

很大的文化认同感。90年代初期的广电城市台和中期都市报的急剧发展，更是推动了这股“社会新闻”热。

随着城市化进程，整个社会结构进入了转型期，市民阶层的发展都刺激了对“社会新闻”的需求。市场环境下，媒体之间的激烈竞争又使这一需求放大，“受众本位”的观念被提出，强调收视率，重视受众调查。分众传播成为一股潮流。然而，“受众本位”的观念仍然明显地基于商业主义的背景。大众传媒提出的以受众为本，并不表明和保证它所代表的就是公众的利益和权利诉求；恰恰相反，它仍然站在商业资本的立场上，视谋利为媒体运作的出发点和最终目标。不管大众传媒是如何去迎合受众需要，受众在接受信息的过程中都是被动的。大众传媒的“二次售卖理论”明确地道出了受众实质上是大众传媒手里的一块盈利筹码。

2002年江苏广播电视总台城市频道推出了《南京零距离》，两年后，成都地区《第一现场》、《成都全接触》、《直播60分》、《今晚8：00》、《绝对贴近》等栏目的兴起，引发了社会新闻发展的第二波高潮。这次社会新闻的复兴高举着“民生新闻”的旗号，为大众传媒的发展开拓了新思路。关键的是无论业界和学界对“民生新闻”的认识，都对传统的新闻概念和媒体自身认识有了突破和发展。

在此之前，一组既定的传受关系中，受众永远只能被大众传媒所影响，所控制、所支配的一方，反映的是大众传媒作为一种传播方式的过程特征。“民生新闻”中受众的概念开始消解，普通民众既是社会生活的主体也是社会新闻的主体。

由于社会新闻所关注的层面，普通民众不仅是社会新闻的最大收视群体，同时又以参与者、亲历者的姿态出现在新闻中。据统计，在南京和成都地区几档社会新闻节目中，市民的出镜率都超过了50%，有的甚至是80%以上^②。而且，今天在许多大城市中生存着一群向媒体提供信息的报料人，《南京零距离》约7成的新闻线索来自于民众，部分社会新闻的摄制甚至就是由民众自己完成，《南京零距离》开播之初就聘请百多名市民摄影师；《绝对贴近》则是组建一支市民DV大军，让市民成为特约记者，传播者和受众的界限俨然已经模糊。

在这个角色重叠和转换中，传统的受众的概念被消解了，民众在这一景观中是一种生存状态，而不仅仅是观看状态或参与状态，在生活的交叉与他人的互动中，对自我的认知和把握更加全面深入^③。另一方面，大众传媒对自己的社会身份进行了再认识。不再局限于传播学意义上所表现出辐射体样式，把信息以点对点形式传递给大众；而是从社会学意义上表现更为一个聚合体模式，把来自不同方面的文化权力集中统一在大众传媒身上。李希光曾说“未来的新闻存在价值在于面向“公众”而不是“受众”，大众传媒的价值也在于对“公众”在“公共领域”的统领”。

我们从一些“民生新闻”的具体形式上来看大众传媒在这一方面的变化。《南京零距离》栏目在每天的节目中公布一个紧密围绕市民生活的讨论的话题，并提供备选答案，供观众投票选择，并在节目播出过程中和节目结束前不断公布观众态度，节目在播出过程中还会随时接入电话，供观众对刚刚播出的节目发表观点，多元化的表达形成了“观点的自由市场”，很好地体现了民意。江苏卫视频道推出《1860新闻眼》设置“我爱我家”节目，从普通百姓生活中有情趣的故事切入，受众参与传播并成为了电视节目的组成部分^④。河南电视台的《民生大参考》24小时开通的民生热线，时刻保持与观众的沟通交流，手机短信平台，确保观众随时随地可以和栏目互动；网络论坛，让观众畅所欲言。最近栏目又相继推出“DV观察员”，“征集生活老照片”等活动。通过这些互动方式，丰富了节目源，也培养了节目人气^⑤。

