

JOURNALISM & COMMUNICATION

21世纪新闻传播学系列教材配套辅导

夏晓鸣 方迎丰 主编

# 传播学教程

(第二版)

## 辅导与习题集



西南交通大学出版社

[Http://press.sejtu.edu.cn](http://press.sejtu.edu.cn)

---

图书在版编目(CIP)数据

传播学教程(第二版)辅导与习题集/夏晓鸣,方迎丰主编. —成都:西南交通大学出版社, 2013. 9  
21 世纪新闻传播学系列教材配套辅导  
ISBN 978 - 7 - 5643 - 2642 - 5

I. ①传… II. ①夏…②方… III. ①传播学-高等学校-教学参考资料 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 208986 号

---

21 世纪新闻传播学系列教材配套辅导  
传播学教程(第二版)辅导与习题集

主编 夏晓鸣 方迎丰

责任编辑	邹蕊
特邀编辑	胡程利
封面设计	上艺设计
出版发行	西南交通大学出版社 (四川省成都市金牛区交大路 146 号)
发行部电话	028 - 87600564 028 - 87600533
邮政编码	610031
网 址	<a href="http://press.swjtu.edu.cn">http://press.swjtu.edu.cn</a>
印 刷	武汉武铁印刷厂
成品尺寸	185mm × 260mm
印 张	14.25
字 数	393 千字
版 次	2013 年 9 月第 1 版
印 次	2013 年 9 月第 1 次
书 号	ISBN 978 - 7 - 5643 - 2642 - 5
定 价	34.00 元

版权所有 盗版必究 举报电话: 028 - 87600562



第五章 人内传播与人际传播	54
一、本章要点	54
二、本章精讲	54
(一)一般识记	54
(二)重点理解	56
三、历年真题	58
四、典型题精练	60
五、典型题精练答案	61
第六章 群体传播、集合行为、组织传播	64
一、本章要点	64
二、本章精讲	64
(一)一般识记	64
(二)重点理解	70
三、历年真题	73
四、典型题精练	77
五、典型题精练答案	77
第七章 大众传播	80
一、本章要点	80
二、本章精讲	80
(一)一般识记	80
(二)重点理解	84
三、历年真题	87
四、典型题精练	91
五、典型题精练答案	92
第八章 媒介技术与媒介组织	96
一、本章要点	96
二、本章精讲	96
(一)一般识记	96
(二)重点理解	100
三、历年真题	101
四、典型题精练	110
五、典型题精练答案	111
第九章 传播制度与媒介规范理论	114
一、本章要点	114
二、本章精讲	114
(一)一般识记	114
(二)重点理解	117





三、历年真题	120
四、典型题精练	126
五、典型题精练答案	126
<b>第十章 社会转型与受众变迁</b>	<b>130</b>
一、本章要点	130
二、本章精讲	130
(一)一般识记	130
(二)重点理解	134
三、历年真题	135
四、典型题精练	141
五、典型题精练答案	141
<b>第十一章 传播效果研究</b>	<b>144</b>
一、本章要点	144
二、本章精讲	144
(一)一般识记	144
(二)重点理解	147
三、历年真题	149
四、典型题精练	157
五、典型题精练答案	157
<b>第十二章 几种主要的大众传播效果理论</b>	<b>160</b>
一、本章要点	160
二、本章精讲	160
(一)一般识记	160
(二)重点理解	166
三、历年真题	171
四、典型题精练	178
五、典型题精练答案	179
<b>第十三章 国际传播与全球传播</b>	<b>182</b>
一、本章要点	182
二、本章精讲	182
(一)一般识记	182
(二)重点理解	184
三、历年真题	186
四、典型题精练	192
五、典型题精练答案	192
<b>第十四章 传播学研究史和主要学派</b>	<b>196</b>
一、本章要点	196





## 第九章 传播制度与媒介规范理论



### 一 本章要点

基本概念	控制研究 自由主义理论 社会责任理论 民主参与理论 发展传播学
基本原理	主要的媒介控制的方式与方法 自由主义理论基本特点 民主参与理论基本特点 我国社会主义传播制度和规范



### 二 本章精讲

本章主要介绍和分析的是大众传播的环节之一——传播者。从表面上看来,大众传播的传者似乎就是大众传媒的工作人员,而实际上并非如此。大众传播真正意义上的传播者是大众传媒组织的控制者,即影响传媒工作者和决定传播内容的那些上层建筑。因此,大众传播的传者分析主要就是对大众传媒组织的外部控制者的分析,从深层看也就是对一个国家和社会的传播制度和传播观念的分析。

本章从两个大的方面阐述了这个领域的研究:

- (1) 现存主要的媒介控制的方式与方法;
- (2) 不同社会意识形态下的媒介规范理论。

#### (一) 一般识记

##### 1. 主要的媒介控制的方式与方法

总体而言,一个国家的媒介控制主要体现在三个方面:政治控制(包括法律、法规和政策等)、经济控制以及受众控制。

##### (1) 政治控制的手段。

- ① 规定传媒组织的所有制形式;
- ② 对传媒组织进行法制和行政的管理;
- ③ 限制或禁止某些信息内容的传播;
- ④ 对传播事业的发展制定总体规划或实行国家援助。

##### (2) 经济控制的手段。

- ① 以资本为后盾对传媒组织实行垄断;
- ② 对媒介经营活动的干预;
- ③ 通过广告或赞助形式的间接控制和影响。

##### (3) 受众控制的手段。

- ① 个人的信息反馈;
- ② 以社会群体形式对媒介活动施加压力;
- ③ 诉诸法律手段;



④ 影响媒介的销售市场。

## 2. 不同社会意识形态下的传播观念与媒介规范理论

根据不同的社会意识形态和国家特点,也产生了各自不同的媒介控制理论和媒介规范理论:

(1) 极权主义制度下的媒介规范理论。

(2) 资本主义制度下的媒介规范理论。

① 自由主义理论;

② 社会责任理论;

③ 民主参与理论。

(3) 社会主义制度下的媒介规范理论。

① 苏联的媒介规范理论;

② 我国的媒介规范理论。

(4) 发展中国家的传播制度和理论。

## 3. 几种主要的传播控制理论

(1) 极权主义理论。

基本特点:主张媒介必须一切以权力的意志为转移,一切为统治者服务。

社会背景:15 世纪近代印刷技术发明后,近代报刊的诞生对欧洲封建王朝的思想控制造成了威胁,于是统治者相继制定了严厉的出版管理制度,限制新闻出版业的发展。

主要表现:1586 年英国政府颁布的《星法院法令》。

主要内容:

① 报刊必须对当权者负责,维护国王和专制国家的利益;

