

大众传播效果

问题与对策

胡钰 著

新华出版社

526356

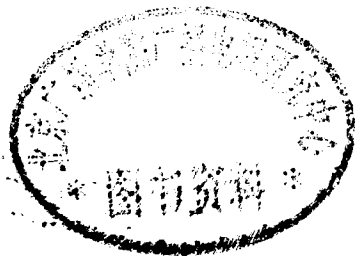


526356

大众传播效果： 问题与对策

胡 钰 著

新华出版社



图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播效果：问题与对策/胡 钰 著. —北京：新华出版社. 2000.1

ISBN 7-5011-4696-9

I. 大… II. 胡… III. 大众传播-研究 IV. G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 53910 号

大众传播效果：问题与对策

胡 钰 著

*

新 华 出 版 社 出 版 发 行

(北京宣武门西大街 57 号 邮编：100803)

新 华 书 店 经 销

新华出版社激光照排中心照排

新 华 出 版 社 印 刷 厂 印 刷

*

850×1168 毫米 32 开本 8 印张 190,000 字

2000 年 1 月第一版 2000 年 1 月北京第一次印刷

印数：1—5,000 册

ISBN 7-5011-4696-9/G·1737 定价：16.00 元

目 录

研究大众传播效果 提高舆论引导水平(代前言)	(1)
第一章 新闻传播效果透视	(4)
第一节 缺乏真实性的新闻报道透视	(5)
第二节 缺乏思想性的新闻报道透视	(13)
第二章 大众传播的效果理论	(20)
第一节 大众传播强效果论	(21)
第二节 大众传播反效果论	(34)
第三节 大众传播负效果论	(48)
第三章 新闻传播效果的预期与现实	(58)
第一节 预期与现实的矛盾	(58)
第二节 从传受双方找原因	(68)
第三节 危害分析	(84)
第四节 对策研究	(96)
第四章 大众传播中的谣言危害及对策	(113)
第一节 谣言的概念	(113)

第二节	谣言的诞生	(116)
第三节	谣言的传播	(131)
第四节	谣言的理解	(137)
第五节	谣言的效应	(144)
第六节	谣言的制止	(148)
第五章	认识国际传播中的新闻伪自由	(155)
第一节	新闻自由的“知”与“行”	(156)
第二节	国际传播中的舆论一致	(159)
第三节	新闻伪自由剖析	(173)
第四节	建立国际新闻传播新秩序	(180)
第六章	纠正影视传播的舆论误区	(188)
第一节	影视文化的大众化转型	(189)
第二节	电视广告模式	(193)
第三节	误区解读	(200)
第四节	国际文化交汇中的中国影视业	(205)
第五节	重视影视舆论的导向作用	(209)
第七章	防范新媒体的消极影响	(213)
第一节	新媒体的崛起	(214)
第二节	新媒体的文化悖论与信息混乱及对策	(231)
第三节	新媒体的规范与有序发展	(238)
参考文献		(242)

研究大众传播效果 提高舆论引导水平

（代前言）

进入信息时代，大众媒体在社会生活中发挥的作用越来越突出。政治的建构、经济的繁荣、文化的整合，无一不依赖大众媒体的帮助。当中央电视台广告招标竞争日趋激烈时，当都市报业蓬勃发展直至大型报业集团崛起时，当大众媒体的声音无所不在带来社会交流形式的变化时，我们再也无法忽视大众媒体的巨大影响力。

如同核技术可以用来发电，也可以用来杀人一样，拥有巨大影响力的大众媒体既能造福于社会，也会贻害于公众。只有牢牢把握正确的方向与高超的技巧，才有可能让大众媒体真正为社会进步服务。

1994年1月，江泽民同志在全国宣传工作会议上提出了宣传思想战线的任务：“以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人。”这是对宣传工作、对大众媒体的社会职能作出的精辟概括。按照这样的方向走，我们的大众媒体就能成为服务于国家发展、人民幸福的事业。而如果不按这个方向走，或者走得不好、不熟练，就会进入一个反面，其危害大矣。简言之，大众媒体若有功，功不可没；若犯错，错不可掩。正如江泽民同志1996年视察人民日报社时指出的：“舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。”站在“党和人民”的“福”与“祸”的角度来

谈舆论导向问题，这对我们的宣传工作者无疑提出了更高的要求。

现代传播手段可谓极大丰富，不但传统的印刷媒体日趋快捷、精美，广播、电视等电子媒体也全面普及，加之计算机网络、通讯卫星等高科技媒体的发展，人们已经依靠各种媒介彼此紧密相连。