当一个国家人均GDP达到1000美元至4000美元之间时，重大突发及危机事件发生最为频繁，各种文化和利益的冲突也表现的最为明显，公众对媒体信息的获取也最为迫切。虽然，网络给大家提供了交流平台，但浩淼的海量信息、信息的不确定和新技术对应用者的要求都使网络媒体还不能成为公众获取可靠信息的主渠道。因此，大众传媒本身带有的“官方”色彩和社会事业

性质当仁不让的成为公众与拥有“公共权力”的政府之间的“桥梁”。大众传媒身上包含了公共权力机关、商业资本、社会公众的权力关系，表现出“公共领域”的形态特征。

随着我国社会民主化进程地深入，《档案法》的实施，新闻发言人制度的确立，政务公开信息披露制度进一步完善，公众对公共事务的了解和参与程度得到了进一步加深。在媒体一哄而上的“民生新闻”热后，同质化竞争和低层次的简单重复，使一些名牌栏目收视率和影响大减。民生新闻栏目运行一段时间以后，就会面临一个难以逾越的困惑：一个小区停水停电是民生新闻，另一个小区停水停电还是民生新闻吗？因此一些新闻界同行指出，很多民生新闻新闻性不强。要在众多的“民生事件”中寻找新闻性，有时会陷入尴尬的境地而且媒介的职能也受到了质疑⁶。

一些业界人士对“民生”和“新闻”的关系进行了反思，对媒体自身进行了重新审视。认为大众媒体需要一种新的形态来完成转型，“公共新闻”也就应运而生了。

“公共新闻”（public journalism）在美国又被称为“公民新闻”（civic journalism），这是一个在1990年前后提出的概念。纽约大学新闻学系的Jay Rosen教授是最早对“公共新闻”进行研究的学者。他提出，“新闻记者不应该仅仅是报道新闻，新闻记者的工作还应该包含这样的一些内容：致力于提高社会公众在获得新闻信息基础上的行动能力，关注公众之间对话和交流的质量，帮助人们积极地寻求解决问题的途径，告诉社会公众如何去应对社会问题，而不仅仅是让他们去阅读或观看这些问题。”他呼吁新闻媒介担当起更积极的角色，去加强公民的职责和权益保护，推动公共讨论和复兴公共生活⁷。

与之相呼应的是我国的大众传媒在经历了“民生新闻”的兴起之后，去年底江苏卫视在《1860新闻眼》栏目开播一周年之际，公然打出“公共新闻”的旗号，宣称成功地走出了一条比“民生新闻”更为宽广的道路——“公共新闻”。认为与“民生新闻”不同，它是在国家公共意识日益强化的大背景下对党和政府执政理念的新的阐释和传播，强调的是媒体力量在公共生活领域的导向与介入，意在通过媒体搭建的公共平台，塑造人民的公民意识以及公民的公共意识，协调公共生活，提高公众应对社会问题的行为能力，缓解矛盾，化解冲突⁸。

体现《1860新闻眼》把“国家的声音”和“民间的声音”整合为“公共的声音”的标志性事件是对江苏省省管干部“公推公选”的报道。《1860新闻眼》推出了“投我一票——关注公推公选”的连续报道，除了部分直播外，所有参选者的演说我们都做了录播，并在每天的节目中摘要播出，同时在观众中展开调查，由观众对其现场表现和演说内容进行评判。专家评价，这就是一种典型的“公共新闻”，因为它将国家的声音、竞选者的声音和民众的声音放到了同一个平台上予以表现，既宣传了江苏推进民主政治的新举措，又增加了“公推公选”在人民心目中的透明度和公正性。节目播出后，不仅得到了中组部和江苏省委的肯定，也赢得了群众的称赞。