② 报刊必须绝对服从于权力或权威,不得批判统治地位的道德和政治价值;

③ 政府有权对出版物进行事先检查,这种检查是合法的;

④ 对当权者或当局者制度的批判属于犯罪行为,要给予严厉的法律制裁。

评价:极大限制了现代新闻传播业的发展。

(2) 自由主义理论。

基本特点:主张媒介是观点的自由市场,是实行自律的自由企业。

社会背景:17、18 世纪遍布欧洲的资产阶级革命,使资产阶级自由主义思想深入人心。新兴的资产阶级政府废除了报业的清规戒律,自由主义报刊思想得以实现。

主要表现:

① 1644 年英国政治家约翰·弥尔顿出版《论出版自由》一书;

② 1859 年英国哲学家米尔出版的《论自由》特别强调意见表达自由的重要性;

③ 1789 年美国宪法修正案中确定了“言论出版自由”。

主要内容:

① 任何人都拥有出版自由而不必经过政府当局的特别许可;

② 除人身攻击之外,报刊有权批评政府和官吏,这种批评是正当合法的;

③ 新闻出版不应接受第三者的事先检查,出版内容不能受到任何强制;

④ 在涉及观点、意见和信念的问题上,真理和谬误的传播必须同样得到保证。

评价:该理论促进了现代新闻传播事业的发展,但并不能真正地实现其设想的社会理想,随着资本主义发展到垄断阶段,自由主义理论本身也发生了蜕变,成为维护垄断资本利益的理论;在全球信息化的今天,则进一步演变成个别传播大国推行文化帝国主义的理论。





### (3) 社会责任理论。

基本特点:强调大众传播媒介对社会和公众应该承担一定的责任和义务,是对自由主义理论的修正。

社会背景:

① 进入 20 世纪以后,传播媒介的垄断程度越来越高,传播资源越来越集中于少数人手中,所谓“观点的公开市场”的理论与实际的社会现状发生了尖锐的矛盾;

② 自由主义理论强调的是传播者的权利,而没有涉及作为公众的受传者的权利;

③ 在营利动机的驱使下,私有媒介越来越有浅薄化、刺激化、煽情化的倾向,严重危害了社会道德规范,并带来了不少深刻的社会问题,这种状况引起了人们对自由主义理论及其媒介制度的强烈不满。

主要表现:1947 年美国“新闻自由委员会(哈钦斯委员会)”出版《一个自由而负责任的新闻界》一书。书中提出媒介必须对社会负有责任。

主要内容:

① 大众传播具有很强的公共性,因而媒介机构必须对社会和公众承担和履行一定的责任和义务;

② 媒介的新闻报道和信息传播应该符合真实性、正确性、客观性、公正性等专业标准;

③ 媒介必须在现存法律和制度的范围内进行自我约束,不能煽动社会犯罪,不能传播宗教或种族歧视的内容;

④ 受众有权要求媒介从事高品位的传播活动,这种干预是正当的。

评价:为人们对媒介的评价提供了一个参考标准,也为媒介组织的自律提供了道德准则,在一定程度上防止了由于传媒内容的浅薄化、煽情化、刺激化而引起的社会道德和文化的堕落。但由于社会责任理论寄希望于媒介自律,仍然难以从根本上解决媒介问题。

### (4) 民主参与理论。

基本特点:要求大众传媒向一般民众开放,允许民众个人和群体的自主参与。媒介应该多元化、小规模性、双向互动性、传播关系的横向性或平等性。

社会背景:20 世纪 70 年代后随着社会信息化的发展和媒介垄断程度达到新的高度,一般民众要求自主利用媒介的意识不断提高。

主要表现:美国学者巴隆 1973 年出版《媒介接近权:为了谁的出版自由》;巴格迪坎 1983 年出版《传播媒介的垄断》。

美国等西方发达国家陆续出现“开放频道”。

主要内容:

① 任何民众个人或弱小社会群体都拥有知晓权、传播权、对媒介的接近和使用权、接受媒介服务的权利;

② 媒介应主要为受众而存在,而不应主要为媒介组织、职业宣传家或广告赞助人而存在;

③ 社会各群体、组织、社区都应该拥有自己的媒介;

④ 与大规模的、单向的、垄断性的巨大媒介相比,小规模、双向的、参与性的媒介更合乎社会理想。

评价:其理论的提出及实施在一定程度上缓解了因媒介垄断到来的社会矛盾,但由于种种原因,实施的力度非常有限。

### (5) 我国社会主义传播制度和规范。





基本特点:新闻媒介属于国家,在政治上坚持党性原则,在经营上实行企业化管理。

社会背景:改革开放以后,我国新闻事业进入第三次新闻改革。

主要内容:

① 我国新闻传播事业实行社会主义公有制,这是防止私人和资本垄断,保障传播媒介和传播资源掌握在全体人民手中的根本制度,也是实行社会主义新闻自由的重要基础。

② 我国社会主义新闻传播事业是中国共产党领导下的事业,必须坚持党性原则。

③ 社会主义新闻传播事业执行报道新闻、传递信息、引导舆论、提供娱乐等多方面的社会职能。

④ 社会主义新闻传播事业具有重要的经济功能。

评价:极大促进了我国新闻传播事业的发展,提高了传播活动的质量;但企业化经营也带来了媒介片面追求经济效益而不顾社会效益的倾向。

(6)发展中国家的传播制度和媒介规范理论。

基本特点:维护信息主权,反对文化侵略。

社会背景:20 世纪 70 年代后,西方发达国家的文化产品涌入发展中国家,对当地的民主文化及其产业产生了强烈冲击。

主要内容:

① 大众传播活动必须与国家政策保持同一轨道,以推动国家发展为基础任务;

② 媒介的自由伴随着相应的责任,这种自由必须在经济优先的原则和满足社会需求的原则下接受一定限制;

③ 在传播内容上,要优先传播本国文化,优先使用本民族语言;

④ 在新闻与信息的交流合作领域,应优先发展与地理、政治和文化比较接近的其他发展中国家的合作关系;

⑤ 在事关国家发展和社会稳定的利害关系上,国家有权对传播媒介进行检查、干预、限制乃至实行直接管制。

## (二)重点理解

本章讲的是控制理论,学习重点应该放在第二节。这部分的主要理论源于美国传播学者韦尔伯·施拉姆的《报刊的四种理论》一书。该书中将人类社会的主要传播制度和传播理论分为四种形式:极权主义理论、自由主义理论、社会责任理论和以苏联为代表的共产主义理论。再加上后来一些学者提出的民主参与的理论,以及近年为国际社会所关注的,发展中国家面临西方发达国家传媒巨大竞争压力前提而提出的发展本国传播事业的理论,就是本章学习和考试的重点。

