

媒体 平衡论

The Balance Theory of Media

曾庆江 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

014060242

教育部人文社科基金青年项目结项成果

(编号: 10YJC860002)

G219.2

94

海南师范大学学术著作出版基金

海南师范大学重点学科建设经费

资助

媒体平衡论

The Balance Theory of Media

曾庆江 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



北航

C1747744

G219.2
94

图书在版编目(CIP)数据

媒体平衡论 / 曾庆江著. —武汉: 武汉大学出版社, 2014. 8

ISBN 978-7-307-13968-8

I. 媒… II. 曾… III. 媒体(新闻)—研究—中国 IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 172978 号

责任编辑: 张 欣

责任校对: 周丁玲

版式设计: 大春文化

出版发行: **武汉大学出版社** (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 杭州印校印务有限公司

开本: 720×1000 1/16 印张: 13 字数: 285 千字

版次: 2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-13968-8 定价: 48.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购买我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

开篇 媒体·平衡·和谐	1
第一章 媒体本质平衡论	12
一、真实性/时效性	12
1. 真实性:新闻的最本质规定	12
2. 时效性:新闻性的自觉追求	14
3. 真实性与时效性的平衡	16
二、客观性/倾向性	18
1. 客观性:新闻真实性的前提	18
2. 倾向性:新闻主体性的呈现	21
3. 客观性与倾向性的对立统一	22
三、精确性/模糊性	25
1. 精确性:新闻的无限追求	25
2. 模糊性:新闻的灵活体现	28
3. 精确性与模糊性的辩证统一	30
四、“晴雨表”/“减震器”	32
1. “晴雨表”:舆论的客观反映	33
2. “减震器”:舆论的适时引导	35
3. 正确发挥舆论在现实生活中的作用	38
五、新闻自由/媒体管理	41
1. 新闻自由:媒体生存发展的必要条件	41
2. 媒体管理:媒体有序运转的重要保障	43
3. 用管理保障自由,以自由优化管理	45
第二章 媒体形式平衡论	48
六、报纸/期刊/广播/电视/网络/手机/.....	48

1. 各媒体样式的基本发展	48
2. 各媒体样式的 SWOT 分析	54
3. 各媒体之间的平衡发展	57
七、传者/受者	59
1. 传者:传播活动的起点和内容的把关人	59
2. 受者:传播活动的终点和内容的检测者	62
3. 充分考虑传受关系,将传播效果发挥到最佳	64
八、公开报道/隐性采访	66
1. 公开报道:媒体介入社会的主要方式	66
2. 隐性采访:媒体获取信息的辅助手段	68
3. 隐性采访应当有助于公开报道	71
九、全国影响/地方保护	72
1. 全国影响:媒体市场的原动力	72
2. 地方保护:舆论导向的封闭性	73
3. 有效覆盖和舆论导向的平衡	75
十、新闻式广告/广告式新闻	78
1. 新闻式广告:广告的新形式	78
2. 广告式新闻:新闻的异化体现	81
3. 新闻与广告之间的平衡	82
第三章 媒体内容平衡论	85
十一、时新性/时宜性	85
1. 时新性:新闻的“第一时间”	85
2. 时宜性:传播效果的规定性	86
3. 时新性与时宜性的平衡统一	88
十二、知情权/隐私权	90
1. 知情权:老百姓基本的信息需求	90
2. 隐私权:个人基本的人格权	92
3. 在尽量满足知情权基础上最大限度保护隐私权	95
十三、正面宣传/负面曝光	97
1. 正面宣传:媒体喉舌功能的体现	97
2. 负面曝光:媒体监督功能的体现	100
3. 维护老百姓的根本利益是根本出发点	102

十四、硬新闻/软新闻	104
1. 硬新闻:反映动态的事件性新闻	104
2. 软新闻:具有贴近性的非事件性新闻	105
3. 硬新闻软化,软新闻硬化	108
十五、规定动作/自选动作	110
1. 规定动作:职能部门的硬性宣传	110
2. 自选动作:媒体自身的价值选择	113
3. 在规定动作的基础上做好自选动作	114
第四章 媒体价值平衡论	117
十六、新闻价值/新闻政策	117
1. 新闻价值:媒体生存与发展的根本	117
2. 新闻政策:“从心所欲不逾矩”	120
3. 用新闻政策更好地彰显新闻价值	122
十七、新闻策划/策划新闻	123
1. 新闻策划:让新闻更有力量	124
2. 策划新闻:新闻可以策划吗	126
3. 如何把握好新闻报道的主动性	129
十八、新闻竞争/新闻合作	130
1. 新闻竞争:媒体市场化的必然结果	130
2. 新闻合作:不是“冤家”不聚头	132
3. 在竞争中合作,在合作中竞争	134
十九、新闻监督/司法公正	136
1. 新闻监督:舆论监督的重要形式	137
2. 司法公正:社会文明的重要体现	138
3. 合理规避“媒介审判”,维护司法公正	140
二十、有偿新闻/新闻的有偿性	144
1. 有偿新闻:违背新闻价值的异化现象	144
2. 新闻的有偿性:新闻商品性的重要体现	146
3. 抵制有偿新闻,合理推进媒体产业化	148
第五章 媒体理念平衡论	151
二十一、知名度/美誉度	151



