

拟态环境下的“媒介化风险”及其预防

作者：虞继光

如今，德国社会学家贝克提出的“风险社会”理论已经得到了高度认同，根据贝克的观点：现代风险的表现形式多种多样，如环境和自然风险、经济风险、社会风险、政治风险等等，它几乎影响到人类社会生活的各个方面。现代风险是隐形的，并且具有高度的不确定性和不可预测性。现代风险不是孤立的，它的影响将波及全社会，而且是以一种“平均化分布”的方式影响到社会中的所有成员，包括穷人和富人。而且，现代社会的风险一旦转化为实际的灾难，它的涉及面和影响程度都将大大高于传统社会的灾难。

现代社会风险的一大特点，是它叠加在“媒介化社会”的基础上，以通俗的话表达：当代的社会风险，大多是由传媒的信息传播行为呈现出来的，因而是典型的“呈现性风险”，或者说“媒介化风险”，普通人感受到的不是实际的风险，而是被传媒呈现后的风险，传媒报道、披露的风险信息，是一般社会成员能切身感知到的风险的关键性源泉。如此，人们不得不关注一个颇为现实的问题：在拟态环境下，传媒主动或被动引发“媒介化风险”的可能性，以及如何有效预防它们的出现。

一、拟态环境与传媒的风险呈现

李普曼“拟态环境”理论中指出，我们每天接收到的信息越来越多，我们根据这些信息形成关于这个世界的看法，但我们的这些看法并不来自于直接经验，而是来自于大众传播媒介给我们营造的拟态（虚假）环境，进而我们按照从这一拟态环境中获得的信息，去理解与想象一个“现实”的世界。所谓的“拟态环境”，正是传播媒介通过对象征性事件或信息进行选择和加工、重新加以结构化之后向人们提示的环境；然而，由于这种加工、选择和结构化活动是在一般人看不见的地方（媒介内部）进行的，所以，通常人们意识不到这一点，而往往把“拟态环境”作为客观环境本身来看待。[]日本学者藤竹晓进一步发展了“拟态环境”概念：在拟态环境中，起初不具代表性和普遍性的观念、价值、行为方式等，在经过大众传播后具有了重要性，而与“拟态环境”存在一定距离的真实世界，在大众传播的作用下越来越向“拟态环境”靠拢，并日渐形成“拟态环境”的特点。

传媒天然是人类的信息传播工具，这使得它们拥有了充当人们与外部世界沟通中介的先天优势，在风险社会中，人们也很自然地把这项重要使命移交给传媒：社会风险的“不确定性”加剧了社会成员对新闻信息的渴望与焦虑，因此，风险社会学赋予媒体在“对抗风险”、“揭露风险”、“具象化风险”方面的重要责任，风险议题有赖于传媒的呈现，大众传播将有效提高风险情境的“社会能见度”，贝克也充分肯定了大众传媒在风险社会中积极的传播功能：“对已经确定的风险的定义就像是一支魔棒，在一个对自身造成威胁的迟钝的社会，它可以激活政治中心。从这个意义上说，公众（大众传媒）对风险的揭示就成为流行的思想狭隘的‘更多同样的事’这一态度的解药。”

风险社会的另一大特征是其平等性。换言之，人人都有可能受到危机的影响。因此，在新的风险社会中，应建立起双向沟通的“新合作风险治理”模式，在政府、企业、社区、非营利组织之间构筑起共同治理风险的网络联系和信任关系，建立起资源、信息交流与互补的平台。这样才可能充分动员一切社会力量，共同应对未来可能发生的风险，在很大程度上，传媒将是最可依赖的信息平台，作为政府与公众中介的媒体，在突发事件的应对和管理中成为决定成败的关键因素。

澳大利亚危机管理专家罗伯特·希斯将媒体在社会风险中可资发挥的作用概括为：

1. 提供信息，指导公众在不同的危机情境中行动；
2. 增强公众的危机意识；
3. 危机发生时警示公众；
4. 为危机管理者提供信息，关注利益相关者的情绪，可以理解和分析较大的危机；

5. 提供有关做什么、去哪里、联系谁及采取什么措施的信息，以控制并解决危机。[]

在当今社会，大量风险是由技术导致的，其重要特点之一，便是普通人无法通过感官直接感知，风险在表现为实际症状之前一直笼罩在一种不真实的氛围中，或者说，由于与这些技术有关的危险不是一种可视的存在，它们很难被人们认识为风险，风险社会中的公民很可能就是“瞎眼公民”。这种情形不仅发生在风险的潜伏阶段，也可能发生在风险的初发阶段，当公民、乃至政府尚未充分意识到风险的存在时，传媒和记者就应该及时传递信息，呈现风险景象，提供风险预警，这在美国知名新闻记者约瑟夫·普利策那个著名比喻中可以得到充分印证，他说：“倘若一个国家是一条航行在大海上的船，新闻记者就是船头的了望者，他要在一望无际的海面上观察一切，审视海上的不测风云和浅滩暗礁，及时发出警报。”