本章的难点在于对自由主义理论、社会责任理论以及我国新闻传播体制的理解和评价。为了便于大家的深入理解,下面我们从多个角度对这三种理论进行深入评析。

### 1. 自由主义报刊理论

(1)自由主义思想家们对出版自由的理解:核心掌握约翰·弥尔顿、托马斯·杰斐逊的观点。

约翰·弥尔顿主张:每个人都有将自己的思想诉诸社会的自由权利。

①言论出版自由是一切自由中最重要的自由,是一切伟大智慧的乳母;

②人是理性的,人的本性决定了人必定会选择真理,自我修正谬误;

③两大基本原则:“意见的自由市场”和“自我修正理论”。

总之,只要是意见,无论“正确”或者“错误”,都应该有公开表达的权利,这种权利是天赋的,任何人都不得剥夺,政府应该保护人们的这种权利。

美国政治家托马斯·杰斐逊是该理论的忠实实践者,他的名言是:“若由我来决定我们是要一



个没有报纸的政府,还是没有政府的报纸,我会毫不犹豫地回答:我宁愿要后者。”

(2) 自由主义传播理论对新闻传播自由内容的理解:

① 不受批准自由出版报刊、不必向政府申请营业执照或交付保证金,在政治上、经济上不受限制,人人都拥有出版权;

② 不受任何形式的事先审查,可以发布任何新闻和发表任何意见(当然,可以有事后的追惩,即不容许报刊自由地损害国家、社会、个人的利益);

③ 不受限制地自由接近新闻源。

简言之,就是新闻媒介拥有出版权、采访权、发布权。

(3) 自由主义传播理论的真正内涵:

① 报刊不受政府的干涉:政府不得采取任何措施来干涉、收买或控制报刊。政府的唯一职责就是保护新闻自由。

② 报刊拥有对政府的监督权:报刊是除司法、立法、行政之外的第四权力。

③ 任何言论不应该被压制:假如被压制的言论是正确的,不仅显而易见地践踏了被压制者的政治权力,而且压制者自身也被剥夺了以错误换取真理的机会;假如被压制的言论是错误的,这也意味着大家同样失去了让真理和错误在公开的较量中使真理更加显明的机会。

④ 对事实的信念:新闻报道的最终目的不是向公众灌输某种标准的观点,而是客观地反映现实,让人们对外部世界形成独立的见解。

(4) 自由主义传播理论的哲学基础:

① 理性原则:理性是每个正常人所具有的。人会自然地接受真理,真理会越辩越明。

② 自然法则:每个人都拥有财产权、信仰自由权和思想自由权。

③ 权力制衡:为保障自由,必须让权力分立,以权力制约权力。

④ 经济学法则:政府保持最低限度的干预,让市场这只看不见的手自然调节,经济将健康发展下去,当人们为自我利益而工作时,就不可避免地公众而工作。

(5) 现实困惑:

① 支配报刊的不是理性至上,而是利润至上。

② 资本取代政府控制了报刊。带来的后果是:煽情新闻泛滥,垄断扼杀了意见的自由市场,报刊种数下降,办报成本增长,严重威胁到报业的多样化,而报业多样化的动摇意味着自由市场的解体。

## 2. 社会责任理论

要深入理解社会责任理论,必须掌握其理论前提。

(1) 社会责任理论的理论前提:

① 完全的自由和绝对的自由是没有的,没有限制的自由只是一个幻想。

② 公民“知的权利”的提出。言论自由是谁的?事实上存在两种自由:报刊的自由、公众的自由;公众的自由高于媒介的自由,公众有获知新闻的权利。

③ 报刊必须约束自己的行为。随着历史的发展,政府对报刊自由的威胁已退到次要地位,报刊自由的主要威胁来自于自身。报刊发行人为了自己的利益而损害公众利益,损害了信息和思想在社会内的自由交流和流通。公众呼唤报刊自律,呼唤通过政府来约束报刊。

(2) 报刊自由委员会提交的报告中对报刊提出了五项具体要求:

① “对每日的事件给予真实、全面和理智的报道,并将它们置于能显示其意义的特定的前后联系之中。”也就是说,新闻报道必须真实、全面、理智,且做出合乎真实的解释。





②“报刊要成为交换评论和批判的论坛。”即社会中的所有重要思想观点都应该出现于大众传播机构之中,尤其是与报刊相反的观点,报刊应该给人们公开表达的机会。

③ 报刊要反映出社会各个集团的典型画面。报刊应对社会各集团、各种族、各阶层、各区域做出合乎实际的正确描述。

④ 报刊要澄清和提出社会的目标和价值观。大众传播是最有力的教育工具。

⑤ 报刊要完全接近每日的信息。保证每个公民能平等地共同分享信息。

(3) 社会责任理论难以解决的问题:

① 一方面怀疑、指责自由主义理论赖以生存的人的理性观,同时又向人的道德、良心呼吁,寄希望于人的理性观。

② 向政府发出呼吁,要求政府管束新闻媒介,而新闻自由的核心问题便是政府无权干涉新闻媒介。

### 3. 中国共产党的新闻政策

媒介工作在政治上必须与党中央保持一致,将党的路线、方针和政策及时而准确地贯穿到报道、言论等各项具体业务内容中。

(1) 报道以正面宣传为主,将大众吸引、凝聚到党中央周围,团结奋斗,激励他们积极进取。换言之,对消极和落后现象的批评是必要的,但不能占主要位置,要注意分寸。目的是:改进工作,解决问题,密切党群关系,增强人们对前途的信心。

(2) 发挥媒介的独特的舆论监督作用。既可以通过公开批评的方式,揭露社会的丑恶现象,党和政府工作人员的失误、渎职等,也可能通过内部参考、简报的形式,向上级反映。在此过程中,必须严格遵守党纪国法,同时媒介自身也必须自觉接受党、政府和人民的监督。

(3) 坚持真实性原则。媒介工作时必须贯彻新闻真实性原则,杜绝弄虚作假,严禁“假、大、空”。

(4) 坚持党性原则。社会主义国家的媒介是共产党领导的信息工具,因此必须遵守党的新闻宣传纪律,具体说即是不能违反四项基本原则,不能散布动摇共产党领导地位的议论不允许散布动摇人们对社会主义信念的言论,也不允许利用精神鸦片毒害人们的灵魂,等等。