1. 知名度:媒体大众化的首要特征	151
2. 美誉度:媒体公信力的终极体现	154
3. 在知名度的基础上提升美誉度	156
二十二、大众化/小众化	159
1. 大众化:媒体的固有属性之一	160
2. 小众化:媒体的未来发展趋势	162
3. 大众媒体与媒体市场的细分化	164
二十三、社会伦理/媒体伦理	166
1. 社会伦理:社会正常秩序的基石	166
2. 媒体伦理:经济利益的最大化	169
3. 社会伦理和媒体伦理的结合	171
二十四、媒体生产/媒体消费	174
1. 媒体生产:对信息的选择、加工和传播	174
2. 媒体消费:对信息的接受、利用和再传播	178
3. 媒体生产与媒体消费之间的平衡	181
二十五、媒体教育/媒体实践	183
1. 媒体教育:媒体工作者的摇篮	183
2. 媒体实践:媒体工作者的熔炉	185
3. 理论与实践的平衡发展	187
结语 将平衡进行到底	190
关键词索引	191
参考书目	195
后记 不会平衡	199

开篇 媒体·平衡·和谐

翻阅《饮冰室合集》，重读《呵旁观者文》之雄文，感慨良多。兹录于下，以期奇文共欣赏：

天下最可厌可憎可鄙之人，莫过于旁观者。

旁观者，如立于东岸，观西岸之火灾，而望其红光以为乐。如立于此船观彼船之沉溺，而睹其凫浴以为欢。若是者，谓之阴险也不可，谓之狠毒也不可。此种人无以名之，名之曰无血性。嗟乎，血性者，人类之所以生，世界之所以立也。无血性则是无人类无世界也。故旁观者，人类之蠹贼，世界之仇敌也。

人生于天地之间，各有责任。知责任者，大丈夫之始也。行责任者，大丈夫之终也。自放弃其责任，则是自放弃所以为人之责也。是故人也者，对于一家而有一家之责任，对于一国而有一国之责任，对于世界而有世界之责任。一家之人各各自放弃其责任，则家必落。一国之人各各自放弃其责任，则国必亡。全世界人人各各自放弃其责任，则世界必毁。旁观云者，放弃责任之谓也。

中国词章家有警语二句：“济人利物非吾事，自有周公孔圣人。”中国寻常人有熟语二句曰：“各人自扫门前雪，不管他人瓦上霜。”此数语者，旁观派之经典也，口号也。而此种经典口号，深入于全国人之脑中，拂之不去，涤之不清。质而言之，即“旁观”二字，代表吾全国人之性质也。是即“无血性”三字，为吾全国人所专有物也。呜呼，吾为此惧！

旁观者，立于客位之意义也。天下事不能有客而无主。譬如一家，大而教训其子弟，综核其财产；小而启闭其门户，洒扫其庭除，皆主人之事也。主人是谁？即一家之人是也。一家之人，各尽其主人之职，而家以成。若一家之人，各自立于客位，父诿之于子，子诿之于父；兄诿之于弟，弟诿之以兄；夫诿之以妇，妇诿之于夫；是之谓无主之家。无主之家，其败亡可立而待也。惟国亦然。一国之主人为谁？一国之人是也。西国之所以强者无他焉，一国之人各尽其主人之职而已。

中国则不然，入其国，问其主人为谁，莫之承也。将谓百姓为主人与？百姓曰：此官吏之事也，我何与焉？将谓官吏为主人与？官吏曰：我之尸此位也，为吾威势耳，为吾利源耳，其他我何知焉？若是乎一国虽大，竟无一主人也。无主人之国，则奴仆从而弄之、盗贼从而夺之固宜。《诗》曰：“子有庭内，弗洒弗扫。子有钟鼓，弗鼓弗考。宛其死矣，他人是保。”此天理所必至也，于人乎何尤？

夫对于他人之家他人之国而旁观焉，犹可言也。何也？我固客也。（使者之义，虽对于他家他国，亦不当旁观。今姑置勿论。）对于吾家而旁观焉，不可言也。何也？我



固主人也。我尚旁观，而更望谁之代吾责也？大抵家国之盛衰兴亡，恒以其家中国中旁观者之有无多少为差。国人无一旁观者，国虽小而必兴。国人尽为旁观者，国虽大而必亡。今吾观中国四万万人，皆旁观者也。谓余不信，请征其流派。

一曰浑沌派。此派者，可谓之无脑筋之动物也。彼等不知有所谓世界不知有所谓国，不知何者为可忧，不知何者为可惧。质而论之，即不知人世有应做之事也。饮而食，饱而游，困而睡，觉而起。户以内即其小天地，争一钱可以陨其命。彼等既不知有事，何所谓办与不办。既不知有国，何所谓亡与不亡，譬之游鱼居将沸之鼎，犹误为水暖之春江。巢燕处半火之堂，犹疑为照屋之出日。彼等之生也，如以机器制作者，能运动而不能知觉。其死也，如以电气殛毙者，有堕落而不有苦痛。蠕蠕然度数十寒暑而已。

彼等虽为旁观者，然曾不自知其为旁观者。吾命之为旁观派中之天民。四万万人中属于此派者，殆不止三万万五千万人。然此又非徒不识字不治生之人而已。天下固有不识字不治生之人而浑沌者，亦有号称能识字能治生之人而实大浑沌者。大抵京外大小数十万之官吏，应乡会岁科试数百万之士子，满天下之商人，皆于其中有十有九属于此派者。

