邮件，网上聊天，博客，视屏以及其他新科技模式。这些新兴传播形式提供了更多机会使人们得以打破时空界限进行社会交往，从而建立新团体、新社群。如何引导这些全球化、数字化的团体、社群，引导受众？这些问题不仅对我们，对世界所有国家来说，都是一种挑战。特别是对于我们来说，要实现构建和谐社会的宏伟目标，就有一个在非物质文化遗产领域抓好精神文明建设的问题。要解决好这个问题，除了用好、管好媒体，极为重要还有一点就是要高度重视对全民的媒介素养教育问题。从国内来看，虽然大多数受众对媒介都有一定的理性认识，但是其中为数不少的人对不同媒介及其组织传播倾向缺乏正确判断力，认识多停留在感性认识上；对信息内容的正误、优劣亦缺乏应有的分辨力。产生这种情况有历史层面的原因，有知识层面的原因。从历史层面来看，中年及以上的国民的思维中还是一种对大众传媒的固有模式：喉舌模式、宣传工具模式。把所有的大众传媒都仍然视为党和政府的喉舌，一有什么问题，往往归结于党和政府。从知识的层面来看，人们对媒介信息采集、制作、发布的运作程序以及控制方式了解不够，对媒体的机构特性，特别是改革开放以后的媒介变化的认识以及媒介信息对现实社会再建构的事实认识不足，对媒介承受经济利益驱动及社会责任双重压力的现状也没有深入的思考。这些问题不同程度地影响了与社会已经趋向“全接触”的受众，特别是青少年受众，面对网络，更多地处于被“俘虏”的状态，识别力、辨别力和正确使用的能力都比较欠缺。要解决这样的问题，不仅仅是教育界的问题，党的宣传部门和社会科学研究机关也必须承担起对公民和青少年进行科学教育的责任。

## 4. 产业化条件下如何提高媒体及从业人员素质和舆论监督水平

舆论是社会的良心，看一个社会健康与否，有没有健康的舆论是重要标志。新闻传媒理应是社会的舆论公器。公器的质量直接影响社会舆论的健康。我国传媒的产业化必然影响新闻传媒作为舆论公器的价值观。有好的一面影响：更加关注社会与民生，更加重视自身的舆论公器价值，更重视和更努力地从事舆论监督工作。也有不好的一面：媒体及从业者的私利成为了影响舆论监督和舆论引导的重要负面因素。低俗新闻、有偿新闻、假新闻和新闻腐败现象的大量生发与此不无关系。以假新闻为例，就具有明显的“产业化”或者说“商业化”特征。假新闻在新中国的历史上不是没有，在大跃进年代、文革时期，假新闻甚嚣尘上，多是从政治的需要出发而造假。在今天，假新闻泛滥则更多地是源于从业者和媒体谋取私利的动机。要防止假新闻、有偿新闻、抑制新闻腐败，保障舆论公器的健康，如何提高媒体及从业人员的素质和舆论监督水平，如何监察媒体正确地行使舆论监督权，就成为了摆在我们面前必须面对的问题。

阮志孝简介：[list.asp?unid=343](http://list.asp?unid=343)

### 参考文献：

1. 徐耀魁. 世界传媒发展趋势（来我院讲学）.  
04xwycb的博客：<http://04xwycb.bokee.com/1637033.html>
2. 刘婧一. 传媒产业的全球化与多样性——第七届世界传媒经济学术会议焦点议题综述.  
人民网：<http://media.people.com.cn/GB/22114/49489/49492/4437376.html>
3. 蔡雯. 媒介融合前景下的新闻传播变革——试论“融合新闻”及其挑战 .

(纸媒文本见《今传媒》2007年第6期)

[回首页](#)

来源: 阮志孝  
阅读: 4734 次  
日期: 2007-08-04

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体: 大 中 小 】

上一篇: 西方非政府组织的媒体策略  
下一篇: 理解和谐 宣传和谐 共建和谐

>> 相关文章

- 媒体“秀”“才”当慎重
- 应对挑战, 纸媒需做“思想者”
- 用机制保障策划健康发展——访新华日报报业集团总编辑周跃敏
- 大震中媒介的足迹
- 着力网络访谈的贴近性和互动性——绍兴网直播访谈节目“交流”百期评述
- 大地震中新闻媒介的突进
- 打造国际一流传媒集团让“中国声音”走向世界
- 新农村建设与中部农村信息传播情况——安徽省六安市农村媒体接触与评价调查

#### 发表评论

点 评:  字数0

用户名:  密码:

- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款