

网络媒介对受众传媒接近权的突破

作者：李杰

【内容提要】网络媒介时下已经成为了人们最具时效性的和最具全面性的传媒工具之一，它的出现带来了传播媒介的一次革命性跨越，被人们称之为大众的“第四媒介”，它可以综合以往媒介的大多特性，能够在受众传媒接近权这一领域比以往媒介走得更远，也更能体现这个领域给作为受众的我们所带来的更多反馈机会，正如此，它所带来的“接近权”是突破性的。

【关键词】 网络媒介 受众传媒接近权 突破

网络媒介作为人们传媒所加冕的“第四媒介”让信息时代的媒介定位扩大了成倍的立体面积，网络技术的发展成功地给这一新生媒介提供了硬件支持和平台。网络的影响是迅速而广泛的，甚至是革命性的。2004年7月20日，中国互联网络信息中心(CNNIC)在京发布“第十四次中国互联网络发展状况统计报告”。报告显示，截止到2004年6月30日，我国上网用户总数为8700万，比2003年同期增长27.9%，上网计算机达到3630万台。网络国际出口带宽增长飞速，总数达到53.9G，比去年同期增长190.3%。CN下注册的域名数、网站数分别达到38万和62.7万。报告中主要数据说明，前十年的发展取得丰硕成果，我国互联网事业正在持续快速的发展，并在普及应用上进入崭新的多元化应用阶段。互联网的影响正逐步渗透到人们生产、生活、工作、学习的各个角落。我们在审视以往媒介的同时，也开始更多地关注网络这一媒介的发展和影响，但与以往媒介比较的同时，我们用已有眼光来审视也是远远不够的，更多地需要我们深刻而理性地细化审视网络传媒的发展。从传播及传播学的角度出发，“接近权”这一概念是受众对一次或几次传播过程中的一种权利自然和不自然的赋予，这种权利的赋予类同于受众在传播中的其他特有地位一样，应是受众的基本权利，同时也是传播者的义务。将“接近权”引入到网络传播是新型传媒自身发展的使然，也是网络对传媒过程的全方位扩展。

网络正在实现着受众接近权的更深层次的突破，所以，它不是突破，而是更深层次的突破。在它向传统媒介显现它无可比拟的“接近权”或其他更多优势的时候，也在自身弊病的另一条道路上越走越远，此时，网络“接近权”成为网络传播的双刃剑，让网络传播在自我抉择和辩证统一中发展。

一、受众传媒接近权界定

1、受众传媒接近权的提出和界定

1967年，美国学者J·A·巴隆在《哈佛大学法学评论》上发表了《接近媒介——一项新的第一修正案权利》一文，首次提出了“媒介接近权”的概念。1973年，他又出版了《为了谁的出版自由——论媒介接近权》一书，对这个权利概念进行了系统论述。巴隆认为，美国宪法第一修正案规定的“出版自由”所保护的是作为一般社会成员的受众的权利，而不是传媒企业的私有财产权；在传播媒介越集中于少数人手中、广大受众越来越被排斥在大众传播媒介之外的今天，已经到了“必须把第一修正案的权利归还给它的真正拥有者——读者、视听众”的时候了。

“接近权”或者“受众传媒接近权”(The right of access to mass media)是指“大众即社会的每一个成员皆应有接近、利用媒介发表意见的自由。”这一理论的首倡者美国学者巴隆认为一般社会成员可以也应该利用传播媒介阐述主张、发表言论以及开展各种社会和文化活动的权利，同时，这项权利也赋予了传媒应该向受众开放的义务和责任。“为确保大众的言论自由，也必须由宪法确认大众‘接近’媒介的权利”。这个新的权利概念出现于20世纪60年代的美国，并在西方国家产生了普遍的社会影响。