总而言之,社会主义国家的大众传播体制的最大特征,就是将媒介作为宣传、教育、组织大众的工具,以达到有效地控制社会,早日建成社会主义现代化强国。

### 4. 阿特休尔《权力的媒介》——对《报刊的四种理论》的挑战

阿特休尔是美国传播学批判学派中的后起之秀,在《权力的媒介》中,阿特休尔用大量雄辩的事实资料详尽地阐述一个基本观点,即一切媒介不论是以往的、还是现存的,都不是独立的、自为的,媒介历来都是受某种权势控制的工具,都是为某种权势卖力的“吹鼓手”。这些摆布媒介的权势可能是宗教性的,也可能是世俗性的;可能体现为政治上的党派集团,也可能显示为经济上的利润指标。不管形式如何千差万别,媒介总归都是某种权势的媒介。

控制者与被控制者的关系共有四种:官方形式、商业形式、利益关系形式和非正式形式。这种种关系通常是混合交叠出现的,没有纯粹单独一种关系。在官方形式,报刊、电视、广播的内容是由规定、条例和法令决定的。有些新闻媒介可能本身就是国有企业,有些可能受到政府规定支配,还有些可能被一整套限制措施所操纵。没有哪个国家能够摆脱官方控制,所不同的则是来自于准许范围内的自治程度的差异。在商业形式中,新闻媒介内容反映广告商及其商业伙伴的思想观点,这些人常常本身就是新闻媒介的所有者和出版商。甚至在计划经济中,一些商业影响仍然有所表现。在利益关系形式里,新闻媒介的内容反映金融企业、或政党、或宗教团体、或追求特殊目标的其他各类组织的利益。在非正式形式中,新闻媒介的内容则以反映亲朋好友的利益为目的,他们或者直接提供资





金,或者依靠他们的影响来确保媒介提供的产品能符合他们的口味。

### 三 历年真题

#### (一) 名词解释

1. 自由主义报刊理论(上海财经大学,2010年)

##### 【参考答案】

自由报刊理论主要内涵是探讨新闻自由和政府、社会、个人的关系,具体包括:①报刊不受政府干涉;②报刊拥有对政府的监控权;③“自有意见市场”和“自我修正理论”;④对事实的信念。报道的最终目的是客观地反映现实,让人们对外部世界形成独立的见解。该理论把客观地向公众提供事实作为新闻报道的最高标准和新闻人的职业道德标准。客观性报道是自由主义报刊理论在新闻实践中的具体表现。

2. 报刊社会责任论(厦门大学,2011年)

##### 【参考答案】

报刊的社会责任论是继自由主义理论之后出现的一种媒介规范理论,是对自由主义理论的一种修正。其内容包括以下几个方面:①大众传播具有很强的公共性,因而媒介机构必须对社会和公众承担和履行一定的责任和义务;②媒介的新闻报道和信息传播应该符合真实性、正确性、客观性、公正性等专业标准;③媒介必须在现存法律和制度的范围内进行自我约束,不能煽动社会犯罪,不能传播宗教或种族歧视的内容;④受众有权要求媒介从事高品位的传播活动,这种干预是正当的。

3. 民主参与理论(受众参与理论)(北京邮电大学,2009年)

##### 【参考答案】

民主参与理论是在20世纪70年代以后,随着社会信息化的发展和传播事业的集中垄断的加剧,在美国等西方国家出现的一种媒介理论。它要求大众媒介应向一般市民开放,允许市民个人或团体的自主参与。其主要特点有:每个市民或弱小群体都拥有知晓权、对媒介的使用权以及接受媒介服务的权利;媒介应主要为受众而存在,而不应为垄断组织、职业宣传或赞助个人而存在;社会各群体、组织社区都应该拥有自己的媒介;与大规模的、单向的、垄断的大媒介相比,小规模、双向的、参与的媒介更合乎社会理想。民众参与理论的核心价值是媒介的多元化、小规模性、双向性、社区性、传播关系的横向性和平等性。它反映了资本主义国家的民众对社会责任理论的失望心理,因为社会责任理论并没有改变言论为少数人所垄断的状况。

4. 传播制度(武汉理工大学,2009年)

##### 【参考答案】

传播制度就是社会制度中对大众传播活动直接或间接地起着制约和控制作用的部分,一定的社会制度对大众传播的控制体现着与之相一致的传播制度。

5. 媒介控制(苏州大学,2008年)

##### 【参考答案】

媒介控制是指通过某种方式或手段对传播媒介实行管理规范的监督控制,通常包括国家和政府的政治控制,利益群体和经济势力的控制,广大受众的社会监督控制,传播的内部控制。媒介控制不仅仅包含着国家和政府与媒介的关系、利益群体和经济势力与媒介的关系、广大受众与媒介的关系,而且包含了自由与责任、权利与义务、竞争和程序、生产与消费、经济效益等各种复杂的矛盾。

#### (二) 简答题

1. 简述国家和政府对传播媒介实行政治控制的主要内容。(华中农业大学,2010年)

**【参考答案】**

国家和政府的政治控制是媒介控制的主要方面。这种控制的目的是通过规定大众传播体制,制定有关法律、法规和政策,来保障媒介活动为国家制度、意识形态以及各种国家目标的实现服务。它主要包含以下几个方面:

- (1) 规定传媒组织的所有形式。
- (2) 对传播媒介的活动进行法制和行政管理。
- (3) 限制或禁止某些内容的传播。
- (4) 对传播事业的发展制定总体规划或实行国家援助。

2. 传播制度中的民主参与理论的主要观点是什么。(南开大学,2011 年)

相关试题:简述民主参与理论产生的背景及主要观点。(湖南大学,2008 年)

**【参考答案】**

(1) 民主参与理论产生的背景:

民主参与理论又称受众参与理论,是在 20 世纪 70 年代以后随着社会信息化的发展和媒介集中垄断程度达到新的高度,在美国和欧洲、日本等一些发达国家出现的一种新的媒介规范理论。一方面,信息化的发展使得信息与传播的问题在社会政治、经济、文化生活中的作用越来越重要,并与每个社会成员发生了越来越直接的联系;另一方面,现实的媒介垄断使传播资源越来越集中于少数人手中,在资本主义的排他性私人占有制下,一般民众接近和使用传播媒介的机会越来越少。民主参与理论正是在一般民众要求自主利用媒介的意识不断提高,而现实中又缺乏可以利用的传播资源的矛盾状况下出现的。在民主参与理论诞生和发展的过程中,美国学者 J. A. 巴隆的《媒介的接近权:为了谁的出版自由》、B. H. 巴格迪坎的《传播媒介的垄断》产生过重要的影响。

(2) 民主参与理论的主要观点:

①任何民众个人和弱小的社会群体都有知晓权、传播权、对媒介的接近和使用权、接受媒介服务的权利;②媒介应该主要为受众而存在,而不应主要为媒介组织、职业宣传家或广告赞助人而存在;③社会各群体、组织、社区都应该拥有自己的媒介;④与大规模的、单向的、垄断性的巨大媒介相比,小规模、双向的、参与性的媒介更合乎社会理想。民主参与理论的核心价值是多元性、小规模性、双向互动性、传播关系的横向性或平等性。

3. 什么是传播制度? 结合实际谈谈媒介控制对社会的影响。(中国传媒大学,2010 年)

**【参考答案】**

传播制度就是社会制度中对大众传播活动直接或间接地起着制约和控制作用的部分,一定的社会制度对大众传播的控制体现着与之相一致的传播制度。

媒介控制对社会的影响:

政治上:

(1) 规定传媒组织的所有制形式,规定所有制形式是政治控制的主要内容,是确定传播机制的前提。

(2) 对传播媒介的活动进行法制和行政管理,包括对传媒的创办进行审批、登记;分配传播资源;对媒介活动进行多方面的监督管理等。

(3) 限制或禁止某些信息内容的传播,限制或禁止的具体内容,在不同国家和社会制度下时不同的。

(4) 对传播事业的发展制定总体规划或实行国家援助。

经济上:





(1)以资本为后盾的对传媒组织的垄断。

(2)对媒介经营活动的控制。

(3)通过广告或赞助形式的间接控制。

受众上:

(1)个人信息反馈,即以来信、来电和来访等形式直接表达对媒介活动的意见、建议、批评或抗议。

(2)结成受众群体,以群体运作方式对媒介活动施加影响。

(3)诉诸发法律手段。

(4)通过影响媒介的销售市场来制约媒介活动。

4. 简述发展中国家媒介规范理论的内容。(南京师范大学,2008年)

【参考答案】

发展中国家的传播制度和媒介规范理论大致包括了以下几个方面:

(1)大众传播活动必须与国家政策保持同一轨道,以推动国家发展为基本任务;

(2)媒介的自由伴随着相应的责任,这种自由必须在经济优先的原则和满足社会需求的原则下接受一定限制;

(3)在传播内容上,要优先传播本国文化,优先使用本民族语言;

(4)在新闻和信息交流合作领域,应优先发展与地理、政治和文化比较接近的其他发展中国家的合作关系;

(5)在事关国家发展和社会稳定的利害问题上,国家有权对传播媒介进行检查、干预、限制乃至实行直接管制。

5. 简述社会责任理论的原则。(武汉理工大学,2009年)

【参考答案】

现代社会责任理论大体包括了以下几个原理原则:

(1)大众传播具有很强的公共性,因而媒介机构必须对社会和公众承担和履行一定的责任和义务;

(2)媒介的新闻报道和信息传播应该符合真实性、正确性、客观性、公正性等专业标准;

(3)媒介必须在现存法律和制度的范围内进行自我约束、不能煽动社会犯罪,不能传播宗教或种族歧视的内容;

(4)受众有权要求媒介从事高品位的传播活动,这种干预是正当的。

6. 请简述20世纪70年代兴起的“民主参与理论”。(厦门大学,2008年)

【参考答案】

“民主参与理论”的主要内容有:

(1)任何民众个人或弱小社会群体都拥有知晓权、传播权、对媒介的接近权和使用权、接受媒介的服务的权利;

(2)媒介应该主要为了受众而存在,而不应该主要为了媒介组织、职业宣传家或广告赞助人而存在;

(3)社会各群体、组织、社区都应该拥有自己的媒介;

(4)与大规模的、单项的、垄断性的巨大媒介相比,小规模的双向的、参与性的媒介更合乎社会理想。

7. 社会责任理论对报刊的五点要求。(上海大学,2008年)





### 【参考答案】

社会责任理论对报刊的五点要求:

(1)“对每日的事件给予真实、全面和理智的报道,并将它们置于能显示其意义的特定的前后联系之中。”也就是说,新闻报道必须真实、全面、理智、且做出合乎真实的解释。

(2)“报刊要成为交换评论和批判的论坛。”即社会中的所有重要思想观都应该出现于大众传播机构之中,尤其是与报刊相反的观点,报刊应该给人们公开表达的机会。

(3)报刊要反映出社会各个集团的典型画面。报刊应对社会各集团、各种族、各阶层、各区域做出合乎实际的正确描述。

(4)报刊要澄清和提出社会的目标和价值观。大众传播是最有利的教育工具。

(5)报刊要完全接近每日的信息,保证每个公民能平等地共同分享信息。

### (三)论 述

1. 2008年春节前后,某明星的“艳照门”事件在网络上闹得沸沸扬扬,不仅成为了著名的传媒事件,甚至还受到众多传播学者的关注。请你结合传播学有关理论,对此事进行解读。(中山大学,2009年)

### 【参考答案】

(1)媒介专业主义。

媒介专业主义,即新闻专业主义,指新闻媒介和新闻从业者所追求的一种职业理想和操作理念,是一种服务行业的专业化意识、职业规范以及评价标准,包括专业知识的积累、专业资格的认可、专业内部的自律等。

“艳照门”事件发生后,有的媒体出于商业的利益驱动,对此大肆宣传,推波助澜,使其由一件明星之间的私人事件变成了公共事件,部分媒体在此过程中大赚了一笔,但却丧失了媒介专业主义,违背了职业道德;还有些媒体则大力呼吁抵制相关照片的传播,做到了行业自律。

(2)社会责任理论。

①大众传播具有很强的公共性,因而媒介机构必须对社会和公众承担和履行一定的责任和义务;②媒介的新闻报道和信息传播应该符合真实性、正确性、客观性、公正性等专业标准;③媒介必须在现存法律和制度的范围内进行自我约束,不能煽动社会犯罪,不能传播宗教或种族歧视的内容;④受众有权要求媒介从事高品位的传播活动,这种干预是正当的。

众所周知,“艳照门”事件中涉及女星不雅照片的传播,此举满足了不少人低俗的窥视欲,但这种传播是不健康的、病态的,很有可能会引致性犯罪增多。传播不雅照片的相关媒体显然背弃了其应当肩负的社会责任。

(3)新媒体——网络传播。

新媒体主要体现在媒介形态创新和使用形式创新两个方面。前者以网络技术为基础形成了互联网、手机等新型媒介形态;后者则以原有媒介形态为基础,衍生出了户外移动电视、楼宇电视、数字电视等新型使用形式。

“艳照门”事件主要是通过网络进行传播的,由于网络传播具有互动性强、传播速度快、传播面广的特点,导致女星艳照迅速传播,使得此事件一发不可收拾。这一事件不仅是在拷问网络传播的规制空白,也在拷问网络传播下人性和道德的底线。