二曰为我派。此派者，俗语所谓遇雷打尚按住荷包者也。事之当办，彼非不知。国之将亡，彼非不知。虽然，办此事而无益于我，则我惟旁观而已。亡此国而无损于我，则我惟旁观而已。若冯道当五季鼎沸之际，朝梁夕晋，犹以五朝元老自夸；张之洞自言瓜分之后，尚不失小朝廷大臣，皆此类也。彼等在世界中，似是常立于主位而非立于客位者。虽然，不过以公众之事业，而计其一己之得害。若夫公众之利害，则彼始终旁观也。吾昔见日本报纸中，有一段最能摹写此辈情形者。其言曰：

吾尝游辽东半岛，见其沿道人民，察其情态。彼等于国家存亡之危机，如不自知者。彼等之待日本军队，不见为敌人，而见为商店之顾客。彼等心目中不知有辽东半岛割归日本与否之问题，惟知有日本银色与纹银兑换补水几何之问题。

此实写出魑魅魍魉之情状，如禹鼎铸奸矣。推为我之蔽，割数千里之地，赔数百兆之款以易其衙门咫尺之地，而曾无所顾惜。何也？吾今者既已六七十矣，但求目前数年无事，至一瞑之后虽天翻地覆，非所问也。明知官场积习之当改，而必不肯改，吾衣领饭碗之所在也。明知学校科举之当变，而不肯变，吾子孙出身之所由也。

此派者，以老聃为先圣，以杨朱为先师。一国中无论为官绅为士为商，其据要津握重权者，皆此辈也。故此派有左右世界之力量。一国聪明才智之士，皆走集于其旗下。而方在萌孵芽卵之少年子弟，转率仿效之，如麻疯肺病者传于子孙，故遗毒遍于天下。此为旁观者中最有魔力者。

三曰呜呼派。何谓呜呼派？彼辈以咨嗟太息痛哭流涕为独一无二之事业者也。其面常有忧国之容，其口不少哀时之语。告以事之当办，彼则曰：诚当办也，奈无从办起何？告以国之已危，彼则曰：诚极危也，奈已无可救何？再穷诘之，彼则曰：国运而已，天心而已。无可奈何四字是其口诀，束手待毙一语是其真传。如见火之起，不务扑灭，而太息于火势之炽炎。如见人之溺，不思拯援，而痛恨于波涛之澎湃。

此派者，彼固自谓非旁观者也，然他人之旁观也以目，彼辈之旁观也以口。彼辈非

不关心国事，然以国事为诗料；非不好言时务，然以时务为谈资者也。吾人读波兰灭亡之记、埃及惨状之史，何尝不为之感叹！然无益于波兰埃及者，以吾固旁观也。吾人见菲律宾与美血战，何尝不为之起敬。然无助于菲律宾者，以吾固旁观也。所谓呜呼派者，何以异此？此派似无补于世界，亦无害于世界。虽然，灰国民之志气，阻将来之进步，其罪实不薄也。此派者，一国中号称名士者皆归之。

四曰笑骂派。此派者，谓之旁观，宁谓之后观。以其常立于人之背后，而以冷言热语批评人者也。彼辈不惟自为旁观者，又欲逼人使不得不为旁观者。既骂守旧，亦骂维新。既骂小人，亦骂君子。对老辈则骂其暮气已深，对青年则骂躁进喜事。事之成也，则曰：竖子成名。事败也，则曰：吾早料及。彼辈常自立于无可指摘之地。何也？不办事故无可指摘，旁观故无可指摘。己不办事，而立于办事者之后，引绳批根以嘲讽诘击。此最巧黠之术，而使勇者所以短气，怯者所以灰心也。岂直使人灰心短气而已！而将成之事，彼辈必以笑骂沮之。已成之事，彼辈能以笑骂败之。故彼辈者，世界之阴人也。

夫排斥人未尝不可，己有主义欲伸之，而排斥他人之主义，此西国政党不讳也。然彼笑骂派果有何主义乎？譬如孤舟遇风于大洋，彼辈骂风骂波骂大洋骂孤舟，乃至遍骂同舟之人。若问此船当以何术可达彼岸乎？彼等瞠然无对也。何也？彼辈藉旁观以行笑骂，失旁观之地位，则无笑骂也。

五曰暴弃派。呜呼派者，以天下为无可为之事。暴弃派者，以我为无可为之人也。笑骂派者，常责人而不责己。暴弃派者，常望人而不望己也。彼辈之意，以为一国四百兆人，其三百九十九兆九亿九万九千九百九十九人中，才智不知几许，英杰不知几许，我之一人，岂足轻重。推此派之极弊，必至四百兆人，人人皆除出自己，而以国事望诸其余之三百九十九兆九亿九万九千九百九十九人。统计而互消之，则是四百兆人卒至实无一人也。

夫国事者，国民人人各自有其责任者也。愈贤智，则其责任愈大。即愚不肖，亦不过责任稍小而已，不能谓之无也。他人虽有绝大智慧绝大能力，只能尽其本身分内之责任，岂能有分毫之代我。譬之欲不食而使善饭者为我代食，欲不寝而使善睡者为我代寝，能乎否乎？夫我虽愚不肖，然既为人矣，即为人类之一分子也。既生此国矣，即为国民之一阿屯也。我暴弃己之一身犹可言也，污蔑人类之资格，灭损国民之体面，不何言也。故暴弃者实人道之罪人也。