2、受众接近权的内涵意义

从理论背景上来看，“受众接近权”无疑是在反对媒介私化，媒介应该是一种社会公器，也是如美国宪法第一修正案规定所言是一般社会成员的“受众”权利，与现状应该是截然不同的。媒介接近权的概念，反映了资本主义媒介制度下社会成员的表现自由或者言论自由的权利与媒介的私人占有制之间的巨大矛盾。似乎媒介私有化成为一种既定的制度一样对受众的“传播权、知晓权、接近权”等权利进行了体制化维模。“接近权”让人们趋于认清现实中的私有传媒方式和自我在这个方式中应有的地位和权利，让原有的“理想化言论自由”的观念趋于冷静思考，唤起人们对媒介权利分配的认识，也企图削弱体现在媒介上过于浓重的权利色彩。与上述中提到的矛

盾相对应的就是说，虽然美国等国的宪法规定了社会成员拥有表现自由或者言论自由，然而在现实中，能够有效地实现这些权利的重要手段——大众传播媒介却作为私有企业控制在所有者手中；由于私有财产权的排他性，这种私有媒介制度所保障的仅仅是所有者权利，而不是一般社会成员的权利。这个矛盾，如果说在自由资本主义阶段尚能由于许多中小媒介的存在而得到缓和，那么在进入垄断阶段后，传媒越来越大型化和独占化、越来越集中于少数大资本手中的状况下，矛盾的激化便是在所难免的。媒介接近权的概念，正是这种背景下提出来的。

3、受众传媒接近权的意义

媒介接近权的核心内容是要求传媒必须向受众开放。从传播学角度，受众接近权的强调意义深远。一是将人自身权利因如传播学当中，体现一种文化进入大融合、大别类时期的人文主义原则，做到了传播以人为主体为点向整个传播过程扩散，似的传播过程人性化。二是利于提高传播效率，多加强了反馈这一环节，提高了传者与受众之间的信息互动，使传播者的传播更好地满足需要，更充分地被接受。要建立畅通的反馈渠道，就必须保证受众的媒介接近权，使受众可以对媒介的报道进行纠正或补充。三是推动媒介环境的自我完善。传播理论中，在客观环境与人对客观环境认知之间，存在着一个信息环境，依靠大众传播媒介构造。这个是一个虚拟的环境，这样一个虚拟环境接近真实的程度要取决于传者的素质。而受众不为之被动接受，而是主动参与就能对传者素质提供有力约束。四是促进了信息在受众中的消化程度。只有信息被受众充分接触和认识，才能反馈于传者，而受众需要接近权的支持对信息进行深层而真实的了解，五是比较妥善地解决了信息源和传者之间的关系。受众接近权的出现为信息赢得了一定的主动性和独立性，使得信息源受传播者选择权支配的悖论有所改善。从社会发展角度，受众接近权则成为实现现在民主制度的重要途径。“这个权利概念提出已经有近四十年历史，它虽然尚未形成法律上的明文规定，但至少在三个方面已经产生了普遍的影响。第一个方面是“反论权”，即社会成员或群众在受到传媒攻击或歪曲性报道之际，有权要求传媒刊登或播出声明，对此，美国联邦法院已有支持反论权的判例。再如，曾几何时的港台一些媒体及报刊对演艺圈内艺人的娱乐报道发展至偷拍、捏造事实、刻意制造负面新闻等，给艺人个人造成不良后果和影响。艺人们对此利用媒介进行了抨击和谴责。第二个方面是“意见广告”。为了争取受众的好感和信任，目前很多印刷媒介已经能够在不同程度上以收费的形式接受读者要求刊登的意见广告。第三个方面体现在多频道有线电视领域，一些国家基于媒介接近权原理，在发放有线电视系统经营许可证之际，规定了必须开设允许受众自主参与的“开放频道”的附加条件，这些措施虽然不能从根本上解决问题，但是在缓解社会矛盾方面起到一定作用。

4、我国媒介接近权状况

我国的传媒实行社会主义公有制，从原理上来说是不存在受众媒介接近权问题的。不过，伴随着近年的市场经济的发展，我国的大众传媒也逐渐具有了经营试题的性质，有了自身的经济利益。当传媒的自身利益与受众利益发生冲突之际，如何自觉地尊重、维护和保障受众的权利和利益，在我国的传媒活动中也是一个应该引起重视的问题。