社会对传媒在风险呈现方面的功能的合理预期，是借助传媒塑造社会的风险共识。传媒关于风险共识的诉求在于，利用传媒的影响力、充分的组织性，坚持风险分配正义及其责任框架，通过对话的方式，让政府、风险利益涉及方、专家、社会公众之间形成关于风险的共性认识，从而达成最大的关于可行性、合法性、合理性的政策形成。[]

二、“媒介化风险”的表现及危害

但是，在风险社会语境下，传媒也可能成为已有风险的助推器和新风险的发动机。因为受众对风险的认知和理解离不开传媒，在现实的社会风险面前尤其如此。一旦传媒在风险呈现过程中出现偏差，高度发达的现代信息技术很快就会将其全球传播，由风险和灾难所导致的恐惧感和不信任感将通过现代信息手段迅速传播到全社会，引发社会的动荡不安。

“媒介化风险”的主要特点在于，传媒因其社会信息沟通中介的特殊角色而发起了风险，这一点又突出地体现为两个方面：一是传媒本身无中生有地挑起风险，制造社会恐慌或混乱；二是传媒在传播既有社会风险过程中，有意识地扩大或缩小，使已有的风险无法准确反映，传媒失去了预警的功能，转而成为风险的参与制造者。前者是传媒主动担当了新的社会风险的“发动机”，后者则表现为传媒充当了已有社会风险的“助推器”。

传媒在已有的社会风险中充当“助推器”，教训可谓层出不穷——

现阶段，我国广大民众缺乏科学的风险意识，不能以科学的态度认识和应对风险事件的发生，这样的社会心理背景，考验着传媒在风险传播过程中的表现，“媒体误读”必然加重人们的焦虑与恐慌，使事实的风险与恐慌的社会心理相结合，最终加重风险的危害程度。例如在2003年“非典”时期，相当一部分地区的群众对“非典”产生了不同程度的恐慌，心里焦虑，流言四起，整个社会人心惶惶，而在2005年禽流感较为严重的时期，很多人拒绝吃鸡，以至于谈鸡色变，在这些案例的背后，传媒的推波助澜作用是不可小视的。

传媒对科学的误读，是传媒解释社会风险时出现偏差的一个重要原因。现代风险与科学技术的发展有着密切的联系，许多风险是基于科学技术的变化而产生的，要求人们以高度科学的态度对待，而传媒在报道科学问题时往往偏重于轰动性和影响力，却忽视其完整性和平衡性，加之一些记者的科学素养本身也存在瑕疵，最终导致对风险议题的呈现常常出现偏差，对某一特定议题的报道在数量上多寡失当，在内容上也选择不妥，而且传媒的报道取向，也影响到它能否尽量完整地呈现与风险议题核心论述有关的诸多事实。由于这些因素的存在，传媒对于特定社会风险事实的揭示往往带有欺骗性，更加剧了人们的不安全感。

此外，风险的高度“不确定性”赋予了风险的高度争议性，争议的焦点契合了传媒的价值判断。触及社会中枢神经的风险事件，事关受众的切身利益，暗合了传媒的新闻价值观。现代社会中传媒的企业化特征，导致了在不能确定基本状况的情况下，一些传媒为谋取“眼球经济”，故意夸大和歪曲风险的实际情况，形成所谓的“风险预言”，传媒成为社会风险的建构者、“发动机”。

风险是对“常态社会”的破坏，是一种非常态，而这恰好是各种传媒报道、传播的兴趣点所在，反常性是报道追逐的焦点之一，在商业利益、新闻竞争的背景下，一些传媒不免要把风险作为炒作的对象，倾向于强调戏剧或例外的情况、意见不一致和冲突等，许多学者曾批判这种情形：都市生活类报纸充斥着庸俗新闻并将日常生活夸大甚至扭曲，而媒体与受众沉醉于观看的热闹而忽视问题的实质，必然丧失对问题的深层思考，2007年初个别报纸对“海南香蕉致癌”的连续报道以及导致的后果，就是这类行为的一个典型，学者研究后发现：其对广州香蕉感染枯萎病（俗称“蕉癌”）的报道并非凭空捏造，也不存在报道失实；然而，整个报道却存在着煽情、夸张、失衡、不严谨等问题，从而在某种程度上误导了消费者……煽情报道之所以会出现，则是为了强化报纸的卖点与看点，抢夺读者的眼球，争夺注意力资源，一言以蔽之，是为了片面追求市场效应与经济效益。[]

