

新世纪中国城市电视媒体的机遇和挑战

作者：孙义清

摘要：中国城市电视媒体随着改革开放和城市化进程的加快而迅猛发展，但本世纪的“入世”使城市电视媒体承受着资金、文化碰撞、受众及人才争夺等多方面的挑战、压力和竞争，也获得了打破原有格局、相对自由竞争的大好机遇。但总体而言，挑战要大于机遇。

关键词：城市电视媒体；WTO；挑战；机遇

我国的电视事业是伴随着报业潮流的不断发展而逐步兴起的。除中央电视台外，其它电视台都较早出现在一些政治、经济地位比较重要的大城市，例如北京、上海等地。这些电视台从办台宗旨到节目定位深刻体现了当时的政治、经济、文化等特征，其功能也仅仅是充当政府宣传和舆论的工具。必须承认，早期电视媒体虽没有普及，但它为人们提供信息，给生活带来了方便，因此，它是社会文化领域的一大进步。

“文化大革命”以后由计划经济向市场经济的转变直至市场经济的最终确立，是中国社会的一次“质”的飞跃，这次“质”的飞跃，无疑给我国整个新闻事业带来了一次前所未有的大好机遇，使整个新闻事业焕发出蓬勃的生机和活力，城市电视媒体正是在其刺激下诞生并时刻接受其洗礼，此后，中国的城市电视媒体应运步入欣欣向荣的发展时期。

随着改革开放的逐步深入和中国城市化进程的不断加快，城市已逐渐成为中国特色社会主义市场经济的特征和运行规律的最有力的体现者，城市在人们经济生活和社会生活中的作用也日益重要，而城市正处于区域网络系统的核心，尤其是一些大型城市，由于在通讯、信息、经济等方面占据中心枢纽地位，通过促进区域经济发展中诸多要素进行重新整合，把周围的一些中小城市紧密联系起来，并以自身为中心城市逐步形成新的城市经济带。城市经济带的形成极大拓展了城市电视媒体的发展空间[1]（P51）。一般地说，城市电视媒体即指以特定区域内的市民为主要受众群体来报道新闻和制作节目的电视媒介，它摒弃了传统电视媒体以整个社会普遍成员为特定受众，报道大千世界中每日每时新近发生的重大事实等高、大、全的特点，更加贴近市民生活，适合市民口味。事实上，城市电视媒体使市民的需要得到满足，必然会促进城市的发展，从而进一步加快城市化进程，而城市化进程的加快又会为城市电视媒体赢得更多受众，并提供一个更为广阔、更有生机的发展空间。因此，近些年，城市电视台如雨后春笋般蓬勃发展起来。据不完全统计，目前全国城市电视台的总数约有700家，是中国电视媒体大家庭中的重要一员。

2001年12月11日，中国正式成为世贸组织成员国，各个行业都面临着“挑战与机遇并存”的局面，然而，值得警醒的是，对于中国城市电视媒体而言，生存与挑战远远大于机遇。

加入WTO后，由于中国在传播领域对外国资金以及国内个人资金有所限制，使加入WTO所造成的直接冲击并不是十分明显，也就是说整个传播领域的运行机制和竞争机制不会因为加入WTO而发生根本性变化。与此同时，我们必须看到这样一个不争的事实，在大环境改变的情况下，任何领域包括传播领域都不可能独善其身。一方面，中国自从入世以后，政治、经济、社会生活等各个领域都更多地与国际接轨，中国的市场容纳了更多的外国资金、外国企业和外国商品，可以说，这是一个中国经济以新的姿态走进世界经济的过程，也是一个世界经济以更大的力度向开放的中国渗透的过程，其作用和意义是不可低估的[1]（P360）。另一方面，自从中国入世以后，对录像、录音、电影和出版业的政策有所松动，西方大量的文化产品涌入国门。如果说20世纪末，美国的进口大片让国人眼花缭乱的话，那么21世纪，西方价值观、西方生活理念的长驱直入将会引发更为强烈的文化震动。从深层次上讲，东西方文化由碰撞到进一步融合必然会使社会心理发生巨大的变化，试问，传媒业又怎么会长期不变地在原有的轨道上运行呢？因此，我们必须领会到入世的深层意义并不是某个行业、领域的开放与否或开放程度如何，而是意味着我国的经济运行逐渐步入了一个崭新的环境。目前，虽然传媒业看起来似乎没有遭受像其他行业“兵临城下”、“大军压境”的困境，但是，并不能说入世对传媒业没有影响，我们不能因此而有所麻痹，任何

一个传媒人都应该随时提高警惕来接受入世的挑战。

中国是全球最大的发展中国家，众多的人口是传媒产品的消费动力，有待开垦的文化积淀则是资源潜力，在中国发展传媒产业，意味着高额的媒介市场回报。自从中国加入WTO后，跨国传媒巨头新一轮的抢滩战已初现苗头，大有引而待发之势[2]。与国内媒体相比，这些国际跨国集团无论是资本、规模、经验还是运行机制等方面都占有绝对优势，一旦进入中国市场，势必将与国内媒体展开激烈的争夺。首先是资金的争夺。中国加入WTO以后，国外的资本的大量涌入、股票上市的诱惑，将使资金的争夺呈现“八仙过海，各显神通”的局面，谁拥有的资金多，谁就在市场上拥有更多的竞争实力。由于意识形态和中西方的制度不同，国内媒体在这场竞争中处于不利的地位，在市场上将面临极大的挑战。其次是对受众的争夺。中国加入WTO以后，争夺市场，势在必行，其归根结底是为了争夺受众。受众获得了更为宽阔的选择余地，使他们变得更具有主体意识，眼光越来越挑剔[1]