新的传播形式带来许多变化：党和政府的政策通过大众媒体的发布、宣传，更加深入人心；国内外政治、经济、文化的发展通过大众媒体描述、传播，更加新鲜直接；企业的形象与产品通过大众媒体介绍、推广，更加生动高效等等。

与此同时，一些负面的影响也不断滋生：准黄色、准暴力的内容在各种广告、影视剧中越来越多；有意或无意的新闻失实让原本处于人际传播的谣言进入大众传播领域；对党和国家政策的模糊理解使得政策宣传变成政策误导；尤其是国际传播领域中文化霸权与政治霸权直接干扰中国的国际形象；等等。

前者是“党和人民之福”，后者是“党和人民之祸”。

为了避“祸”趋“福”，如何提高舆论引导水平就成为摆在宣传思想工作面前的当务之急。

解决问题的第一步是要找出问题。问题的表现、原因、危害，问题的产生、发展、消失，都是问题解决者要关注的对象。本书试图梳理出当前大众传播领域中存在的种种干扰社会进步的问题，并探讨这些解决问题的途径。

1998年5月21日，人民日报社社长邵华泽同志在给中国社会科学院研究生院新闻系的博士生、硕士生讲课时指出：“在坚持正确舆论导向的前提下，任何一个新闻媒体，都要把讲究引导艺术、提高引导水平，作为一个经常性的课题来研究。”“新闻媒体舆论引导是不是正确，效果是不是好，都要由实践来检验，要由受众来检验，而不是坐在编辑部里凭自我感觉决定的。研究引

导艺术，提高引导水平，目的就是为了增强引导效果。”

从研究传播效果出发来探寻舆论引导艺术，以受众与实践检验来衡量引导水平，这是我们对待当代舆论引导的科学态度。

在这一思想的指导下，我始终密切关注大众传播领域动态，搜集各种材料，陆陆续续发表一些文章，本书正是我这三年来研究成果的系统化与深化。愿我的一点拙见能为舆论引导的理论与实践提供有益的补充。

1999年12月1日于北京清华园

第一章 新闻传播效果透视

在我国的新闻学研究中，新闻的真实性是一个长期的课题。从新闻真实性的内涵到其实现，一代代学者都有深入论述。但就是这么一个讨论得非常透彻的问题，在实际新闻工作中失实报道还不时出现。如果排除主观造假的因素，我们会发现，有许多失实报道的出现是与其报道者的预期完全相反的：报道者以为这是真的，判断这是依据客观存在的，但报道传播开来后，得到的反馈告诉报道者这是与事实不符的。

在我国的新闻工作中，新闻的党性原则是一个基本的要求，党的三代领导人对新闻工作的党性原则都有着明确而具体的阐述。长期的教育与熏陶使得我们的新闻工作者非常注意新闻的社会效益，即由新闻报道引导积极、正确的社会舆论，并产生了良好的社会影响。但在实际新闻工作中，一些误导社会价值观、国家政策的报道还是屡屡出现。我们把这类现象称作新闻传播反效果。

本书根据新闻传播反效果的表现，将其分为缺乏真实性的报道和缺乏思想性的报道两类并列举了在我国新闻传播活动中常见的 13 种现象进行分析。

第一节 缺乏真实性的新闻报道透视

1、报道时效性不强，产生新闻传播反效果

新闻报道要向受众描述最新发生的事实，描述质量的高低首先取决于其时效性，即是否在第一时间将最新事实的动态报道出来。如果忽视了抢时间、抢时效性的重要意义，在一些情况下就会导致报道中的描述与客观事实间存在偏差较大的矛盾。

1982年6月11日，中国新闻社发了一条消息，题目是《广西右江民族医学院等救活了一名心脏骤停140分钟的病人》。消息中称，5月18日，一位解放军战士冠心病突发，心脏停止跳动，后经广西右江民族医学院等单位的医生用各种办法尽力抢救，病人的生命“终于被医务人员从死神手里夺回来了。”消息最后说，“现在，病人心脏复苏后，恢复了肾功能，呼吸、血压、脉搏、瞳孔对光反射、角膜反射、听觉、感觉、视觉及记忆均已恢复正常。”

7月12日出版的广西《南宁晚报》转载了这条消息。然而，报纸发出后，马上有读者给该报写信指出该病人已于5月29日去世。而病人的妻子则给中国新闻社写信表示气愤，“人已死了13天，笔者却还说江俊华已恢复正常，看了这一消息，不但增加我的悲痛，一些知情者也啼笑皆非。”^①