二、传统媒介与网络时代的衔接——接近权中的媒介比较

1、从传统媒介的特性影射接近权状况

传统媒介一般界定在报纸、广播和电视这三种大众传播媒介上面。在与网络媒介整体对单一的比较中我们可以寻找出很多报纸、广播和电视的共性，虽然他们之间有时间上的差异。

第一，传统媒介具有单向度的性质。报纸从它产生的那一天起就是有传者向受众的单向的传播，往往反馈是很难实现的过程，尽管在现在媒体理念下，这种反馈稍有实现，但是它不具有代表性和广泛性。在中国传播史上，受众对传播内容的修改不仅是被禁止的，而且绝对没有再传播的可能性。广播和电视，受众在接收信息之后很少有机会参与到信息的处理当中，往往是传者向受众的单向度传播是传者自我的传播理念在支配。不仅仅是这样，在过去通信不发达的环境中，受众和传主的沟通都是困难的，无论是报纸还是广播电视当中，我们能够看到听到的任何受众的声音都是在传主编排下实现的，实际上已经是传主的声音。在那样的状况下互动的传播根本就是一种奢侈。正是从这样的角度我们说，传统媒介都是单向度的媒介，他们所实现的传播都是单向度的传播。

第二，传统媒介对于突出受众媒介感受是不一的，对于各种感官的满足是不能等同的。加拿大传播大师麦克卢汉认为“任何媒介都是人的延伸”，这给了我们一扇理解媒介的窗口。传统媒介当中，报纸是人视觉功能的延伸，而且他要倚赖人的文化水平，正是因为报纸有着这样的弱点，所以作为人听觉功能延伸的广播媒介的出现就在很大的程度上弥补了他的不足，在广播刚刚普及到我们国家农村的时候，甚至一个连自己的名字都不认识的老人就可以边做饭边听广播的内容，这是广播媒介的一个巨大进步。依托于广播技术的发展，广播在二战期间曾经震惊了世界，出现了很多著名的声音和主持人，成就了一个媒介时代的辉煌，但是随后随着电视的出现，广播日渐的没落了。这是因为电视已经不仅仅是人一种感官功能的延伸，也在画面上给了人们一种思维上的扩展和想象空间的机遇，很大的程度上通过一个电子设备平台延伸了。但是他还是没有突破一点，那就是他对人感官功能的延伸

并不是全面的。我们看到了电视的画面上文字，我们听到了电视中的声音，可是我们不能像保存一份报纸那样来保存他们，正是因为这一点，无论是广播还是电视他们对报纸的冲击都没有想象中的那么大。但是电视的出现极大的冲击了广播，广播只好利用电视的一些弱点，比如电视接收器远没有收音机携带方便和价格便宜，而且广播节目的制作远没有电视节目制作过程那么烦琐和昂贵。正是这样广播才能够在电视的冲击下继续独立的存在。本来随着技术的进步，电视可以发展到克服这些弱点的，但是网络媒介的出现割断这种可能性。

第三，媒介的高度选择性。时间和版面的限制给媒介的选择以普遍认可的理由。而传统媒介出于自身立场和利害关系的考虑，必然在选择时有所偏重和回避，这使受众的意见和事实实际上很难获得公平对待。在我国有些足球比赛过程中，会出现一些不和谐的画面，但是往往此时导播有意地将画面切到其他场景上，之后的报纸、广播电视的报道又是不能如一报道，给受众在接受事实真相上遇到困难。

第四，信息量与质的矛盾引发资源不合理整合。报纸的版面无论怎么多都是有限量，如果通过报纸数量的增加来解决这个矛盾，那必将造成资源的浪费。广播不具有共时和延时的性能，一定时间内，每个波段都只能传播有限量的信息，现在数字音频广播的发展使得每个广播频率的频带变得很窄了，但是这并不能从根本上解决问题，而如果依靠这样的增加频率的方式来扩充信息容量，给听众造成的选择困境毕竟使广播的听众更多的流失，广播越来越窄。电视更是如此，电视的巨大投资甚至使得依靠增加电视频道的数量这样的方式变得困难。传统媒介的这样的一种有限的信息流量会越来越不适当今信息爆炸，有着无限的信息流的时代。