六曰待时派。此派者有旁观之实而不自居其名者也。夫待之云者，得不得未可当必之词也。吾待至可以办事之时，然后办之。若终无其时，则是终不办也。寻常之旁观则旁观人事，彼辈之旁观则旁观天时也。且必如何然后为可以办事之时，岂有定形哉。办事者，无时而非可办之时，不办事者，无时而非不可办之时。故有志之士，惟造时势而已，未闻用待时势者也。待时云者，欲观风潮之所向，而从旁拾其余利。向于东则随之而东，向于西则随之而西，是乡愿之本色，而旁观派之最巧者也。

以上六派，吾中国之性质尽于是矣。其为派不同，而其为旁观者则同。若是乎，吾中国四万万，果无一非旁观者也。吾中国虽有四万万，果无一主人也。以无一主人之国，而立于世界生存竞争最剧烈万鬼环瞰百虎眈视之大舞台，吾不知其如何而可

也！六派之中，第一派为不知责任之人，以下五派为不行责任之人。知而不行，与不知等耳。且彼不知者犹有冀焉，冀其他日之知而即行也。若知而不行，则是自绝于天地也。故吾责第一派之人犹浅。责下五派之人最深。

虽然，以阳明学知行合一之说论之，彼知而不行者，终是未知而已。苟知之极明，则行之必极勇。猛虎在于后，虽跛者或能跃数丈之涧。燎火及于邻，虽弱者或能运千钧之力。何也？彼确知猛虎大火之一至，而吾之性命必无幸也。夫国亡种灭之惨酷，又岂止猛虎大火而已。吾以不举国之旁观者直未知之耳，或知其一二而未知其究竟耳。若真知之，若究竟知之，吾意虽藉其手籍其口，犹不能使之默然而息，块然而坐也。安有悠悠日月，歌舞太平，如此江山，坐付他族，袖手而作壁上之观，而缚以待死期之至，如今日者耶？

嗟呼，今之拥高位，秩厚禄，与夫号称先达名士有闻于时者，皆一国中过去之人也。如已退院之僧，如已闭房之妇，彼自顾此身之寄居此世界，不知尚有几年。固其于国也，有过客之观，其苟且以愉逸乐，袖手以终余年，因无足怪焉。若我辈青年，正一国将来之主人也。与此国为缘之日正长。前途茫茫，未知所届。国之兴也，我辈实躬享其荣。国之亡也，我辈实亲尝其惨。欲避无可避，欲逃无可逃。其荣也，非他人之所得攘；其惨也，非他人之所得代。言念及此，夫宁可旁观耶？夫宁可旁观耶？吾岂好为深文刻薄之言以骂尽天下哉！毋亦发于不忍旁观区区之苦心，不得不大声疾呼，以为我同胞四万万万人告也。

旁观之反对曰任。孔子曰：“天下有道，丘不与易也。”孟子曰：“如欲平治天下，当今之世，舍我其谁也！”任之谓也。

《呵旁观者文》发表于1900年2月的《清议报》，至今仍有着振聋发聩的回响。梁启超以他的如椽巨笔勾勒了旁观者的六种形态及其实际表征和现实危害性，虽然不无极端之处，但是按照“取乎其上，得乎其中；取乎其中，得乎其下；取乎其下，则无所得矣”的说法，实际上是想通过这种极端的做法以期唤醒沉溺于“旁观”的众多国人，正可谓响鼓宜用重锤。善于旁观是传统中国典型的国民性格。在20世纪上半期，鲁迅又通过一系列批判性文字深入解剖了这一国民性弱点，可谓发人深省。但是，时至今日，旁观者仍然比比皆是，其危害性则更有甚于昨。市场化下的媒体，许多时候也很不恰当地以旁观者的身份出现在大众面前。

作为社会公器的媒体，对于社会的发展进步来说作用非常之大，甚至在某种程度上已经成为人们了解世界的重要或者主要窗口。一方面，通过媒体传达的信息使得世界越变越小，如同一个小小的村落——这被麦克卢汉称为“地球村”，“秀才不出门，全知天下事”不再是梦想。另一方面，大千世界的纷纭复杂，我们只需要或者是只能通过媒体这一扇小小的窗口来获知，媒体使得我们处于一个信息化的“地球村”。“任何时候我们都无法想象会有这样的前景：所有人都能清清楚楚地看明白整个无形的环境，从而在全部政府事务上自发形成明确的公众舆论。”^①因此，在现代社会，人们对世界的了解、了解到什么程度，以及根据所了解的情况做出相应的抉择，都体现了媒体的相应影响，真正

① [美]沃尔特·李普曼. 公众舆论. 上海：上海人民出版社，2006：225.