过时信息是引发这类反效果现象的主要原因。而造成过时信息的原因是多种多样的，有主观上的忽视，有客观条件的限制。像上面提到的报道，作者知道病人已经去世，并给《广西日报》、广西人民广播电台去信撤消该稿，但忘记了通知也收到此稿的中国新闻社。

对新闻媒体来说，紧抓时效性是保证新闻质量至关重要的因

素，没有时效性的新闻何谈“新”字？事实上，只要保证了高度的时效性，及时准确地报道客观事物的发展进程，类似的问题就可以大幅度减少。

2、报道正面典型夸大，产生新闻传播反效果

正面典型代表我们时代的主旋律，是全社会学习的榜样，新闻媒介要宣传这些典型，弘扬社会主旋律，引导群众进步，但对这样的典型如果在宣传中过了头，夸大化，宣传效果只能事得其反。

1945年3月23日的《解放日报》发表社论《新闻必须完全真实》，文中指出了一些当时存在的问题。“例如事情正在计划做，报道正在进行中，正在进行中的则报道为已经完成了，这种报道方法，据说叫做‘提高一步的报道’。又例如一个药方医好了六条牛，报道起来说成几十条牛，这是数字的扩大。又例如报道有一技之长的某一劳动英雄，把他写成十全十美的圣人，这是分寸上的夸大……”^②

这样的报道并不能起到高质量的宣传效果，因为它与事实脱节，违背了事实第一性报道第二性的原则，受众不信任了，还谈什么接受和学习呢？

用主观想象代替客观事实，用文学手法记述现实存在，这类报道不但起不到宣传的效果，让受众对报道对象敬而远之，而且往往容易给报道对象的工作带来压力，使得报道对象在自己的工作环境中受到排斥。

3、报道个别现象失度，产生新闻传播反效果

社会现象有主流现象与支流现象之分。要准确反映生活，新闻报道就要用不同的手法来反映不同的现象，对主流现象，应用大报道量，大张旗鼓地报道，而对个别现象就不能如此，否则，

将个别现象放大,采取与主流现象一样的表现手法,就会人为地干扰受众的接受效果。

比如某省级电视台报道某城市一个居民小区毁坏绿地建车库的问题,报道中说,“小区内要建一个车库,施工人员不顾劝阻,强行砍掉39棵花树,掀掉了大量草皮……类似的情况在该市的很多小区都有发生。”事实上,这种现象只在这一个小区发生,其它小区并不存在同样问题。报道播出后不久,该市有关负责人找到电视台要求其新闻失实负责,原本批评性报道反倒成了失实报道。^③

对个别现象的报道应采取客观的态度,否则会产生反效果。比如只有一家工厂更新了设备,但却报道成全市技术改造全面完成,初见成效,这会让群众盲目乐观,而一旦发现客观事实并不如报道所言,就会对我们的党、政府产生不满情绪。

将“偶然现象”作为“普遍现象”是这类报道的主要问题。报道者常常喜欢突出报道对象的重要性,以此提高报道的新闻价值,但不论正面、负面现象的放大化报道,都会产生反效果。

4、报道科技事件不科学,产生新闻传播反效果

科技新闻以科技事件为报道对象,其主要内容包括三方面:科技成果、科技政策及科技人物。尽管报道内容有差别,但有一点是共同的,即科技知识在科技新闻中必然存在。

面对扑面而来的新成果,多数新闻媒体都很重视,很快就会将之报道出去。但在报道过程中,如果报道者对报道中的科技知识一点不了解而又采取随意的态度,就会产生反效果。或是偏信研制者自己的说法,或是选择的报道角度不对,或是报道者持有的立场不客观,都有可能促使成果推介的积极意义走向反面。事实上,在实际报道中,我们确有记者凡报道科技成果,就喜用“世界领先”、“国际一流”、“重大突破”、“尖端”、“惊人”等字

眼，其实自己对成果的科学价值毫无所知，只是凭着研制者的介绍，甚至是报道者自己的猜想来报道。

如果说上面的报道还只是带给受众以不信任感，使得受众不能正确认识科技知识发展的真实水平，那么，对伪科学的报道就是完全以讹传讹，其负面效果是非常恶劣的。1992年末到1995年5月，我国近百家报刊、广播、电视积极报道的“水变石油”的新发明就是一个典型的例子。这样一个违背基本科学原理的伪科学事件，竟能在新闻媒介中当红这么长时间，波及面这么广，可以想见其危害之大。