总之,“艳照门”事件不仅仅是一起关于女星艳照的炒作,还是一堂活生生的传播课程,它使我们思考那些从前没有想过的问题,也督促我们把好网络传播的关。

2. “观点的自由市场”是社会责任理论的重要原则。他代表了传播者和受传者的权力,要求保



证不同观点在市场上的“自由竞争”,这是传媒应尽的最大的责任和义务。请对此观点进行辨析。(武汉大学,2010年)

【参考答案】

“观点的自由市场”强调新闻业不受政府干预的新闻观念。人的理性是高于一切的人依靠自己的理性可以辨别正误,区分善恶;言论和出版自由是天赋人权的一部分;无论正确的和错误的意见,都应该让它们发表出来,新闻媒介应该成为一个各种观点自由讨论和交锋的意见的自由市场。但是社会责任论还存在难以解决的问题:一方面怀疑、指责自由主义理论赖以生存的人的理性观,同时又向人的道德、良心呼吁,寄希望于人的理性观;另一方面,向政府发出呼吁,要求政府管束新闻媒介,而新闻自由的核心问题便是政府无权干涉新闻媒介。所以“观点的自由市场”是社会责任理论的重要原则,但是要实行起来还有一段的距离。

3. 试述自由主义媒介规范理论的产生背景和主要内容,并对其进行评价。(北京师范大学,2009年)

【参考答案】

自由主义媒介规范理论是在17、18世纪资产阶级革命时期,在同极权主义制度主义制度及其规范理论的斗争中形成的。

其主要内容:①任何人都拥有出版自由而不必经过政府当局的特别许可;②除人身攻击以外,报刊有权批评政府和官吏,这种批评是正当合法的;③新闻出版不应接受第三者的事先检查,出版内容不能受到任何强制;④在涉及观点、意见和信念的问题上,真理和“谬误”的传播必须同样得到保证。早期自由主义理论对打破极权主义专制制度和等级支配观念,确立自由、平等和权利思想起了巨大的作用。自由主义理论是与资本主义的政治与经济制度结合在一起的,这种制度所保障的并不是全体社会成员的利益,而是私有资本的利益。

4. 阐述资本主义媒介规范理论中的“社会责任理论”和“民主参与理论”,并做简要评价。(北京邮电大学,2007年)

【参考答案】

社会责任理论是强调大众传播媒介对社会和受众应该承担一定责任和义务的理论,它是对自由主义理论的一种修正。主要内容有:①现代传播媒介要供给真实的、概括的、明智的关于当天事件的论述,还能说明事件的意义;②现代传播媒介应当成为一个交换评价和批评的论坛;③现代传播媒介要描绘出社会各个成员集体的典型画面;④现代传播媒介要负责介绍和阐明社会的目标和总结;⑤要使人们便于获得当天的消息。

“民主参与理论”的主要观点:①任何民众和弱小社会群体都拥有知晓权、传播权、对媒介的接近权和使用权、接受媒介服务的权利;②媒介应主要为受众而存在,而不应主要为媒介组织、职业宣传家或广告赞助人而存在;③社会各群体、组织、社区都应该拥有自己的媒介;④与大规模的、单向的、垄断性的巨大媒介相比,小规模、双向的、参与性的媒介更合乎社会理想。民主参与理论的核心价值是多元的、小规模性、双向互动性、传播关系的横向性或平等性。

一方面怀疑、指责自由主义理论赖以生存的人的理性观,同时又向人的道德、良心呼吁,寄希望于人的理性观;另一方面,向政府发出呼吁,要求政府管束新闻媒介,而新闻自由的核心问题便是政府无权干涉新闻媒介。而民主参与理论虽然具有一定的影响,但它仍只不过作为民众的要求在体制外起着潜质作用。

5. 试分析社会责任理论提出的历史背景及意义。(南京师范大学,2008年)

【参考答案】





### (1) 背景。

#### ① 社会背景。

首先,到了19世纪末20世纪初,奉行亚当·斯密“经济自由主义”思想的美国经济,大多数行业都先后步入了垄断资本主义阶段,其中报业也不例外。“就媒介来看,1900年后,拥有2份以上报纸的城市数持续下降。到1930年8个超过10万人口的城市,或者只有一份报纸,或者仅有同属于一个老板的一份早报和晚报。在1940年,甚至连曾拥有20家日报的纽约,此时也只剩下早报和晚报各4家。”显然,此时的美国报业形成了所有权高度集中和几乎“一城一报”的局面,所谓“观点的公开市场”的状况不复存在。

其次,这些媒介集团越来越不能代表人民起到监督政府的作用,而是形成了一个具有特定利益诉求的商业群体。经过了传播技术革命后,报刊媒介的影响力已今非昔比,人们对于外界的认识和了解已经越来越依赖于媒介的报道。而且,此时的媒介已不再是过去那种由几个人组成合办的手工的、不定期的业余印刷小报,而早已演变为以复杂机械为手段的大型媒介集团。这一转变也导致了它们与民众关系的转变,正如施拉姆所说:“如我们所知,在18世纪和19世纪,小型的众多的媒介是作为人民的代表来监督政府,实际上也就等同于人民。但是这些更大、更集中的媒介,在某种程度上已经离开了民众,变成一群独立的体系。”

再者,这种纯商业性媒介体系的形成,也促使了媒介集团间恶性竞争的出现,极大地影响了社会道德规范和秩序。为了争夺读者和销售市场,这些媒介寡头相互间展开了激烈的竞争,如为了广告客户或政界要人的利益需要而肆意违背真实性原则。而且,往往以色情、凶杀、抢劫、丑闻等低俗化、刺激化的黄色新闻去吸引读者,根据劣币驱逐良币法则可知,市场上那些有思想、有内涵的报刊将承受极大的生存压力,而黄色小报则愈发泛滥成灾,从而间接危害了社会道德规范,并产生诸多深刻的社会问题。

#### ② 理论背景。

自由主义理论所强调的是传播者的权利,而没有涉及作为公众的受传者的权利。报刊自由与言论自由是不一样的,报刊是大众媒体,是一个社会机构,其占有有一定数量的资源,具有很强的公共性,因此在报刊进行新闻报道的同时,也要考虑其报道的内容对公众的影响;言论自由只是个人不可分割的权利的一部分。而当时的一些报业寡头集团恰恰是把言论自由当做了报刊自由,在自由化报道的同时缺乏必要的社会承担。