第五，媒介追求新闻效应，往往一种媒介多以自身的新闻来吸引受众注意力增加自我实力，但是往往这种新闻的权威性又需要得到证实，普通大众意见很难获得被关注的机会，因为他们往往不具有权威性质。一般来说，拥有显著经济或社会地位的人本身具有新闻性，他们的言论容易被大众传媒关注。往往也能被当作新闻事件的砝码性的筹码，可以增加受众视点。目前不少媒介开办讨论类的节目或栏目，差不多成为各类名流的论坛。普通百姓很难露面。如果出于某种原因或关系，这些拥有话语权的群体保持沉默，此时就成为了传播学中沉默的螺旋——沉默的大多数，则人们很难从媒介获得对事实和现象的全面认识，则人们很难从媒介获得对事实和现象的全面认识。

2、网络时代带来媒介一同整合

“传统媒介是大众传播时代的媒介，我们的时代已经不是大众传播的时代，我们已经进入了个性的小众化传播的时代，”在这里我们可以将其称之为“网络传播”时代。网络时代是可以整合以往的媒介的传播方式，今天我们的网络上可以看到视频的图象，可以听到各种各样的网络广播和声音媒体，当然，在网络上电子版本的报纸也是很方便的。我们可以选择我们喜欢的方式来接受传者传播的内容，传者也可以不顾及地传播他所想传播的内容，当然，传播的反向反馈也很直接地通过一个电脑屏幕显现在我们的眼前。人类的传播经历了人际传播时代，在印刷媒介出现以后又走进了大众传播时代，今天网络的出现推动着我们走到网络传播时代当中。大众传播时代传播的特征之一就是信息只是由传者发出，不考虑受众的差别（当然，这不是传者的过错，大众传播时代的技术条件不允许对受众个性有所顾及）。在信息来源还少的人际社会里，这样的传播无疑对于人们之间相互的了解和沟通是有极大作用的。但是当信息极大的丰富之后，这种填鸭式的传播已经越来越落伍了。在网络的内部当然也会出现大众传播中出现的意见领袖的现象，自然而然地成为了接近权最先进的领导者，他们倡导让他们接受的信息成为一种声音，通过网络这个渠道表达达到传者那里，或是为了交流，或是为了得到肯定。

通过对传统传播媒介特质考察，我们再来认识今天传统媒介正在走的路，和他必将要走的方向，我们再来认识今天网络作为一种全新媒介的发展，就不难得出我们的结论了。接近权虽然在上世纪提出，但是他也如其他学科一样走过了自发的到成熟的道路，但是自媒体出现，其实它就若即若离地跟随在媒介的身边了。

三、一个“第四媒体”的时代——突破接近权防线的网络媒介

1998年5月，联合国新闻委员会举行的年会上，第四媒体的概念被正式提出，联合国秘书长安南在会议上指出，在加强传统文字和声像传播手段的同时，应利用最先进的第四媒体——互联网，以加强新闻传播工作。1999年4月14日在北京召开的第二届亚太地区报刊与科技和社会发展研讨会，首次确定了第四媒体的概念。现在社会中，网络媒体正以汹涌澎湃之势席卷而来，其影响力对传统媒体产生了强烈的冲击。在它的发展中逐渐凸显着自身的特点：

1、传播空间全球化和内容实时化、更新快

现在网络媒体的空间以及今年感遍及全球的各个角落，任何信息在世界任何角落进入互联网，几乎就可以同时被全球的网民收看或收听到。这种空间覆盖能力即传播空间全球化的特点，是传统媒体望而兴叹。网络媒体的信息内容可以随时发布，得到信息的方式也是方便快捷的，这些信息的更新速度也在随时发生着变化，随时可以关注信息的最新发展动态。

2、传播手段多媒体化

网络媒体集合了以往任何媒体的特质，声音、图像、文字等，是真正意义上的“多媒体”。现在，人们又不甘于只在这样的媒体环境中，又研发出虚拟环境，让人在感觉上更多地接近真实的和理想的环境中。最大的特点就是使得传播成为一个开放的系统，他照顾每一个人而不仅仅是传受双方，他“有利于每个人的自由发展”。