“民生新闻”因为自身难以跨越的局限注定其只能成为一个阶段性的产物，“公共新闻”则因为其公共的属性深得政府的支持和百姓的追捧，这一点从江苏卫视《1860新闻眼》一年来不断攀升的收视率和美誉度上可以得到佐证。《1860新闻眼》在南京地区AC尼尔森的最高收视率冲高到6.8，平均收视率均稳定在2.5以上，是原来同时段的4倍，刷新了全国省级卫视媒体同时段收视率的多项纪录；央视索福瑞在全省的收视率也一直处于领先地位，创造了非黄金时段的黄金效益。

“公共新闻”形式在当下出现，在一定程度上代表的是中国新闻改革的未来走向。首先，“公共新闻”是新闻工作对新时期党的政策、指导方针和精神的具体运用和实践，“公共新闻”是在“情为民所系”的层次上对“立党为公、执政为民”理念在新闻宣传工作上运用的诠释和总结。新一届党中央和政府提出了“情为民所系、权为民所用、利为民所谋”的执政方针。在这里，“民情”、“民权”和“民利”代表着由高至低三个互相联系同时也互相区分的层次：

“民利”即“民生”，是新一届政府执政思路的第一个层次和落脚点，它强调关心民众疾苦、为百姓办实事和为人民服务。“贴近实际、贴近生活、贴近群众”的“三贴近”原则实际上就是“利为民所谋”的“民利”理念在宣传思想中的具体运用。但是，“利为民所谋”的“利”是“利益”，而“权为民所谋”则强调赋予民众以“权利”，这无疑是对“民利”理念的提升，“民生新闻”在很大程度上只是“利为民所谋”思想的体现，没有深入地理解并实践“民权”和“民利”思想之间的层次性、联系性和辩证性，稍有不慎，就有可能沦为鸡零狗碎、家长里短的“市井新闻”杂烩。至于“情为民所系”则是新一届政府执政思路的最高层次，它强调对民情、国情、天下情的抚恤和体察，体现了新一届政府“天下为公”的博大胸怀。而“民情、社情、人间情，情情入耳；家事、国事、天下事，事事关心”，也正是“公共新闻”的根本价值所在。“公共新闻”正是在对“三贴近”精神基础上提出的“民生新闻”的继承与超越，是对党中央“立党为公、执政为民”指导方针在新闻改革中的具体阐释和传播○9。

注释：

- 1、《中国广播电视学刊》2004.6 时统宇 《从“讲述老百姓自己的故事”到“民生新闻”》
- 2、张金辉 程前：《电视民生新闻本质解读》。
- 3、《现代传播》2004.6 殷乐：电视社会新闻：独特社会世俗景观的构筑
- 4、《中国广播电视学刊》2004.9 蒋晓平 《“民生、民情、民星”汇成特色“江苏流”》
- 5、《中国广播电视学刊》2004.9 石常启 陈宏坤 《以民为本：民生新闻的精神内核》
- 6、《中国广播电视学刊》2004.9 石常启 陈宏坤 《以民为本：民生新闻的精神内核》
- 7、《新闻战线》2004.04 蔡雯 《美国新闻界关于“公共新闻”的实践与争论》
- 8、朱晓芳：《“公共新闻”：继“民生新闻”之后的又一次革命？——江苏卫视<1860新闻眼>新探索》，中华传媒网 2004年10月14日
- 9、学说连线www.xslx.com 潘知常 邓天颖 彭海涛《公共新闻：中国电视新闻的第二次革命》

文章管理: [mycddc](#) (共计 4291 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：公共新闻

- 论美国“公共新闻运动” (2007-10-1)
- 何为公共新闻之公众？ (2007-3-1)
- 公共新闻真的超越民生新闻？ (2005-12-30)
- 公共新闻，公民的狂欢还是媒体的挑战？ (2005-8-20)
- 管窥中国式“公共新闻”的实践 (2005-6-27)

[>>更多](#)

大众传媒身份与公共新闻兴起 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

