



传播科技对中国大陆传媒体制的挑战（3）

时间：2002-7-27 15:23:58 来源：中国新闻研究中心 阅读656次

第三，传播技术的发展为受众提供了更多的选择，并加强了他们的反馈能力，从而扩大了受众决定大众传播内容的权力，使以宣传为主的单向大众传播朝双向和多向的方面发展。从世界范围来看，随着科技的进步与社会向多元化发展，受众与媒体之间的关系已逐渐从被动的、消费者的角色转变为与媒介互动的、参与者的角色，这是社会变迁的体现，同时更是一种公民意识的觉醒（姜孝慈，1997）。在传播理念从以传者为中心向以受众为中心转变的世界潮流中，中国大陆的大众传媒也开始关注受众需求，加强了与受众的互动，把过去生硬的自上而下的宣传改为平等的各种信息的传播，传播内容向多元化方向发展。这种改变直接来自于传播科技发展赋予受众选择媒体的权力和由此带给媒体的压力。

在中国大陆「命令型」（潘忠党，1997）的新闻体制下，媒体与受众的关系一向是「我说你听」的单向宣传，然而进入八十年代后，大众传媒开始意识到，如果不改变这种生硬呆板的宣传方式，他们就会失去受众，因此纷纷在传播内容与形式上创新。如前所述，媒体在进入市场竞争前没有动力与压力去争取受众，然而市场竞争让媒体意识到了他们所面对的严峻形势。由于传播技术手段的发展，中国大陆民众比以往任何时候都更容易通过多种途径接收到境外的各种信息。普通民众可以轻易地通过短波收音机接收境外无线电广播，通过卫星电视天线接收境外电视节目，近年迅速扩大的计算机互联网更使大陆网民接触到无限的信息。这些来自境外的信息让大陆民众开阔了眼界，从而对本国媒体内容有了更高的要求。一旦受众有了更多的媒体选择，他们就必然成为大众传播过程中的主体，因为他们决定着传媒的市场占有率，决定着传媒的生计。

正是在此压力下，大陆的传媒纷纷以直拨热线电话等形式加强与受众的联系，传媒的内容和形式都较以前有了很大改变。以无线电广播为例，1987年前广东人民广播电台在珠江三角洲地区的收听率是46.7%，而香港电台在当时当地的收听率为53.3%，这种对比促使广东人民广播电台在1986年在全国率先改革。他们开通了珠江经济广播电台，一改过去的播音腔，由主持人直播，形式亲切，信息量大，受到广泛欢迎，收听率上升至78%，而香港电台收听率则下降至22%。中国媒体认为这是「按照广播的规律办广播」、「根据受众需求办新闻」的第一个范例。随后这种模式在中国大陆广播界得到广泛摹仿，并且各电台纷纷开通直拨参与电话，即「扣应」，使一度沉寂的广播业焕发了新的活力。理论界认为这是媒体适应市场经济的体现，是中国大陆大众传媒从「以传者为中心」向「以受众为中心」的转变（朱光烈，1993）。

再如电视领域，卫星电视技术的发展使覆盖大陆地区的国际节目日益增多，大陆民众可以通过卫星电视接收天线，直接收看这些完全没有经过官方检查的境外节目。大陆当局对卫星电视的

- 中美新闻概念的比较
- 浅谈新闻的真实性
 - 新闻真实论
 - 略论“新闻发现”
- 李希光：中国媒体新解读
 - 论新闻评价的动因
- 新闻哲学与新闻史的理...
 - 期盼中国媒体学的诞生
 - 后现代哲学与大众传播
- 2003年中国新闻传播学...
- 西方著名学者、作家论...
- 内政底线与中国传媒走向
- 2001-2002年中国新闻学...
- 2001-2002年中国新闻学...
- 2001-2002年中国新闻学...
- 论中国当代新闻理论的...
 - 论新闻资源开发
- 引导性· 新视角· 贴心...

接收管理很严格，1993年由国务院颁布条例，规定卫星电视广播地面接收设施的生产、进口、销售、安装、设置、使用实行许可证制度，私人不得拥有卫星电视天线，只允许三星级以上宾馆和有关单位接收境外卫星电视节目（中共中央宣传部新闻局，新闻出版署，1994）。但实际上，政府在查禁民众拥有卫星电视天线的拉锯战中可说是「处于守势，步步退让」，尤其在广东、福建沿海地区，收看香港、台湾的电视节目根本不可能禁止，现在，香港的电视节目已经合法地由当地有线电视网在广东全省转播（陈怀林、陈韬文，1998）。

大陆电视业在这种来自境外节目的冲击下，只能不断改善自己的节目质量来吸引观众。从中央电视台到各地方电视台，从新闻节目到娱乐节目，都开始摹仿西方的手法，减少说教，而以观众喜闻乐见的方式播出。例如电视新闻一改过去的照本宣科，开始有越来越多的同期音像，街头的现场采访也越来越多。摹仿美国哥伦比亚电视台「六十分钟」节目的有关社会热点问题的新闻杂志类节目，从早期中央电视台的「观察与思考」、北京电视台的「十八分钟经济社会」，到近年来成为全国收视热点的中央电视台「焦点访谈」到各地方电视台的社会监督节目，在全国得到广泛反响。中央电视台摹仿西方电视「脱口秀」的「实话实说」节目也引来地方电视台的群起效仿。摹仿港台的娱乐节目也大受欢迎，当前大陆最热门的一些电视娱乐节目，如游戏竞赛类的「欢乐总动员」和现场征婚式的「玫瑰之约」等，都是直接照搬香港、台湾电视台的同类节目。