实际上，简单的两分法并不足以囊括所有的“媒介化风险”，还有一些更深层面的因素牵制着传媒：现代社会的各种资源与权力嵌入传媒，导致了传媒成为政治、经济、文化等各种权力博弈的地方，是软实力的角逐场所。真正的社会事实往往让位于政治与经济目的，传媒对于风险不再简单的再现，而是各种社会风险因为各方势力的影响而被媒体隐藏，在隐藏状态之下，社会风险实际上被加大了风险。

英国学者安东尼·吉登斯认为，随着风险社会的到来，我们对社会中提供信息和解释信息的符号系统和专家系统的依赖程度越来越深，如果这两大系统出现问题，现代社会就有可能陷入高度紧张和突发性事件所带来的混乱的风险之中，而传媒是“提供信息和解释信息的符号系统”的核心部分之一，一旦其在风险传播中发生扭曲或误读，社会危害不难想见。

三、“媒介化风险”的有效预防

对于“媒介化风险”的有效预防，不能采取因噎废食的态度，以牺牲传媒的风险传播功能为代价，相反，必须在有效强化传媒的风险传播职能、推进社会风险抗御能力的前提下展开，是对其正面作用的进一步加强。

传媒能否完整地呈现风险议题、有效地促进风险传播以及深入地阐述公共政策议题，对于提高社会的风险抗御能力具有举足轻重的作用。2006年，我国政府印发了《全民科学素质行动计划纲要（2006—2010—2020年）》，明确指出“提高各类媒体对于公共卫生事件和重大自然灾害等突发事件的反应能力，指导公众以科学的行为和方式应对突发事件。”这为充分发挥传媒的社会监测功能，完善社会利益协调和社会纠纷调处机制，建立健全社会预警体系和应急救援、社会动员机制，提高处置突发事件能力提供了政策规范，传媒在风险传播中的功能必须加强，显然是其中的应有之义。

但是，传媒作为风险传播的主体之一，不能也无权僭越自身的角色规范，传媒的责任是如实提供信息，呈现社会风险，促进社会的风险共识；而非炒作、扭曲或误读社会风险，制造社会恐慌或混乱。

传媒在风险社会中正确发挥呈现功能，注定了它们必然是负责任的媒体。新闻媒介应负起正确引导公众舆论并进而引导公众参与政治的社会责任。首先，媒介应充分尊重公众的意见，为公众提供一个平等交流、讨论的论坛，而不能压制公众的意见，甚至让公众发表和自己意见“假一致”的观点。其次，媒介应以服务社会公共利益为目的，而不能为一些利益集团的私人目的服务或者为不正确的思想服务。再次，对严肃的社会问题媒介应以严肃、公正、客观的态度去对待，而不能将其“娱乐化”，败坏公众对严肃社会问题的思考能力。[]落实到操作层面，对于任何不确定性的风险信息的传播，传媒只能止于客观如实的报道，而不能取代专家系统来做任何的解释甚至是判定，更不能任意煽情炒作风险，造成社会恐慌。另外，对潜在或现实的风险适时发出严重警示的同时，也要保持科学、理性的态度，尽量充分提供关于风险沟通与批判的信息，避免自身的“风险预言”引发社会恐慌。强化风险意识，面对不确定信息，有所为而有所不为，不仅是对新闻客观性原则的忠实实践，对于有效规避社会风险也有重大意义。

此外，作为预防“媒介化风险”的另一侧面，也需要提高公民的传媒素养，指导人们正确理解、建设性地享用大众传播资源。传媒固然是人们主要的信息提供渠道，但它们并非社会风险的精确定义者，且传媒的信息传播行为有可能因为消息来源不正确或有偏见、解读的失误或偏差等而偏离现实的准确情形，因此传媒的报道不能取代科学的分析和解释，也不能替代人们的理性思考。科学、理性地看待传媒在风险传播中的作用，将有效降低人们面临的风险，避免“媒介化风险”的不必要侵袭。

参考文献：

-
- [i] [美] 李普曼著：《舆论学》，林珊译，华夏出版社1989年版，第89页；
 - [ii] [澳] 罗伯特·希斯著：《危机管理》，王成等译，中信出版社，2004年，第191页；
 - [iii] 谢进川：《风险社会语境下传媒公共实践的主要议题》，《中国传媒报告》，2007年第3期；
 - [iv] 董天策、张任青子、何裕华：《都是传媒惹的祸？——理性审视“蕉癌”风波》，《新闻记者》，2007年第5期；
 - [v] 郑保卫、朱颖：《新闻媒介在和谐社会构建中的角色定位》，《西南民族大学学报》，2005年第8期。

基金项目：复旦大学新闻传播与媒介化社会研究基地2006年度项目《新闻媒体在风险社会中的功能定位》的阶段成果。

（纸媒文本见《新闻知识》2008年第2期。）

上一篇: 教育公平的理想与现实
下一篇: 追寻“事”与“理”的融合

>> 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



- 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 .