关于人性问题,自由主义理论所秉持的是卢梭式的哲学观点,即认为人是理性且善的,如果没有外界的干涉,人们便能自然形成公正理性的观点。但是进入20世纪以后,随着两次世界大战的发生,以及政治经济危机的爆发,人们对于这种绝对自由主义的思想逐渐产生了怀疑。在心理学上,弗洛伊德也发现,人本质上是受自己的潜意识思想控制的,这就导致了在某些时候人们的行为有意无意的偏颇与失范。而此时的经济学家和社会学家也指出,人的行为往往是自私的,在没有更高层次的监督调控的情况下,人们的个人趋利性行为也容易最终导致公共利益的损失。同时,爱因斯坦的“相对论”也向人们表明,宇宙中的任何事物都是相对的,权利也不例外,享受权利的同时也要履行相应的义务。

### (2) 意义。

社会责任理论在自由主义传播理论的基础上产生,而又超越自由主义传播理论的范围。它赞同自由主义传播理论“报业应享新闻自由”的理想,同意自由主义传播理论对媒介三大功能的阐述:提高人民文化水平、服务民主政治、保障人民权利;却不同意自由主义传播理论“人为理性动物,性善仁慈”的哲学基础,也反对自由主义传播理论放任自由的做法。实际上,它是对自由主义传播理论



的扬弃,所以社会责任理论也被称为“新自由主义报业”。

6. 分析报刊自由主义理论的主要观点。(上海大学,2010年)

【参考答案】

(1)报刊独立自主,不受政府的干涉。

报刊和政府的关系是自由主义报刊理论中的一个关键性问题。自由主义报刊理论主张,报刊是独立自主的,只对法律和社会负责,政府不得采取任何措施来干涉、收买或控制报刊。政府的唯一指责是采取措施来保护新闻自由,为新闻媒介的采访、发布新闻提供种种方便。

(2)报刊拥有对政府的监督权。报刊是行政、立法、司法以外的国家第四势力。

(3)“自由意见市场”和“自我修正”理论。让人民群众和各党派都利用报纸充分地表达自己的意见,前提是给予人民各项事务的充分信息。

(4)对事实的信念。报道的最终目的是客观地反映现实,让人们对外部世界形成独立的见解。该理论崇尚并提倡客观性报道。

#### 例四 典型题精练

COMMUNICATION

1. 解释“控制研究”。
2. 解释“报刊的四种理论”。
3. 媒介控制的主要形态有哪些?
4. 我国目前的传播制度及其基本规范包括哪些内容?
5. 自由主义媒介规范理论遭遇到什么现实困境?它在理论上有哪些缺陷?
6. 扼要评述“报刊的四种理论”。
7. 简述发展传播学的理论。
8. 从新闻媒介的社会角色及其运作机制出发,结合我国传媒发展现状,阐述你对下面这则新闻报道中所述事件的看法。

##### 聚焦:香港女星裸照风波

综述:10月30日,香港《东周刊》封面刊登女星刘嘉玲多年前被虐裸照,震惊了香港演艺界,香港演艺界举行抗议集会,成龙等大牌明星揭竿而起。迫于社会舆论的压力,《东周刊》向刘嘉玲及香港市民道歉并停刊,3名主管引咎辞职。11月2日,南华传媒旗下刊物《3周刊》再次刊载该女星裸照。

9. 试论媒介和资本结合的社会效应。
10. 结合我国电视事业的现状,简述媒体如何发挥“社会公器”的作用。
11. 运用传播制度的相关理论,结合自己的思考,试述当前我国媒介的社会角色及主要作用。

#### 例五 典型题精练答案

COMMUNICATION

1. 控制研究是传播学研究的一个重要领域,考察和分析各种制度和制度因素在大众传播活动中的作用。主要包括两个方面:一是考察外部制度对传媒机构及其活动的控制和影响,二是考察传媒机构的内部制度对信息的生产、加工和传播活动的制约。

2. 美国学者F.S.席伯特和W.施拉姆等人于1956年出版著作《报刊的四种理论》,该书中将人类历史上出现的传播控制制度归纳为四种形式:极权主义理论、自由主义理论、社会责任理论和以苏联为代表的共产主义媒介理论。





3. (1) 国家和政府的政治控制。主要包含以下几个方面:规定传媒组织的所有形式;对传播媒介的活动进行法制和行政管理;限制或禁止某些信息内容的传播;对传播事业的发展制定总体规划或实行国家援助。

(2) 利益群体和经济势力的控制。垄断资本通过建立超大型媒介企业对大众传媒的主要部分进行垄断或干预公营媒介;通过提供广告或赞助间接控制媒介。

(3) 广大受众的社会监督控制。受众个人的信息反馈;受众团体对媒介施加影响;诉诸法律;通过影响媒介的销售市场来制约媒介活动。

4. (1) 我国的新闻事业实行社会主义公有制,防止私人和资本垄断,保障传播媒介和传播资源掌握在全体人民手中。

(2) 我国社会主义新闻传播事业是在中国共产党领导下的事业。

(3) 社会主义新闻事业执行报道新闻、传递信息、引导舆论、提供娱乐等多方面的社会职能。

(4) 社会主义新闻传播事业具有重要的经济功能。一方面通过沟通生产、流通和消费对国民经济发展起着重要的服务作用;另一方面新闻传播事业本身也是社会主义市场经济的重要组成部分,媒介以事业机构采用企业化经营的方式参与市场活动。

5. 现实困境:

(1) 支配报刊的不是理性至上,而是利润至上。

(2) 资本取代政府控制了报刊。带来的后果是:煽情新闻泛滥;垄断扼杀了意见的自由市场,报刊种数下降,办报成本增长,严重威胁到报业的多样化,而报业多样化的动摇意味着自由市场的解体。

理论缺陷:

(1) 将新闻自由的主体片面强调为媒介,认为新闻自由主要是传播媒介的活动自由;

(2) 过分强调自由和权利,而没有意识到世上没有绝对的自由,而权利是伴随着义务产生的;

(3) 片面强调媒介对政府的监督权,而没有指出由谁来监督媒介。

6. 首先,论述“报刊的四种理论”的主要观点,分别介绍极权主义传播理论、自由主义传播理论、社会责任传播理论和苏维埃传播理论的主要内容,注意适当交代其理论来源和历史背景;其次,结合自己的认识和观点,联系人类传播的历史现实,对“报刊的四种理论”加以评析,可以考虑从正反两个方面加以论述:

(1) 正面评价这一理论在传播控制研究领域的开创性贡献和广泛影响;