第四，传播技术的发展混淆了人际传播和大众传播的界限，使官方难以控制的人际传播可以轻易地以大众传播的方式出现，为大众传播在内容上的管理带来困难。传统上，大陆当局在掌控大众传媒的同时，并没有放松对民众之间人际传播的控制，通过各级党组织对所有社会成员的监控一直是有效的。尤其是「反右」、「文革」等动辄会使人因言致罪的各种群众运动，使得人人自危，敢于公开表达思想的人是很少的，同时油印刊物等地下传播手段也极易被当局查获。改革开放后，虽然过去那种人人自危的政治高压消失了，民众也不再恐惧私下表达自己的意见，但是这种私人领域的人际传播很难在传媒中得到表现。而传播技术的发展，特别是遍布计算机互联网空间的电子论坛、公告板（BBS），使得民众有机会把人际传播领域的言论，在媒体的公共空间表达出来，从而成为显在的公众舆论的一部分，给当局对大众传播内容的管理带来相当的困难。

相对于传统媒体，计算机互联网上的电子公告板给了受众最直接、最自由的参与机会，他们可以就所有自己关心的话题畅所欲言，这种讨论在形式上是私人之间的，应该归属于人际传播的范畴，但是由于网络公开给所有人的特性，这种私人间的意见往来又是直接被所有可以联网的人看到的，因此具有了大众传播的性质。这种情形是互联网出现之前不可能存在的，因此这种定性上的模糊也给现行的新闻检查制度出了难题。以当前在大陆参与者最多的《人民日报》网络版的「网上人民论坛」为例，参与者来自世界各地，不可避免会出现各种各样的言论，几乎每个论题都有不同意见。尽管当班编辑可以删除不符合他们标准的言论，但是由于网络技术上的特性，这些被删除的言论往往已经被人读过了，客观上传播已经完成，删除只是缩小传播的广度而已。而在传统媒体下，编辑的「把关人」地位是绝对的，他们不给发表的空间，人际传播就永远只是私人性质的个人意见。

又如，电子邮件是私人间传递信息的手段，也是属于人际传播的范畴，但是它又可以被用来向多人传递同样信息，起的是大众传媒的作用。大陆多个城市都发生过境外中文刊物「大参考」、「小参考」等大量通过电子邮件向国内传播的事件，而如果接收者没有公开传播这些得自电子邮件的信息，当局就不能处罚接收者，这在客观上也使发送电子邮件的一方达到了广为传播的目的。

第五, 传播科技的发展使国内传播和国际传播的界限变得日益模糊, 造成官方检查和管理上的困难。在当今传播新科技日益普及的情况下, 单个政府确实越来越难在一国境内控制信息的传播, 因为那些信息的源头往往在境外, 不在他们的主权管辖范围之内。例如境外卫星电视节目越界传播的问题, 大陆当局不可能管到其它国家通过卫星发送的节目, 只能监管国内民众的收视行为。但是即使可以管住内地, 也无法管住沿海地区, 由于地理接近, 在广东、福建沿海地区, 即使不使用卫星接收天线, 也可以收到来自港台的节目, 而如果运用电子干扰技术, 就可能使港台节目在其自己区域内也受到干扰。

日益扩大的计算机互联网把全世界都联在了一个网上, 更模糊了国内、国外的界限。由于互联网在传播技术上的优势, 各传统媒体都纷纷建立自己的网站, 扩大传播空间, 大陆民众因而可以通过网络接触到空前多的信息来源, 而这些境外信息来源又常常与大陆网站在信息上共享或有超链接相联, 给新闻监控造成困难。以新加坡的《联合早报》电子版为例, 由于早报电子版用简体汉字, 有关中、港、台的报导较为客观公正, 在大陆网民中享有较高声望, 很多大陆网站与早报电子版建有链接。这样即使大陆网站的内容受到当局控制, 也无碍于大陆网民通过该大陆网站接收早报的信息, 使得当局对网上信息的管制成了一个象征性的举动, 而非实际有效的控制。

文章管理: [beyondsun](#) (共计 978 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: 传媒体制

- 传播科技对中国大陆传媒体制的挑战 (4) (2002-7-27)
- 传播科技对中国大陆传媒体制的挑战 (2) (2002-7-27)
- 传播科技对中国大陆传媒体制的挑战 (1) (2002-7-27)

[>>更多](#)

← 传播科技对中国大陆传媒体制的挑战 (3) 会员评论[共 0 篇] 卜

← 我要评论 卜

会员名:

密码:

提交

重写

关于CDDC ◆ 联系CDDC ◆ 投稿信箱 ◆ 会员注册 ◆ 版权声明 ◆ 隐私条款 ◆ 网站律师 ◆ CDDC服务 ◆ 技术支持

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ MSC Status Organization ◆ 中国新闻研究中心 ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 www.cddc.net
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.