体现了“传媒影响世界”。媒体要发挥现实的社会功能,就必须做到公正客观。公正客观并不意味着媒体完全可以置身于事件之外,做一个无意义的旁观者,而是应该积极主动介入现实生活,这样媒体才能发挥在现实生活中相应的作用。但是现实生活中,一些媒体表面上是追求公正客观,但实际上是一个冷漠的旁观者。“旁观者”已然成为媒体一大突出现象,甚至成为社会公害。比如有媒体报道《听说有人中大奖 司机开车研究彩票大货翻进沟》、《仙游男子驾百万豪车回家 不慎翻进阴沟丧命》、《两车相“吻” 撞飞老汉》等,都是人命关天的事情。但是单看标题,就感到报道充满了戏谑性,这是一种可怕的冷漠表现。媒体的冷漠化在现实生活中有诸多表征,大致体现如下:其一,对弱势群体的漠视。媒体对“犀利哥”和“凤姐”的报道就是如此。“犀利哥”和“凤姐”本来身处社会的最底层,前者属于困难无助型,后者属于妄想无知型,媒体对其进行所谓的“热捧”并不是真正的关爱,而是将其作为嘲讽、戏谑的对象,以满足大众的畸形心理需求,而媒体也通过这种扭曲的方式获得相应的利益。其二,对个体缺乏起码的尊重。在“悍匪”周克华重庆毙命后,不少媒体为了挖掘周克华生前的相关细节,前去采访周克华孤苦伶仃的母亲,丝毫不考虑其丧子之痛,在其以扇遮面之后也不放过。社会不会因为报道仇杀而进步,时代也不会因为冷漠而伟大。其三,对生命和苦难的漠视。在众多的灾难新闻报道中,不少媒体把视野投向领导的重视以及灾难现场救援的成绩上,少有对生命的关注,甚至形成一种“次生灾难”现象,具体体现为灾难报道的恐怖化、媚俗化、娱乐化、商业化和随意化等特征。^① 面对别人的苦难,也显得非常随意,如某媒体直接冷漠地逼问一个曾被迫当过慰安妇的老太太:“你(当时)一天接多少客?”丝毫不考虑对当事人的再次伤害。

我们在各大媒体上都可以找到媒体“旁观”的案例来。当下媒体之所以出现不少“旁观者”报道,根本原因在于相关媒体和媒体工作者社会责任感的缺失。市场经济条件下,媒体强调其自身的经济效益并没有错,但是如果为了经济效益而完全放弃社会效益却是得不偿失的。媒体虽然以公正客观为基本前提,但是却应当摆脱旁观者的心态,积极介入社会、介入生活,才能发挥正当的作用。而积极介入社会、介入生活,平衡性的报道显得至为关键。

平衡在不同领域有不同的涵义。一般而言,平衡是指矛盾双方在力量上相互抵消而保持的一种相对静止的状态。当然,矛盾双方的力量此消彼长,绝对静止的状态是不可能存在的。世界上没有绝对的平衡,平衡总是相对的。但是,不存在绝对平衡并不等于人们放弃对平衡的追求。在一定意义上讲,平衡与平等、和谐、统一等是一致的,而后者正是人类追求的一般价值目标。对于媒体报道来说,客观真实地反映现实世界,给人们认识世界、改造世界提供公正的参考系。对于媒体本身来说,发现现实生活中存在的问题并进而推动相关问题的改进,维护社会井然有序地运转,让社会环境更加和谐更加美好,这些都是平衡性所要追求的目标。从这个层面来看,媒体的平衡性尚有较长的路

^① 苏虹.“灾难报道”背后的灾难——对“5.12 汶川大地震”灾难报道的反思. 新闻大学, 2008(4).

要走。

在媒体的现实表现中,不平衡性随处可见。我们可以先从几个现实媒体案例和媒体现象来看:

2007年10月24日起,央视《新闻联播》播出“嫦娥一号”的相关消息,随后在将近20天的时间里,每天都对其进行最新情况的跟踪报道,体现了连续报道的最本质特征。可以说,每天大家通过《新闻联播》来了解“嫦娥一号”已经基本形成习惯,从先前的“非常态化”变成一种“常态化”。不仅如此,大家还通过平面媒体、网络等多种样式了解“嫦娥一号”,从而把对“嫦娥一号”的关注推到最炽热的状态。但是自从11月中旬以来,中央电视台关于“嫦娥一号”的新闻再也没有出现,其他媒体上也鲜有这方面的报道,这个时候,凯迪社区上一个带有疑问的帖子《嫦娥失踪了吗?》便引起人们强烈的关注,甚至在后来媒体公布了“嫦娥一号”传回的图片后,仍然有诸多网友质疑图片的真实性。出现这种情况,是媒体始料未及的事情。本来从事高科技的研究有着很大的风险,成功与失败都有可能,成功了自然能够振奋国人,失败了虽然是悲剧,但是它也能够深深地打动人,当年美国的“哥伦比亚号”航天飞机爆炸的那一刻,全世界的人们都陷入深深的悲痛之中。由于我国发射“嫦娥一号”卫星恰逢党的十七大胜利闭幕,因此不可避免带有“向党的十七大献礼”的政治含义在其中。再加上当时闹得沸沸扬扬的“华南虎”事件,更是让人们产生了大胆的怀疑。尽管后来媒体通过各种方式来传达关于“嫦娥一号”的消息,但是效果甚微,颇有“狼来了”的架式。因此,《新闻联播》在对嫦娥一号进行报道的平衡性处理上尚有提升的空间。客观地讲,任何连续报道都有终结之时,但是如何做好“终结”,让受众接受心理从“常态化”顺利转化为“非常态化”就显得非常关键。也就是说,媒体在处理重大事件的连续报道时需要注重“淡出”技巧。“淡出”技巧不到位,就可能导致传播效果失衡。^①

中央电视台《百家讲坛》栏目邀请北京市社科院研究员、历史学家阎崇年讲授“明亡清兴六十年”,在社会上引起了强烈反响。2009年,阎崇年在江苏无锡签名售书时,被一个不同意其观点的愤怒青年打了两耳光。这本来是一个简单的治安案件,但在新闻媒体的炒作之下,却成了社会公众关心的文化事件。尽管不少的评论者从不同的立场对这一事件表达了自己的看法,但是我们需要思考的是,一个与阎崇年素无交集的青年为什么采用“打人”这一极端的方式?现代社会似乎赋予了每个人自由地表达自己意见的权利,但实际上主流新闻媒体被少数人所把持,他们不断地通过媒体传达乃至放大自己的历史价值观,大多数人是不能通过媒体获得这种话语权的。打人事件是否可以看成普通民众争夺话语权的一种极端方式?而这正好体现了媒体的不平衡性。诚然,任何媒体报道都应当彰显自身的价值立场,但是在强调自己价值立场的同时,还必须注意信息的平衡性。媒体在传播某些观点时,必须兼顾相应的观点,特别是相反的观点。因为只有这样,才能使整个社会信息的传播处于动态平衡状态。如果媒体自以为是,容不

① 参见曾庆江.从常态到非常态:关于连续报道的“淡出”问题——以央视《新闻联播》“嫦娥一号”报道为例.采写编,2008(4).

下相反的观点,或者为了追求所谓“公正”的价值观,而故意突出某种观点,组织力量集中批判相反的言论,那么,媒体就异化为“公器私用”,丧失了自身应尽的平衡责任。

2012年春节,对于滨海旅游城市三亚来说是绕不过去的一个年份。某消费者通过微博反映在三亚吃海鲜被宰的情况,迅速引起诸多网友的热议,继而报纸、广播、电视等传统媒体也强势跟进,从而形成了影响很大的三亚“宰客门”事件。宰客事件实属不应该发生的事件,但是客观地讲,在许多旅游城市都不可避免地存在这种现象。媒体对其予以适当披露,以引起相关职能部门的关注进而加以整改是应有之义,一方面媒体发挥了舆论监督功能,另一方面又体现其民生关怀意识,很好地彰显“减震器”和“晴雨表”的双重功用。但是对于三亚“宰客门”事件,媒体显然并没有停留在宰客这一层面。在对三亚“宰客门”事件全方位报道(事实真相、最新进展、各方态度、解决途径等)的同时,不少媒体也将注意力投向了三亚旅游环境上,从而形成了声势浩大的“讨伐三亚”的行动。有的媒体将三亚十年来遭遇旅游者投诉的相关报道做了一次全面的回顾,还有媒体推出了“三亚旅游有多累心?”的专题报道,可以说将三亚旅游推到了风口浪尖,三亚旅游遭遇了前所未有的艰难。大众媒体有意忽视了相关职能部门在三亚旅游管理上的巨大进步,只将个别投诉案例无限放大,从而使得三亚在旅游形象建设方面“十年之功毁于一旦”。从三亚“宰客门”报道再到全面盘点,媒体对三亚的关注非常密集,但是这种过于密集的报道,除了制造了一场媒体盛宴外,只留下了“满目疮痍”的三亚供人们品尝与认知。作为全国乃至全世界知名的热带滨海旅游城市,在一段时间内,三亚因为过度关注而被众多旅游者“望而却步”,这是不是媒体报道的不平衡性所导致的歧视性认知?

2013年3月4日上午7时许,周喜军将停放在长春市某超市门前一辆没有熄火的银灰色轿车开走,驾车直奔长春至双辽公路,而当时车中有一名仅两个月大的婴儿。车主随后发现车辆被盗而报警。在警方和社会各界的介入下,该消息被迅速扩散传播,吉林当地媒体、微博、微信、QQ所有渠道都纷纷转载扩散,希望能早一点找到随车被盗的孩子。由于盗车者在逃走过程中唯一能够接受外界消息的来源就是广播信号,中央人民广播电台中国之声以及地方电台一道动员全社会力量寻找孩子。在媒体的传播下,找车、抓住歹徒、抢救孩子成为传统媒体与新媒体以及社会方方面面的关注点,可以说对盗车者形成一道密不透风的天罗地网。政府职能部门、各层次各类型媒体以及社会各界的合力行动得到民众的充分认可。3月5日17时,迫于强大的压力,周喜军到公安机关投案自首,随后交待其恶行。令人悲痛的是,婴儿已经遇害。这一事件也引起相关争议,例如舆论追问,媒体过滥、过快的传播是否加速了歹徒对孩子的杀害行动(该案凶手周喜军在接受相关媒体采访时也表示通过广播听到电台不断发布的相关消息)。凶手已经受到应有的惩处,对于舆论的追问我们无法得出确切的答案,但媒体这种“铺天盖地”式参与救助的行为是否存在失衡性,还是值得反思和探讨的。这种反思和探讨对今后如何更好地把握这类报道是有益的。

2013年5月“海南万宁校长带学生开房”事件在各大媒体发酵。应该说,媒体对该事件的密集报道,除了使得相关施害人受到应有的惩罚,也使得国家教育主管部门针对师德做出相应的整顿措施,较好地发挥了舆论监督作用。但是新闻媒体对这一事件报



道时的命名却有可商榷之处。万宁作为海南一个比较重要的城市,从小学到初中再到高中,各种层次的学校当有百所以上,正副校长加在一起少说也有几百人,媒体将这一事件如此命名,大有将“万宁校长”一网打尽的意味在其中。并且这的确给不少校长的正常工作带来了相应的被动,一时之间,大家也谈“校长”色变。如果将其命名为“万宁二小校长带学生开房”,既发挥了媒体舆论监督的作用,也不会棍打一大片,让大家对“万宁校长”产生总体性的歧视认知。这是不是媒体报道的一种失衡性表现?同时,“万宁校长”事件在全国产生强烈反响之后,全国不少媒体竞相报道各种各样的性侵幼女案。客观地讲,媒体对类似题材的报道有利于问题的重视与解决,但是如果媒体密集报道各种各样幼女性侵案,作为父母的家长看到相关报道之后做如何感想?心理学上有个术语叫做“可得性偏差”,用在媒体报道似乎正好合适。^①媒体密集报道相关案件之后,还有父母敢让自己的女儿上学以及走向社会吗?根据媒体关于幼女性侵的公开报道,某机构进行相应的调查,得出了“儿童性侵公开报道案例中45%施暴者系公职人员”的结论,再后来被一些媒体报道为“儿童性侵近半施暴者系公职人员”,使得众多的“公职人员”躺着中枪了。之所以出现这种现象,是和媒体因跟风而导致的失衡性报道不无关系的。^②

新世纪初以来,在电视界“南京现象”的带动下,全国掀起一股电视民生新闻热。电视民生新闻的产生虽然有很多社会原因,但是在一定时间内获得大众的满堂喝彩是不争的事实。虽然民生新闻得到大众的欢迎,但是其中存在的问题却不容回避。首先,民生新闻缺少大气的正能量新闻。目前不少民生新闻着眼于“小”字,虽然是事实,但是并不是所有的琐碎生活都有报道的价值,“媒体构建的议程设置,应该是价值的体现,而绝对不是琐碎的堆砌。贴近生活,绝对不是贴近琐碎。”^③其次,民生新闻缺少相应的批判意识。虽然追求客观性是新闻的根本出发点,但是当前的民生新闻因追求所谓“原生态”放弃自身应当具有的社会责任感,是非常值得警惕的。再次,民生新闻缺乏根本的关怀意识。当下,民生新闻大多由重特大突发事件、百姓投诉爆料、奇闻异事等几个部分构成,这些固然能够一定程度上抓住受众,提升收视率,但是本质上却不能体现相应的关怀意识,彰显媒体的责任。如果这种民生新闻进一步被放大的话,我们会不会觉得生

① 可得性偏差:最开始由美国心理学家丹尼尔·卡尼曼与阿莫斯·特维斯基提出。他们认为,人们由于受记忆力或知识的局限,进行预测和决策时大多利用自己熟悉的或能够凭想象构造而得到的信息,导致赋予那些易见的,容易记起的信息以过大的比重,但这只是应该被利用的信息的一部分,还有大量的其他的必须考虑的信息,他们对于正确评估和觉得同样有着重要的影响,但人们的直觉推断却忽略了这些因素,因此形成相应的偏差。在当今时代,媒体对人们的日常生活影响如此广泛,但是媒体却不可能将所有信息呈现在大众面前。大众从媒体上获得的相应信息自然形成“可得性偏差”。

② 跟风式报道:指因为某个媒体报道而使得相关事件或者人物产生影响之后,其他众多媒体先后加入报道行列,从而使得媒体对其关注程度更高,涉及到事件或者人物的方方面面,甚至可能围绕该事件、该人物展开对所在地区的其他相关事件或者不相关事件的报道,形成媒体狂欢式表达。参见曾庆江.事件新闻跟风报道与地域歧视.传媒观察,2012(12).

③ 陈正荣.电视第三次浪潮——解析“南京现象”.北京:中国传媒大学出版社,2006:143.

活在“水深火热”之中？诚然，媒体所构建的只是一个虚拟世界，这个虚拟世界虽然不能完全等同于现实世界，但是应该尽量接近现实世界。如果这个虚拟世界和现实世界之间存在太大的距离的话，就会形成一种失衡，从而影响人们对客观现实世界的理解和认知。

以上我们说的国内媒体的基本情况，那么国外媒体又如何呢？囿于学识和视野，我们再当一回文抄公——

美国索诺玛州立大学社会学院和美国媒介自由基金组织近年来持续开展了对“美国式新闻主义”的研究，每年出版一本《新闻管制在美国》。

他们评出了美国2008年至2009年度十大典型的“娱乐化新闻”案例，作者称之为“垃圾快餐新闻”。

——奥运冠军菲尔普斯吸食大麻，成为又一个媒介“明星丑闻”报道的狂欢周。后来名声扫地的英国小报《世界新闻报》首先披露了奥运游泳冠军菲尔普斯在聚会上吸食大麻的照片，事件发生在他访问南加州大学期间，距离他获得北京奥运会的8枚金牌只有三个月。菲尔普斯很快向公众道歉，美国游泳协会也对其作出禁赛三个月的处罚。

美国2008年大麻吸食者人数达到创纪录的接近100万，媒体本应借此机会对美国吸毒问题展开报道，但典型的娱乐化新闻走出了另一条路线，所有美国报纸、电视和网络都集中在了明星丑闻而不是吸食大麻的社会问题上。

就在媒体狂轰滥炸式的报道菲尔普斯丑闻的一周里，科学家在加州海岸发现了气候突变的征兆：由于气候变化，海底生物群爆炸式增长，直接导致这一海域的海底生命由于缺氧而无法生存，成为“死亡海域”。然而，大量死亡海蟹在这一海域被发现时，媒体正忙于追逐菲尔普斯的丑闻。

——2009年1月26日，美国媒体陷入另一场狂欢：明星杰西卡·辛普森出现在佛罗里达的一次演出上，身材看起来比平常要胖，似乎有意识地穿起了宽松的衣服。从报纸到电视到网络，媒体的头条不断追问：她怀孕了？她是不是因为改变饮食习惯而发胖？这种习惯是不是和她的橄榄球明星男友有关？她的姐姐、前夫以及一些不相干的明星纷纷站出来到媒体上讨论“辛普森的体重问题”。甚至总统奥巴马在超级碗比赛前的媒体专访时也评论说：看来辛普森正处在一场关于体重的战斗中。“一个自由世界的领导者显然应该有更重要的事情评论”，研究者点评道。

就在美国媒体为辛普森的体重发愁时，联合国关于全球食品安全的大会召开了，期间发布的宣言指出：每天，全球有3万人死于饥饿。

——美国历史上第一位黑人总统奥巴马的就职演说当然是重要新闻，但更重要的是，“第一夫人米歇尔的穿着引领了新时尚”。尽管奥巴马讲到许多美国未来的政策，但《巴尔的摩太阳报》的记者注意到，第一夫人的“非传统”着装吸引了相机、摄像机和所有的记者，各家媒体后来的报道更像是在报道一场时装秀，“这将改变美国人的着装时尚”，不止一家媒体发表评论。

研究者指出，媒体关注第一夫人着装的同时，显然忽视了在美国最大女性监狱的健康危机：这家监狱经常拖延女犯人的药品，而且，在耽误了数周之后，给的往往是“弄错

了的药”。

——2008年4月12日,好莱坞明星安吉莉娜·朱莉和布拉德·皮特在法国南部小城尼斯生下了一对双胞胎,成为当天和之后数天美国媒体的封面报道,甚至有媒体援引尼斯市市长的话说:这是尼斯和全体市民的骄傲。就在这对双胞胎出生的前一天,紧邻尼斯的另一个法国城市由于核泄漏出现大面积水污染,云集在尼斯的记者们却没有兴趣到邻近的这座“被封闭的城市”看一看。

——2008年9月22日,在一家电台的谈话节目中,明星林赛(Lindsay Lohan)承认了自己和另一个女主持人的“罗曼蒂克式的关系”。“你们在一起多长时间了?一年、两年还是几个月?”回答是:非常长的时间了。随后,这对同性恋人出国度假时,美国和欧洲媒体把头版大幅照片“贡献”给了她们。尽管同一时间,相当一部分墨西哥人后裔正在为他们能合法出入美国国境而奋斗。

——2008年11月5日,当白宫迎来了历史第一位非裔美国总统时,媒体公司找到了共同的报道重点——白宫新的“第一宠物”:它是从哪里来的?奥巴马一家将如何喂养这条狗?

——2008年11月20日,美国媒体把焦点对准一对电视真人秀节目恋人的“非正式婚礼”时,美国加州关于是否允许同性婚姻的投票中出现了作假行为,媒体的精力显然有限,“忙着报道明星婚礼的媒体,没能对这次可能影响数以万计加州家庭的投票作假进行深入报道”。

——2009年3月2日,旧金山巨人队的棒球明星服用药物的审判开始,赢得了几乎全美媒体的关注。同一天,美国高级法院还公布了三项影响深远的判决,其中一项是关于美军在越战期间使用化学药品造成的损害的赔偿案。

——2006—2007年度“垃圾快餐新闻”评选中位居第二的歌手布兰妮,2008—2009年度再度入榜,前一次是因为怀孕,这一次是因为生了女儿。

——发生在歌手艾米(Amy)和她父亲之间的口舌,成功地占据媒体版面,成为年度的“垃圾快餐新闻”。父亲向媒体爆料称,医生警告说艾米如果再吸毒将有生命危险;女儿的代言人随即告诉美联社,没这回事儿。之后不久,父亲通过媒体向公众道歉说:自己理解错了……这是一次完美的媒体炒作。同时发生的美国政府拒绝给一个被误认为“国家敌人”的被关押者赔偿的事件,则被这次明星炒作掩盖了。

.....

王学峰总结说:“我们无法全部列举近年来美国的娱乐化新闻事件,就像我们无法列举诸如章子怡撒贝宁的‘姐弟恋’和更多中国明星层出不穷的绯闻一样。”“在学术界,人们为娱乐化的新闻业起了许多代名词,最典型的有两个:麦当劳式的电视新闻,意指电视新闻的快餐化,也经常用来形容电视上提供的大量公众并不需要的‘垃圾信息’;迪士尼化,所有的新闻都可以成为一种娱乐的内容和形式。”^①

① 王学峰. 新闻暗规则:互联网并未改变的一切. 北京:中国社会科学出版社,2013:16-19.