3、传播方式交互化

网络媒体提供了许多的手段让网络的用户互动，有学者甚至指出，在网络传播里面没有了传播者和受众的概念，有的只是网络用户。这是一个贴切的说法，因为网络媒介和前他的媒介的一个根本的不同就是网络媒介没有一个确定的所有者，谁都可以获得、发表、评论信息。目前博客的出现扩大了这一点，而更加开放的允许任何人撰写修改的模式也已经在美国出现。在这样的传播当中，人人都可能是信息接收者同样人人都可以是信息传播者，这一点和人际传播有很大的相似，但是网络传播的优势在于他扩展了人际传播的时空范围，并且他的信息可以保存，后一点无疑也是十分重要的。

4、传播者多元化和受众主动化

在网络传播中，传播者呈现多元化的特征，即任何人都可以成为传播者使得每一个人能够主动制作出自己要传播的信息形态，从信源到信宿的过程不再是大众传播媒介时代那种不确定信宿被动接受单一信源的信息，而是完全的照顾了网络用户的个性，他们不但可以根据自己的喜好和需要接受而不是接收信息，他们还可以根据自己的喜好和需要有目的评论、发出信息。网络的受众可以根据自己的需要进行网络信息的挑选，可以质询传播者的信息来源是否真实，甚至可以把自己当作另外一个传播过程的传播者或者对已有信息的反馈者。

四、网络媒介：受众传媒接近权的突破

尼古拉斯·尼葛洛庞帝曾经指出：“网络媒介是传统媒介的掘墓人”，传统媒介的“前途百分之百要看他们的产品能不能转化为数字形式”。网络媒介融合性让它的特质远远高于传统媒介，网络媒介更加地适应现代社会传播的需要，网络传播模式也更加的适应受众分化和个性化发展中对信息的需求。网络用户可以自由发送信息、交流观点、展开讨论，为民间信息和意见提供一个重要集散地。更为重要的是他可以选择更多的每一个个体作为自己网络上的意见领袖，在虚拟的社区背后，自己就是一个网络上的言论者。然而接近权的概述并不局限在发表意见，也在于受众也是一个事件真实性的探询者，用一个虚拟的称谓了解到更多的事实真相，继而对事件进行意见发表和评述。

网络传播正在以自己的方式进行着传媒接近权的突破：

1. 信息准入特权在网络传播当中被打破。正如新闻记者曾经被视为无冕之王一样，传统媒介也被视为是未被加冕的信息权力。是传播中的“把关人”的一种变相延伸。传统媒介是一种信息机构，它的监视环境职能是人们赋予的。同时，人们也赋予了它选择的职能。对信息的选择慢慢可以上升成为一种特有权利：“准入权”。这样产生了媒介之内，环境之外的把关人，他们拥有信息准入的特权。符合把关人利益的信息被传播，符合公众利益而与把关人利益相违背的信息则可能被遏止，把关人（媒介）利益超越于公众利益之上。这样的结果可想而知，强势力量可以利用媒介，处于弱势地位的声音难以接近媒介。

网络技术使大众传播过程中的互动有了倍增的扩展，网络在传播结构上是开放的，在自我的存储能力上是“无限量”的，这对于受众的接受环境来说提供了很大的选择和反馈空间，他们可以接近任何一个想要和需要的点或者层面。对于受众来说，网络技术最大的意义可能在于提高了他们在传播过程中的地位，他们由被动的接受者变成主动的参与者。在网络媒介中，他们更多地考虑的似乎是对传统媒介的颠覆还是重建。2000年，韩国记者吴延浩（Oh Yeon-Ho）成立了自称为“新闻游击组织”的网站，以“市民新闻学”这一全新理念为标榜，他曾经提出“每个人都是一名记者”这句口号，最初目的是在主流媒体之外发出自己的声音，充分调动每一位市民的潜能进行新闻报道。如今该网站已经由一个四人团体发展为拥有53名全职成员的集体，为该网站写作的“市民记者”的数字由700人增加到大约26700人，每天有200万人上网收听收看ohmynews的新闻。吴延浩认为，对于传统主流媒体的不满意和不信任程度的增加，使人们表达自己的愿望日益强烈。现代科技的进步，为每位市民成为一名记者提供了现实条件。网络较低的准入门槛（一定的技术、文化和物质条件）为大众发表多样的意见提供园地的同时，其实也就打破了传统媒介的信息准入特权。