(P364)。对于国内媒体来说，既要稳住原来的受众群，又要不断地扩充自己的受众群，势必会面临极大的困难。再次是广告业务的争夺。任何媒体的生存和发展都离不开广告收入，参与传媒竞争的越多，广告争夺战就越激烈。中国加入WTO以后，不仅参与广告争夺战的媒体增加了，而且个个都实力雄厚，经验丰富，对于国内媒体来说，必然会导致优胜劣汰的选择，一些经济实力薄弱的媒体最终会因为失去经济来源而被吞并。最后是人才的争夺。任何一个媒体要想在资金战、受众战和广告战中获胜，就必须得有一批经验丰富、专业知识过硬、适应高科技传播手段的人才，这也是目前各大媒体争夺的关键。李响现象启示我们人力资源是绝对不可小觑的，它甚至可以给媒体带来意想不到的经济效益。

中国加入WTO以后，城市电视媒体所面临的冲击是最前沿的。因为首先对中国的城市经济尤其是中心城市的经济影响最大、最直接，而城市电视媒体是依靠城市尤其是中心城市生存和发展的。于是，城市电视媒体走进了四面夹击的尴尬境地：一方面是中央电视台占据着最大的权威、最雄厚的资本和最广阔的资源，雄霸神州，城市电视媒体根本无力与其抗衡；另一方面是各省上星电视落地抢滩，扩充势力，咄咄逼人；而最为严峻的是被称之为“第四媒体”的网络，正以其新的理念、新的思维和新的交互方式，以极快的速度影响着社会生活的各个角落，改变着信息的传播手段[3]。

但是，入世对于城市电视媒体来说也并非全是险滩，也有机遇，最起码在中国入世以后，由于国外资本、传媒力量的渗入打破了我国电视媒体长期保持的平衡局面。首先从资金的引进方面看，中央台、省级台和城市台不再是层层套接关系，而是平等的竞争关系，对于城市台来说引资的机会更大、更多一些。随着中国的综合国力增长速度加快，世界上迫切需要了解中国的信息，与此同时，中国加入WTO以后，经济的市场化、全球化程度将更高，人们对国外信息的需求量也越来越大，也就是说，市场开放是双向的，大量境外信息进入的同时，国内信息也在源源不断地向世界传递，这就要求国内媒体在面向国内市场的同时还必须投身国际市场的竞争，积极开拓海外市场。在这一过程中，城市电视媒体的机遇最大，因为入世对城市的冲击最大、最直接，而城市电视媒体是依靠城市生存和发展的。同时，中央台、省级台受到政府的管制相对多一些，而城市电视媒体运行起来就相对自由一些，有利于吸引外来资金的加盟。其次从信息源的竞争方面看，以前关于国际重大事件的第一手信息一般都属于中央台，然后层层下放，在时效性上城市电视媒体要略逊一筹，而在中国加入WTO以后，将有更多的跨国媒体登陆中国，也就是说城市电视媒体获得信息源的途径将更多，时效性也随之增加。同时，城市电视媒体比中央台、省级台的优势还在于立足本地，更深挖掘独家新闻，充分发挥城市电视媒体的地域优势，使受众在了解天下事的同时还了解身边事。最后是从收视率的竞争方面看，这也是媒体竞争的关键，最终将会落实到广告收入的多少。在中国加入WTO以后，国内的观众将有机会接触更多的国内外媒体，眼光势必会变得越来越挑剔，这也打破了中央台长期以来惟我独尊的局面，让国人有了比较的对象，发现中央台并非尽善尽美，这就给了城市电视媒体一个重新崛起、受众重新定位的机会。

城市电视媒体究竟能否像改革开放初期那样在挑战中抓住机遇，不断创新以保持自身的活力，还是在国内外媒体的夹击下一蹶不振，成为竞争的牺牲品，目前尚是个未知数。但是，随着新世纪的到来，新一轮的媒体竞争也蓄势待发，城市电视媒体只有冷静地分析国际和国内媒体的发展趋势，坚持实事求是，充分发挥其独特的地域优势，找准城市电视媒体的坐标和发展方向，才有可能在新世纪国内外各种媒体的发展和竞争中找到一席之地。

参考文献：

[1] 吴信训主编 都市新闻传播学[M] 中国社会科学出版社，2001

[2] 周伟主编 媒体前沿报告[M] 光明日报出版社，2002 p 104

[3] 张鲁闽，陈桂林主编 集团化：城市电视新闻的对策[M] 北京广播学院出版社，2002

(原文载于《西南民族大学学报》2005年第5期，责任编辑 吴定勇。)

来源：《西南民族大学学报》编辑部
阅读：1866 次
日期：2005-07-06

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

上一篇：论党报市场化的特色和优势

下一篇：新闻照片里的奥运景观——对《华西都市报》和《成都商报》奥运特刊之比较研究

>> 相关文章

- 从传播效果看女性主义在广告中的缺失
- 流行：引领广告的一面旗帜
- 《媒体的问题：二十一世纪美国的传播政治》
- 关于媒介经济的若干问题
- 外国媒体与我国司法的关系
- 2004年-2005年中国文化产业形势分析与展望
- 一把尺子量出伯仲来——齐鲁晚报·生活日报科学考核体系的建立实施
- 别用政治威吓模糊真正问题

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

备案号/经营许可证号：蜀ICP备05000867号

设计开发：阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛： 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .