

上海市教育委员会科研（创新）重点项目
上海市教育高地建设项目

新闻， 如何改变世界

——新闻影响力及深度效果研究

郝 雨 著



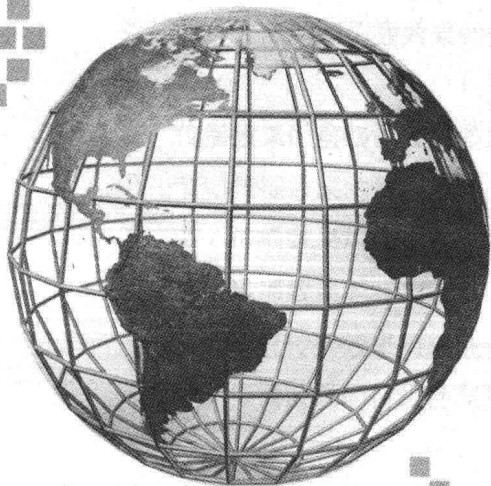
上海大学出版社

上海市教育委员会科研（创新）重点项目
上海市教育高地建设项目

新闻， 如何改变世界

——新闻影响力及深度效果研究

郝雨 著



上海大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻,如何改变世界:新闻影响力及深度效果研究
/郝雨著. —上海:上海大学出版社,2010.11

上海市高校教育高地建设项目

ISBN 978-7-81118-676-5

I. ①新… II. ①郝… III. ①新闻学:传播学-高等学校-教材 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 205020 号

特约编审 王瑞祥

责任编辑 傅玉芳

封面设计 柯国富

新闻,如何改变世界

——新闻影响力及深度效果研究

郝 雨 著

上海大学出版社出版发行

(上海市上大路 99 号 邮政编码 200444)

(<http://www.shangdapress.com> 发行热线 66135110)

出版人:姚铁军

*

南京展望文化发展有限公司排版

江苏句容市排印厂印刷 各地新华书店经销

开本 890×1240 1/32 印张 12 字数 322 900

2010 年 11 月第 1 版 2010 年 11 月第 1 次印刷

印数:1~2100

ISBN 978-7-81118-676-5/G·549 定价:30.00 元

目 录

绪 论	001
第一节 效果,即改变	001
第二节 拟态环境与本源事实改变	007
第三节 新闻对社会现实的影响与改变	016
第四节 媒介改变着世界,改变着人的生活	021
第 1 章 历来新闻传播效果研究的历史脉络及走向	026
第一节 传播效果研究的历史回顾	026
第二节 新闻传播效果的构成与类型	035
第三节 提高新闻传播效果的途径	045
第 2 章 传播效果的层级性及其实现过程	061
第一节 传播效果的层级概念及内涵	061
第二节 传播效果层级性的具体表现	066
第三节 传播效果的实现过程	071
第四节 研究传播效果层级性及实现过程的意义	073
第五节 传播效果的持续性与持久性	074
第 3 章 传播效果研究的意外收获——“第三者效果”	081
第一节 “第三者效果”的提出	081

第二节 “第三者效果”提出的意义	083
第三节 “第三者效果”研究存在的问题	088
第四节 “第三者效果”研究的拓展与前景	092
第4章 新闻传播效果与社会历史发展	099
第一节 新闻传播推动历史发展	099
第二节 社会变革中的新闻传播	107
第三节 社会历史航船的瞭望者	114
第5章 新闻传播效果与社会舆论监督	123
第一节 社会舆论监督——新闻传播的特殊功能	123
第二节 新闻舆论监督的传播效果分析	126
第三节 更好利用新闻传播进行社会舆论监督	129
第四节 优化危机报道的传播效果	133
第6章 新闻传播与国际社会关系	139
第一节 新闻传播与国家关系	139
第二节 新闻传播与国家的国际形象	142
第三节 新闻传播创造和谐世界	155
第四节 文化融合大背景下的国际新闻传播	158
第五节 国际争端报道的新闻专业主义持守	164
第7章 受众能动性及受众中心论	175
第一节 受众研究视角的变迁	176
第二节 能动性受众研究解析	180

第三节	建立对话性的和谐传受关系	187
第四节	依存与制约：传—受互动的意义	190
第五节	互动：媒体如何让受众做主	209
第 8 章	新闻传播效果的积极调控	216
第一节	新闻传播的多维性	216
第二节	新闻传播效果的多向性	223
第三节	新闻传播预期效果的最大化	230
第四节	议程设置与传播效果	232
第五节	涵化理论与传播效果	238
第 9 章	媒介发展与传播效果	245
第一节	由“人体的延伸”到“媒介的延伸”	245
第二节	由“媒介的延伸”到“媒介功能的延伸”	250
第三节	“媒介批判视角的延伸”	258
第四节	新媒介世界的传播效果	261
第 10 章	媒介公信力与新闻传播效果	268
第一节	关于媒介公信力的内涵及其发展	268
第二节	媒介公信力的生成机制	274
第三节	提高新闻媒介公信力的对策	277
第四节	西方媒介公信力下降及原因	281
第 11 章	媒介素养与新闻传播效果	285
第一节	媒介素养的一般意义	285

第二节 媒介素养教育的迫切性	291
第三节 媒介素养教育的实施	304
第 12 章 抵制虚假新闻与新闻传播效果	315
第一节 假新闻对新闻公信力的伤害	315
第二节 “类虚假新闻”的危害	322
第三节 “类虚假新闻”的种种类型	326
第四节 “类虚假新闻”的根源与土壤	333
第五节 如何防止和抵制“类虚假新闻”	342
第 13 章 新闻传播效果实现之案例分析	348
第一节 个体影响案例的速效与长效分析	348
第二节 媒介从个体影响到群体影响的阶段和过程分析	355
第三节 重大新闻策划的议程设置传播效果研究	360
第四节 低俗虚假报道负面传播效果研究	363
主要参考文献	367
后 记	371

绪 论

如果说,就新闻传播活动的外在的或者机械的运作过程而言,基本上就是:新闻传播者首先对新闻事实进行选择 and 采集,然后提炼加工成新闻信息,再进一步地经过编码和制作,继而通过或者运用相关的媒介,最后传播到受众这一信宿。那么,一个完整的新闻传播的过程也就基本完成了。但是,就新闻传播的根本目的来说,显然还不只是为了简单地完成这样一个机械的程序,而是为了实现一定的社会价值的目标。也就是说新闻传播活动的完成,归根结底,还是要达到一种对受众发生影响以及对社会有所改变这样的精神以及物质方面的目的。如此才能真正使得新闻传播的活动具有实际的收获。从根本上看,新闻传播的目的追求新闻传播的效果,而新闻传播的效果又可以全面检验新闻传播的质量。所以,新闻传播效果是对于新闻传播过程研究的最终的也是最有意义的一个课题。

第一节 效果,即改变

要对新闻传播效果进行研究,当然就要首先从理论上明确什么是新闻传播效果。

新闻传播效果这样的概念,虽然说起来非常通俗和简单,可要从本质意义上对其做出学术化的解释,也并不是那么容易。多少年以来,理论界已经对其有许多不同的说法,但一直还没有一个完全统一

的定义。

那么,究竟什么是新闻传播效果,又究竟如何从理论上界定新闻传播效果的含义呢?本书认为,对于新闻传播效果这样一个比较宽泛的概念和相对模糊的研究对象而言,也许并没有必要一定按照形式逻辑的定义法,给出一个非常严密精确的定义。我们更需要的是能够把握其最基本的精神,那就是:效果,即改变。

如果再表达得比较具体一些,也就是:新闻传播效果是指新闻传播活动整个过程中以及其后所产生的社会化的影响,它首先表现为对于新闻受众在心理意识、思想观念、情感情绪、态度行为等方面的某种程度的平衡与改变,进而对某一范围的社会文化和社会结构产生一定的影响和导引,乃至最终在全社会的精神的与物质的各个方面取得重要的收效。新闻传播效果是新闻传播目的的最终体现,是新闻传播在受众当中和社会范围所产生的影响和效应。新闻传播效果可以说是新闻传播研究中最重要的一部分。因为从根本上看,新闻传播效果的正反好坏与强弱高低,正是测量和检验新闻传播目的实现程度与新闻传播实际质量的根本尺度。

说到底,新闻的真正影响与效果,就表现为对某些事物的一定程度的改变。根据传播学的理论,传播效果依其发生的逻辑顺序或表现阶段,一般分为三个层面:信息作用于人们的知觉与记忆系统,属于认知层面效果;作用于观念、价值体系而引起人们的情感变化,属于态度层面的效果;态度上的变化外化为具体行动时,则收到了行为层面的效果^①。孟建认为:“传播效果就是指经过信息传播活动,使受众的感知、思维、情感和行为发生变化。”^②还有人认为:“传播效果,即传播活动的目的所在、价值所在,指的是传播者借用传播媒介将传播内容传递给受众的全过程对受众、社会、传播者自身所产生的

① 郭庆光:《传播学教程》,中国人民大学出版社,1999年版。

② 孟建:《传播效果应成为新闻发言人孜孜追求的目标》,“长城在线”2004-11-25。

影响以及由此所带来的根本性变化。”^①综合人们的各种说法,在表述上比较全面的一种理解是:“效果是人的行为产生的有效结果,传播效果具有下述两种含义:①在狭义上,它指具有宣传或说服目的的传播行为在传播对象身上引起的心理、态度和行动的变化,通常意指传播行为在多大程度上实现的传播者的意图;②在广义上,指报刊、广播、电视等大众传播媒介的活动对受众和社会产生的一切影响和结果的总和,不管这些影响和结果是有意的还是无意的,直接的还是间接的,现在的还是潜在的。”总之,无论如何表述,所有这些关于传播效果的解释中都包含着一个关键词,那就是:“改变”。

改变,是新闻传播的重要目标,也是新闻传播的根本价值。改变,是世界发展的最基本状态,也是社会历史前进的主要方式。新闻传播效果追求改变,正是为了更加有效和有力地推动世界的发展运动和社会历史的稳步持续的前进。

按照辩证唯物主义原理,统一的物质世界中的万事万物都处在相互作用的普遍联系之中,都处在不断产生、不断消亡的运动、变化和发展的永恒的过程之中。也就是说,世界是永远运动着的,事物是永远变化着的。古希腊的哲学家说过,“一个人不能两次踏入同一条河流”。运动和变化是物质世界所固有的根本属性。世界上丰富多彩的事物、现象都是在运动中产生的,是物质世界运动、变化和发展的结果。而且,物质运动是有规律的,而不是杂乱无章的。宇宙间一切形式的物质运动都具有某种反复出现、必然如此的秩序和不可改变的趋势,都有自己的客观规律性,是不以人的主观意志为转移的。但是,对于人类社会的历史发展来说,又绝不可能是毫无曲折和障碍,也绝不可能是完全直线型前进的。马克思主义科学发展观要求用科学指导发展。推动社会进步必须掌握社会进步的科学原理和方法。构建和谐社会本身就是社会进步,更需要掌握社会进步的科学

① 赵长春:《典型报道的传播效果与新闻审美》,中国新闻研究中心网站,2007-07-30。

原理和方法。运用社会进步的原理和方法可以提高社会进步的质量、效率和速度。而新闻传播则正是及时传播有关信息、大力宣传社会进步的科学原理和方法,并在科学原理的指导下,推动社会进步的重要手段。

2008年5月12日14时28分,我国四川汶川发生大地震,17分钟后,新华社发出第一条英文快讯;28分钟后,新华社发出第一张地震图片;34分钟之后,即15时02分,中央电视台新闻频道正在播出的整点新闻打出“突发事件”的片头,播发了第一条地震消息。紧接着10分钟之后,也就是15时12分,中央电视台新闻频道和综合频道并机直播四川汶川大地震的窗口打开。灾区发生的所有重要变化和全国人民的救援行动,都能在第一时间迅速传播到世界的每一个角落。全国人民在巨大的灾难面前,表现出了让世界震惊的坚强、团结、珍爱生命、富有同情心,以及慷慨相助的民族精神。从新闻媒介当中,一个个感人的事迹不断传播出来:有许多农民自费坐飞机到灾区做志愿者;全国各地不仅踊跃捐款捐物,还特别积极地争相献血,保证受伤灾民的救治输血之用;还有一位唐山人,因为急着要去灾区救人,但又买不到飞机票和火车票,干脆打出租车一直从唐山开到四川,打的费就花了5000多元。正是这种及时快速的新闻传播,使得全国人民在巨大的灾难面前,万众一心,众志成城。美联社称:中国应对地震行动迅速,在严重的地震发生后的24小时之内,大约有2万名军人集结到了地震灾区,帮助挖掘死难者、搜寻受伤者,大量的军用飞机以及军用卡车正在驰援。《纽约时报》5月20日的文章《中国携起手来参与地震救灾》中特别谈到:“从5月12日地震发生的那一刻开始,中国政府派遣了士兵、武警和救援人员,开始了那种可以预见的中国共产党的大动员。但是,一种没有预见的动员在官方渠道以外发生了,产生这种状况的部分原因是,政府的新闻媒体对地震进行了不同寻常的有力而具戏剧性的报道。成千上万的中国人进入地震地区,捐款金额超过纪录,这种民间反应非常惊人,而且是自发的。”可以说,新闻传播对于这次抗震救灾的作用显然是不可低

估的。这也正是我们的新闻所要追求的最好的效果。



图1

新闻对于重大的社会事件甚至是宏观的社会发展具有重要作用和意义,而对于一些纯属于个人的以及较小的生活事件来说,更容易发挥立竿见影的改变效果。2006年4月21日晚10时,一个叫做许霆的年轻保安来到广州市天河区黄埔大道某银行的ATM取款机取款。结果取出1000元后,他惊讶地发现银行卡账户里只被扣了1元,狂喜之下,许霆连续取款5.4万元。当晚,许霆回到住处,将此事告诉了同伴郭安山。两人随即再次前往提款,之后反复操作多次。后经警方查实,许霆先后取款171笔,合计17.5万元;郭安山则取款1.8万元。事后,两人各携赃款潜逃。同年11月7日,郭安山向公安机关投案自首,并全额退还赃款1.8万元。经天河区法院审理后,法院认定其构成盗窃罪,但考虑到其自首并主动退赃,故对其判处有期徒刑一年,并处罚金1000元。而潜逃一年的许霆,17.5万元赃款因投资失败而挥霍一空,2007年5月在陕西宝鸡火车站被警方抓获。广州市中院审理此案后认为,被告许霆以非法侵占为目的,伙同同案人采用秘密手段,盗窃金融机构,数额特别巨大,行为已构成盗窃罪,遂判处无期徒刑,剥夺政治权利终身,并处没收个人全部财产。许霆

获重罪之后,许父四处奔走为儿子讨要说法,全国媒体持续关注此事,九成网友表达了“量刑过重”的网络民意,法律界人士也纷纷引经据典为许霆开解。在舆论的合围下,此案被广东省高院发回重审。在强大的民意和严正的法理面前,二审法院及时调头,启动了纠错程序。由“无期徒刑”改判为“五年徒刑”,由“剥夺政治权利终身,并处没收个人全部财产”改判为“罚金人民币2万元,并退赔其从银行ATM机上取出的17.38万元”,两次判决可谓云泥之别。可以说,新闻舆论的作用在许霆案的改判中不可低估。

从社会经济角度来看,新闻的经济信息加强了人和经济的联系,提高了人的创造力,从而催化社会经济的快速发展。媒体的大量报道会直接告诉人们经济发展的症状在哪里,因而个人的经济行为以至社会经济政策就不再是盲目的。在新闻媒介发达的时代,经济增长就在报纸或电视上,经济的无情衰退也在报纸或电视上。例如在18世纪初叶的欧美报刊上,关于珍妮纺纱机、风力动力机、蒸汽机及各类手工工厂的报道比比皆是,走出手工磨坊的工业繁华成为报刊上的壮丽景观。这些新闻表明:自从装上“科学技术”这个强大的发动机,人类历史的车轮开始加速,新兴生产力对社会制度和意识形态产生了不可估量的影响。先进国家的报纸和落后国家的报纸诉说着不同的生产力,都强调本国制度对解放生产力的作用,但不同政治制度对生产力的真实影响,由报刊上的大量事实反映出来,是任何教科书和政府官员的宣言都无法与之争辩的。传媒上的经济万象与现实息息相关。媒体上种种经济挫折向人们证实,如果政治关系阻碍着生产力,传媒披露的大量事实就会生动地扒掉这张画皮。经济事实按照社会自身的发展蹦到人们的饭桌上,并从根本上规定、检验着生产力的作用,媒介也许是最好的一面镜子。

每篇经济报道都是对某一经济现象的披露和说明,各种媒体无数篇经济报道能显示经济发展的前景,从而揭示经济发展的方向。研究大量西方媒体上的经济报道,可以发现,当代资本主义的经济特征发生了重大变化,出现了多元资本占有的现象。这类经济报道表

明,媒体不仅是重要的经济成分,而且是经济形态发展的预言家。只有大量媒体才能把世界微缩为一个原点,让人们了解它的最新动向。媒体总是提供新的经济观念,批判落后因素对生产力的束缚,使许多国家的经济结构和社会关系得到调整。传媒全面解释一切突如其来的变化,让人们深知今天与明天同过去有什么差异,以及如何应付新的经济挑战。

当然,新闻传播效果的实际测定是极为复杂、极其艰难的一项工作,因而,对于传播效果的理论上的研究和表述也就有着相当大的难度。但是,对于新闻传播的实际的效果测量,我们可以用最直观的观测来进行评判和检验,那就是,看我们的新闻是否改变了什么、改变的程度如何以及改变的向好还是向坏的性质。

总之,我们的新闻传播当然要追求好的效果。那么就要去树立一个方向和目标,从而尽量采用最佳方式或最有效手段,努力实现对于现实社会和生活状况的某种正方向的变化。

第二节 拟态环境与本源事实改变

那么,从理论上说,新闻对于世界的改变又是从何而起的呢?也就是说,当我们认定新闻传播效果应该从根本上体现为对世界的改变这一命题的时候,是否就只能从新闻进入传播之后看起?是否只能从新闻开始影响世界以后进行研究了呢?如果从对于世界的改变这一思路追索起来,显然,这种所谓对世界的改变并不是到了新闻被制作成“新闻”并传播出来之后,直接或间接地对某些事物发生了影响和作用才叫做改变。实际上,新闻是从事件发生之后,新闻记者介入其中,甚至是从开始采访的时候,就已经对世界发生了影响。这个问题的提出和研究,看上去只有一定的理论意义和抽象结构的价值,其实对于我们的新闻实践来说,也并不是没有指导作用的。

早在李普曼关于大众传播的社会影响与效果的研究中,就曾经

提出过一个重要概念——“拟态环境”,简单地说,“拟态环境”也就是由大众传播活动形成的信息环境。在著名的《舆论学》一书中,李普曼从较高的哲学层次上研究了新闻传播及媒介对于人们认识世界和与社会发生关系的种种理论问题。李普曼认为,要做出判断,形成意见,做出决策,人必须了解周围的世界。但是人毕竟不是“亚里士多德哲学中的神,匆匆一瞥就能看破一切”,他至少要受到感官的限制。因而人们就要“学着用他的头脑去观察他从未见过、摸过、闻过、听过、想过的大千世界。他会逐渐在他的脑海中为自己制作一幅视线所不及的那个世界的可靠图像”。然而,“制作”出来的图像,显然就不完全等于实际面貌。李普曼将传播媒介视为信息发布的渠道、人们“虚拟环境”的来源。他同时也告诉我们,既然传播成为认识“外部世界”、把握“外在现实”并藉以行动的信息来源,那么这一切不但与媒介信息提供的状况有关,而且也与个人的接受能力,即与其社会经济地位等密不可分。李普曼还认为,尤其在现代社会,人们对超出自己的物理视界以外的事物,只能通过大众媒介去了解。因此,人的认识和判断(头脑中关于外部世界的图像)已不再是对客观环境的反映,而成了对传媒提示的某种“拟态环境”的反映。总而言之,“拟态环境”是传播媒介通过新闻和信息的选择,加工和报道活动来形成的,而传播媒介大多具有特定的倾向性,因而“拟态环境”并不是客观环境的再现,只是一种“象征性的环境”。“拟态环境”这一概念不仅指出了大众传播媒介的巨大社会影响,而且揭示了现代环境的双重性。

既然是“拟态环境”,当然就可以十分肯定地说,它与原本的真实世界就不再是完全一致的世界,由此就可以得出这样一个结论,即新闻对于世界的改变,并非新闻发布之后对社会生活发生了什么样的影响,而是从新闻活动的起始,即一个新闻事实发生之后,新闻传播者进入采访,以及整个新闻的制作过程,新闻都在参与对于世界的改变。

首先是记者的采访介入。记者对于新闻事实的采访无疑是新闻

活动的最初的一个环节,而在现实当中,当一个具有新闻价值的事实发生之后,只要有一些记者携带采访工具(尤其是现代化的采访工具)进入现场,原本的新闻现场就已经发生了重大改变。不仅人为地增加了观察者和询问者,而且这些新闻人的直接参与,还很有可能大大影响事物发展的进程甚至发展方向。如伊拉克战争的现场报道,地震灾难的采访报道。世界各地的新闻媒体大量人员的进入,使得战争不再仅仅是政治的和军事的行为,也使得自然灾害也不再是单纯的自然事件。尤其是,记者的介入又往往会带有记者的立场和观点,虽然新闻业一再强调新闻的客观性和公正性,但是,记者的主观因素确实很难彻底地排除干净。记者的不同态度的参与,对于原本的事态的性质和走向至关重要。如当年的山西繁峙矿难发生之后,先后进入采访的几批记者由于完全不同的态度,都曾经影响到了事态向着不同方向的发展。2002年6月22日下午3时30分左右,山西省繁峙县义兴寨金矿区的一个金矿发生特大爆炸,38名金矿矿工不幸罹难。事故发生当晚,对事故发生负有直接责任的非法矿主殷山、杨海龙、杨治兴、王建勇等商量并统一了“2人死亡、4人受伤”的口径,并确定由王建勇负责做繁峙县县长王彦平的工作,杨海龙负责做其他县领导的工作,殷山负责应付领导、记者的调查和遣散民工,还有人负责转移、藏匿尸体及与死难矿工家属私了。最先进入矿区进行采访的11名记者全部被收买,企图掩盖事实真相。而《中国青年报》的记者刘畅则这样记录了其进入采访的过程:

2002年6月25日上午10时,一个电话打进了中国青年报编辑部。值班编委刘健听到对方陈述,面容立刻严峻起来。原来,这是一个关于矿难的举报电话。来电人家住陕西省旬阳县,电话里,他颇为悲痛地说:“我的亲属到山西省繁峙县砂河镇的金矿打工,6月22日,那里发生了一起金矿爆炸,死亡五六十人,其中,包括我的亲友。”“我是信任你们中国青年报,才向你们举报的,希望你们能到山西调查。”

随后,在中国青年报新闻采访中心工作的我和摄影部记者柴继军接到任务,要求“迅速赶往山西”。

出发前,我拿到了刘健写的线索、联系电话,记录在一张牛皮纸信封上。按照上面的电话,我拨通了一个手机,一个姓胡的人说:“爆炸发生三天了,还见不到尸体。”由于担心人身安全,他十分慌张。我说:“不要惊慌,我们尽快赶到。”“能多提供几个电话号码吗?”这样要求,确实是为了“以防万一”。

几分钟后,他打来电话,一口气说了四个手机号码。“情况复杂,金矿的人随时控制他们,你轻易不要打。”

我和柴继军从北京市丽泽桥长途汽车站,搭上了去太原的大巴车。转道太原,换乘到繁峙县砂河镇的依维柯。

到达砂河镇的时候,正是夏日的午后。找到一个小饭馆,我们拨通了姓胡的电话,他说:“我们住在大营方向的汽校旅游宾馆,你们可以来,但千万别进来,到处都是金矿的人把守,会有危险。你们到门口时,会有一个穿迷彩服的人与你们联系。”

我们找了一辆微型面包车,谈好价钱,沿着公路,在荒郊野外寻找“汽校旅游宾馆”。走了10多公里,穿过了一片树林,看到路边有一个小院,周围没有别的建筑,便让车停在院门口。没等停稳,突然,车门被打开,一个穿迷彩服的年轻人蹿到车上。

这时,开车的司机惊讶地叫了一声:“你干什么?”我连忙阻止。“迷彩服”上车后,我们看见院子里有人跑过来,要拦车,马上挥手说“快走”。

司机一踩油门,我们在车里晃了一下,迅速驶离,把跑过来的人甩在了后面。

这样的记者参与本身,显然从一开始就增加了现实中的故事结构。而紧接着的事件发展则更是由于记者作用显得一波三折:

天,渐渐有些黑了。