2. 个人意见在网络中有力传播。大众传播中的传统媒介往往会限制作为普通民众的受众的个人的声音成为传播的弱势群体，个人意见要想产生较为广泛的社会影响，希望是渺茫的。多是给了一些传统意义上的“意见领袖”的话语权，现在，网络的出现则改变了这种状况。虽然目前从总体势力来看，网络影响力还不敌传统媒体，但传统媒体也不可轻易忽视之。古典自由论所极力倡导的“观点的自由市场”，已经慢慢体现出来，更多的时间给予将回发展成为媒介的主流。

3、受众对“话语权”的使用。网络传播低的门槛使得更多的人在考虑信息发布的时候不再有所顾忌。发布信息不再是一种特权，这似乎就以为着对媒介“话语权”的使用。波及一时的甘德怀考博事件，从网络上强调了话

语权的重新审视。甘德怀是山东大学法律系教师，今年报考了北京大学法学院的博士。2004年4月19日，笔试成绩第一的甘德怀在复试中落榜。他认为复试过程不合理，存在不少漏洞，并开始和北大法学院院长朱苏力公开对此作出回应。双方的观点之争在网上引起一场大讨论，讨论的焦点是博士生复试中，校方和导师的选拔权到底应不应该受考生笔试资格限制

4、传统媒介监督和自律受到拷问。自从传播学的社会责任理论提出以来，人们一直都在探讨如何监督媒介的问题。人们寄希望于媒介自律、媒介管理、媒介教育和公众监督等渠道。但细想，媒介的权力并非一种实在赋予的权力，它是依靠其在信息传播中的特殊地位，作用于社会舆论而产生的特权。因此，监督媒介权力，只有先打破它在信息传播过程中的垄断地位。现在，网络承担起了这个角色。我们已经在不止一个案例中看到，大众传媒所制造的舆论氛围被打破，不得不尊重事实的真相和真正的社会舆论。

网络正在实现受众接近权：

1. 信息传播中的渠道底线。其实很多个人的受众信息是不可能完整地在传统媒介上展现出来的，流于弱势的群体以及信息又试图引起关注。这些因为种种原因而没有进入大众媒体的信息，可以首先在网络上找到存身的空间，并可以获得一些浏览者的关注，传统媒介所制造的权力空间在他们自己的传播领域之外被开了一个领域。马特·德拉吉率先向全世界传播着克林顿与莱温斯基的绯闻就是一个例子，他让传统媒介在网络媒介的面前有了一次低头。

2. “沉默的大多数”不再沉默无语。大众传播学有著名的“沉默的螺旋”学说，人们总是处于沉默的大多数的位置，他们的意见总是处于意见领袖的跟从之下，也需要有意见领袖的言论来形成自己的观点，但是这种观点却也只是在自我意识中形成，也不能通过窗同媒介对其进行发表或传播，从而达到交流的目的。通过网络，在大众传播中处于弱势地位的信息，绕过大众传播的环节而有可能在网民乃至网外产生一定的影响。似乎正是如此就印证了“蝴蝶效应”的原理，虽然一个小小毫无相关的意见可能就会引发大规模的网络传播风暴。直击网上的“孙志刚事件”就足以证明，“孙志刚事件”始于报纸，但是在网络的传播作用和大面积的意见呼声下，成为了一件引人注目的事件。