科学发展道路上，充满艰辛，也充满矛盾，客观反映科学发展中的矛盾才能杜绝科技新闻中产生的反效果。科学发展历程中存在很多争论，这本是正常的现象，也是推动科学发展的基本手段之一。而新闻媒介报道这些争论，可以促使更多的人参与到争论中，促进争论的深化。但要实现这一作用，报道者在报道中的姿态就很重要，不能今天听公说，觉得公有理，明天听婆说，觉得婆有理，而是要摆正位置，不偏不倚。

不了解一点科学知识，仅凭一腔热情，是很容易在科技新闻报道中造成传播负效果的。美国学者多罗西·纳尔金认为科技新闻工作者就是“一群容易上当受骗的替罪羔羊，常常不加分析地接受权威人士——那些医生和科学家们——所告诉我们的任何事情。”^④此话未免有些刻薄，但在某些时候，科技新闻报道者主动辨别真伪的意识与能力确实不够，这也是科技新闻传播中屡屡出现反效果的根本原因所在。

在科技新闻报道产生的反效果现象中，报道者看到的事实常常是局部的，间接的，甚至都是报道对象安排的，报道者只是充当了录像机的角色，并未有任何过滤，而这些片段的、伪饰的假事实也就成为报道的主要内容。

科学技术的任何发展都会对人类社会的进步产生积极影响，

报道者在报道中往往注意抓住这一点,让受众更多地了解报道对象对自身的影响,以此来感染受众,增强报道效果。而这种手法在产生反效果的报道中就会使报道的负面影响力增大。

5、报道意外事件随意性,产生新闻传播反效果

在社会有秩序地发展进程中,意外事件不时会出现,不论是生物基因的变异,还是天上掉下一块陨石,都会给我们的生活增加不可预测性,也给新闻媒介提供了大量报道素材。对意外事件的报道,新闻媒介都有着较强的直觉性的敏感,一旦意外事件出现,新闻媒介都会迅速投入力量报道,但同时,较短的报道缓冲时间也加大了报道难度,反效果现象在某些时候不可避免地产生了。

意外事件从发生到结束的时间往往很有限,当新闻媒介派出人员进行报道时,也许得到的都只是间接素材,这时,如果报道者不希望丧失一个难得的具有很高新闻价值的素材,而错误地采取间接素材直接用,事实加想象,向受众报道意外事件的过程,就可能失实。

1984年4月8日,新华社发出一条《长沙市上空落下一块五斤重的大冰块》的消息。这篇报道事后证明是一篇失实报道,记者为了赶时效性,忘记了准确性,造成了很不好的影响。这一关于“天外来客”的报道前后曾轰动一时,甚至国外媒介也进行了报道。后来新华社又发了更正的消息。5月20日,《纽约时报》发自北京的一条专稿,文中不乏讥讽之词。国内新闻界的议论也很多,许多人都写文分析此事。

这类新闻传播反效果中,报道者注重事件状态描述,忽视事件本质真实。报道者会去采访,但只是把采访对象的只言片语有选择地串起来,至于其是否反映事件本质,并不多加考虑。而且,报道只求迅速,不求准确,报道者往往要抢第一时间发稿,

来不及多做调查取证；报道只求新奇，不求科学，为了增强新闻的吸引力，报道者、编辑者还会加上一些新奇的“帽子”，像关于这个冰块的报道中，记者用“天外来客”来形容，就很容易勾起受众好奇，但这并不符合客观事实。

6、电视报道对象话剧化，产生新闻传播反效果

凡参加过电视台文艺节目录像的人都知道，往往在节目没有正式开始之前，会有人带领大家一起鼓掌，一起大笑，然后迅速将这些场面录下来。这些简单机械的镜头就成为之后节目剪辑时的宝贵素材，可以随时拼接、填充。如果说这样摆弄拍摄对象是为了场面戏剧效果的话，那么，在电视新闻中如果也为了增强戏剧效果而如法炮制，会得出什么样的效果呢？

提前布置报道场景的电视新闻主要表现在专题片、电视杂志等节目中。这类节目的时间较之消息类新闻时间长，报道内容更细致，注重事件的完整性，也容易受到报道者的设计。某地电视台拍摄了一部反映城乡小学生结对互帮的专题片，在拍摄过程中，报道者始终不停地给孩子们导演，让城里孩子去抱一抱草喂喂牛，到菜园里去挖挖菜，再到厨房看看农民如何做饭等等，一步步完成报道者安排的“体验”。城里孩子都很乖巧，他们顺着报道者的指点很快完成了拍摄，但他们实际上并不喜欢这样。当报道者在事后采访这些城里孩子在农村生活的体验后，难受地说：“我们精心策划的一次沉重的体验，结果变成了令人啼笑皆非的闹剧。”^⑤

电视新闻报道与报刊新闻报道不同点在于前者是客观实时记录，后者却是主观事后记述，因此，前者中的事件高潮、矛盾不容易抓住并表现出来，而后者中由于记者对文字的绝对控制可以较方便地把握重点。为了弥补电视新闻报道的这一缺陷，许多电视新闻报道者都习惯在报道之前安排好报道对象的言谈举止，甚

至连穿衣化妆也不放过。这种做法就使得一些新闻中报道对象过于表演化，完全是话剧式夸张，这既损伤了报道对象的感情、兴趣，也让广大公众对电视没有了信任感。电视新闻的这种话剧式报道在美国有一个著名的例子，就是新闻界雇人假扮黑人明星辛普森拒捕逃跑遭到追捕的过程，并进行了全程的“现场报道”。

在这种新闻传播反效果现象中：报道对象作为报道者的道具，按照报道者的意图行事，成为真实生活的戏剧化再现；报道对象在报道过程表现出从容、成熟，言谈举止很到位，但缺少真实情感与情绪的流露。

7、编辑删改稿件不妥当，产生新闻传播反效果

记者采写的稿件都要经过编辑的加工后才能进入传播过程，如果我们把新闻工作者称为信息的“把关人”，那么，编辑就是最后一道关卡的把关人，他们能否把好关，决定了最后与受众见面的报道的质量。从某种意义上说，任何新闻传播反效果的产生，编辑都负有一定责任。编辑的这种责任体现在两方面：一是疏漏了原稿中的问题；另一是由于对原稿进行编辑不妥当，最终产生传播反效果。我们这里主要讨论后一种责任。

编辑对稿件的加工有三个层次：技术层次、表达层次、意义层次。在这三个层次的编辑中，第一层次一般不会产生问题，因为有关格式等技术问题有细致、可依的标准；第三层次一般也不会产生问题，因为涉及文章主旨修改，编辑都会比较慎重，会与报道者本人及部门负责人沟通；问题主要出现在第二个层次。在表达层次，由于每一个报道者的风格不同，因此语言习惯差异很大，又由于报道对象的差别也很大，因此编辑不熟悉的内容很多，这时，如果编辑只是运用自己的常识予以删改，就会带来反效果。

比如报道某地脱贫致富的新闻，记者采写了党支部书记与村

长两个人，各自引用了他们的一句话，但由于版面原因，编辑去掉其中一人。编辑可能认为这样做并不影响稿件整体效果，而且删去后文章还显得更简练。但这样的报道出来后，无疑给被报道村的书记与村长间制造了一层隔膜，因为集体领导的功劳全计在一个人身上，尽管报道要记述的事件没有受影响，但报道对象自身受到的影响却是潜在的。还有一些用词方面的随意删改，也会产生意想不到的负面影响。再比如某年日本首相大平正芳来我国访问，在西安参观文物古迹时称赞中日两国人民友好源远流长，特意题写“温古知新”四字述怀。编辑见到稿子后，判断“温古知新”的“古”字是“故”字的笔误，就改为“温故知新”。稿件见报后自然引起对方的不愉快，认为我们擅自篡改他们的意见。^⑥试想，如果编辑在删改之前多问一句，又怎么会有这种出乎意料的结果。

编辑与报道者脱离会加大这类反效果现象产生的几率。如果编辑与报道者保持紧密联系，对牵扯实质性内容的修改更谨慎些，这类问题就能有效地避免。

不时出现的新闻传播反效果引起了人们的关注，从新闻报道者到一般公众，从政府管理部门到实际工作者，都能不时发现违背报道者初衷的新闻报道。

《电视研究》1998年第1期刊登了署名金明琦的文章《我们在做什么？——对一部专题片的反思》，作者曾参与江苏某电视台《城市600秒》节目组的一次“体验希望”的策划、组织、摄制工作。在摄制过程中，他们为作为报道对象的10个城里孩子和10个乡下孩子精心设计了許多场景。节目播出后，报道者们“没有感到往常那种应有的轻松，相反却有一种说不清、道不明的情绪”，^⑦于是，作者再次采访了这些孩子，回顾了整个报道，作者发现，“这些孩子并不真正喜欢我们安排的体验，可面对我们的采访话筒和摄像机却能侃侃而谈，一副感慨万千的模样。是