3. 网络与传统媒体的联动效应。不少信息源因为获得在网络上的表达机会，引起传统媒体的关注，并进而成为社会关注焦点，形成了一连串的波动效应，最终可以形成网络 and 传统媒介的多方观察和关注。传统媒体与网络的联动如今也日见“亲密”。首先是纸质媒体与网络搭上姻缘，全国上网的报纸已达200多家。报纸电子版的开通，方便了广大网民在网上纵览各报信息。同时，网络因自身采编权受到限制，新闻来源有限，很自然地会广泛地从各家报纸上选择资讯。网络与报纸的联动增加了新闻传播的广度和范围，大大提升了新闻合力。随着“流媒体时代”的到来，广播电视也纷纷登陆网络媒体，并以全新的数字技术“流”的方式向受众传播，使网络平添了不少魅力。借助网络传播的互动优势，广电媒体增添了任意时段即时点播等多种功能。一篇题为《TOSHIBA还要蒙中国消费者多久？》的文章在新闻网站——千龙网开通之日登出，一周后北京电视台、《中国青年报》、《光明日报》、《新民晚报》等众多媒体陆续跟进，质问东芝为什么对中美两国消费者采取不平等待遇：为什么美国人和中国人同样是东芝的消费者，美国的消费者可以得到10.5亿的美金的补偿，而中国人却没有，凭什么东芝只赔美国人不赔中国人？舆论界的意见出现了惊人的一致。在一个多月的时间里估计有上千篇文章出现，这些报道很快在社会上引起强烈的反响。

接近权不可忽视的负面：

从目前来看，网络也是在成熟中慢慢趋于完善，受众接近权已经开始成为一种主流的网络特性，但是这种网络特性是否就是受众的保护伞和一成不变的法宝呢？答案是不。接近权的双面刃也往往造就了网络媒介在传统媒介面前的不可认同性。很多受众往往都相信传统媒介所播报的信息，但是对于网络消息总是持有观望态度。主要就是信息的可信度低，一部分人无事生非，制造信息垃圾使人们真假莫辨，从整体上降低了网络传播的影响力，同时也影响其更好地实现受众接近权。

网络的前景是不可估量的，它的发展速度之高，往往会超出人们的预计，但是在现阶段传统媒介的天下，网络媒介还是处在媒介的等同从属地位，我们应该在媒介之间互相借鉴，让接近权的突破达到受众满意的位置。网络媒介作为人际传播、大众传播之后的被寄予厚望的第四媒介，接近的不应该只是受众的权利，受众不仅仅该接近事实事件本事，跟应该人性化地让我们彼此接近网络——这个第四媒介。

作者简介：李杰，男，西北师范大学副教授，中国传媒大学兼职副教授，在读博士，甘肃省广播电视新闻奖评委。

参考文献：

- [1] 郭庆光 传播学概论[M] 中国人民大学出版社 2001
- [2] 彭 兰 网络传播概论[M] 中国人民大学出版社 2001

[3] 田胜立 网络传播学[M] 科学出版社 2001

[4] 张海鹰, 滕 谦 网络传播概论[M] 复旦大学出版社 2001

[5] 江 潜 数字家园——网络传播与文化[M] 复旦大学出版社 2001

[6] 博客中国 网络传播对受众接近权的突破http://oldblog.blogchina.com/article_40807.288856.html

• The media of the network is close to the break-through of right to audience's media
Abstract: Network media become people have the ageing one and have the comprehensive media tools most most already at present, appearance of it bring one revolutionary leap of media, " fourth media " known as masses of people, most characteristics of the past media that it can be comprehensive, can be close to this field of right and move farther than past media in audience's media, can reflect this field is given as audiences' feedback chance more that we bring even more too, just as this, what it bring it " closes to right " to be to break through nature

Key words: The right of access to mass media network media

Audiences persons who spread

[回首页](#)

来源: 传播学论坛
阅读: 2325 次
日期: 2007-09-05

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

[上一篇: 优秀的多媒体记者怎样“炼”成](#)

[下一篇: 有关都市报的问题与判断](#)

>> [相关文章](#)

- [2008年中国新闻学研究述要](#)
- [一本源自新闻实践的有用的书——读张征《新闻采访教程》有感](#)
- [解读手机传播](#)
- [学派、理论化与新闻理论研究的障碍](#)
- [负面报道的概念释疑](#)
- [新媒体生态特质与优势构建](#)
- [语言帝国主义的理论构建与现实影响](#)
- [国际媒体专家谈“媒体融合” ——“2009媒体融合战略战术高级研讨班”观点概述](#)

发表评论



- 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

点 评:

字数0

用户名: 密码:

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 .