(2) 交代其片面和不足之处:首先,这一理论是依据资本主义制度和价值观提出来的,是为资本主义传播制度作辩护的,对其他传播制度,尤其是对社会主义传播制度的认识有极大的片面性,带有“冷战”色彩;其次,传播制度是处在不断的变化过程之中的,是一个动态发展的过程。随着世界政治、经济格局的发展变化,各国的传播制度也发生了翻天覆地的变化。在这种形势下,传统的带有“冷战”思维色彩的报刊的“四种理论”已经不能适应传播制度发展的现实,需要得到修正与发展。

7. (1) 大众传播活动必须与国家政策保持同一轨道,以推动国家发展为基础任务;

(2) 媒介的自由伴随着相应的责任,这种自由必须在经济优先的原则和满足社会需求的原则下接受一定限制;

(3) 在传播内容上,要优先传播本国文化,优先使用本民族语言;

(4) 在新闻与信息的交流合作领域,应优先发展与地理、政治和文化比较接近的其他发展中国家的合作关系;

(5) 在事关国家发展和社会稳定的利害关系上,国家有权对传播媒介进行检查、干预、限制乃至





实行直接管制。

8. 媒介的角色定位首先应当是社会的“瞭望者”,应当强调媒体的社会责任。其次,媒介是文化产品的传播者,是带有商业营利目的的经营者。因此,媒介的具体运作应当注意经济效益和社会效益的适度平衡,不能只追求轰动效应,牟取暴利。

《东周刊》事件是一个典型的只顾轰动效应和商业利益,而不顾社会效益和社会责任的极端的例子。媒介从业者应当以此为鉴,在实际工作中,努力把握商业利益与社会影响的平衡,既要顾及经济效益,也要考虑社会效益。

9. 首先,应当解释何谓媒介和资本结合。

其次,可以从积极方面论述,资本与媒介结合所带来的积极效应,包括对于媒介产业的发展、对社会资本的增值及对整个经济和社会发展的积极意义。

再次,从消极方面论述媒介引进资本可能带来的消极效应。

10. (1) 媒介作为一种“社会公器”,是指媒介具有的公共性,使得其具有公共论坛的性质,可以成为公众就社会议题进行讨论、发表意见,进而对社会施行舆论监督的重要平台。

(2) 媒介发挥“社会公器”的作用,就要从公众的根本利益出发进行新闻报道,反映人民的疾苦,为人民说话,成为监督社会权利正常运作的利器。其中最主要的就是坚持新闻媒介的舆论监督,通过批评性报道,揭露社会中的不良习气和不良做法,提倡符合社会规范的行为和思想,为社会的正常运行、维护人民和国家的利益尽职尽责。

(3) 当前,我国电视媒体发展迅速,日益深入人民生活,在社会舆论方面发挥着巨大的影响。通过舆论监督,电视媒体能对社会的健康发展起到积极作用。中央电视台的《焦点访谈》、《新闻调查》等新闻舆论监督类品牌栏目,弘扬正气、鞭挞病态现象,反映了人民群众的呼声,维护了社会正义,均很好地起到了“社会公器”的作用。

11. (1) 政府“喉舌”。中国媒体的一项中心的使命就是充当党和政府的“喉舌”。“喉舌”不仅是党和政府长期以来对新闻媒体的明确要求,得到过新闻界和学术界的认同和肯定,也体现在具体的传播行为中。这种角色的扮演在媒体的身份构成中起到了决定性作用,同时由于通过“党和政府是广大人民群众的最忠实代表”的理论推演,媒体又顺理成章地获得了“人民代言人”的角色。在很长一段时间中,社会对媒体的角色要求和媒体的自我定位是如此的和谐统一,身份问题根本不存在。当前,“喉舌”角色定位以三种方式继续存在:一是历史记忆的力量。“只有以个人的记忆为基础,才能形成某种个人认同感。”党和政府“喉舌”的记忆成为当下媒体认同的一个重要来源。二是现实控制的力量。媒体领域的改革开放是一个持续的过程,在这一过程中,媒体表达空间宽松了,但党和政府仍“几乎在所有方面都起着积极的领导作用和控制功能”。三是媒体利益考量。媒体充当党和政府代言人不仅“习惯成自然”,而且利大于弊。

(2) 经营主体。市场经济要求中国媒体既要追求社会效益,也要追求经济效益;既是传播主体,也是经营主体;既是事业单位,也是企业机构。作为经营主体,它必须通过特殊的生产营销模式获利,并在市场竞争中生存下去。它生产的不是单纯的媒介产品和物质生产,而是信息生产与媒介生产、精神生产与物质生产的有机结合。它的营销也是多次性的:一是将讯息转化为商品,二是将受众转化为商品,三是将经营过程转化成增殖过程。在这个意义上,媒体作为经营主体,实际上既是“生产者”又是“营销者”,既是“信使”又是“商人”。这种角色要求的出现对当前媒体身份转换具有至关重要的作用。

(3) 全球媒介。媒介全球化是指媒介的一种超越地方性的各种活动和自我认知定位。一方面,媒体作为一种信息、文化传播的工具,本身在全球化的过程中起到了一个重要中介作用,甚至可以这





样说,没有信息的传播和沟通,就不会有全球化这个提法,因为全球化在当前各个特定的地域国家最大的影响和最清晰的表现观念体系和文化体系方面。另一方面,媒介自身也必然被卷入全球化这一浪潮中,会引起媒介角色定位的一些变化。媒体有了一定全球化的角色要求,它构成中国媒体“角色丛”上的重要一极。中国媒体不仅仅是中国的了,它还是世界的。这种全球化角色要求也深深影响了中国媒体的其他角色定位。

(4) 社会公器。媒体作为一个信息和文化传播的中介,一直是以公正的“人民”代表的角色自居。我们认为,有几个方面的力量决定了其角色地位。首先,是社会现实物质基础的力量,根据哈伯马斯提出的交往理论,传播沟通是就是主体间的交往过程,这个过程是理解的过程,是意义在主体之间生成的过程。有效的传播沟通则必须遵守四项游戏规则:可领会性、真实性、真诚性和正当性。他又以主体间性开辟出了一个有别于“官方领域”的“公共领域”,并以此作为现代传播的生存空间。这也就是媒体被称为“社会公器”现实基础。从传播的实际情况来看,传播互动的优势和权力正在向受众转移,公众的认可是媒体威望和力量的来源之一。从这一点出发,媒体在传播过程中必然要满足公众的一些要求和声音,维护他们的利益,反映公众的真实生活,用活泼的形式、通俗的语言来吸引观众,甚至是迎合观众的不健康的信息消费需求。观众也是需要媒体的,需要从媒体了解信息,表达自己的心声,他们的声音有时可以通过层层把关人的过滤获得一定的表达空间。特别是有了互联网这样的新媒体,公众自由表达的空间有所拓展。这种双向的需求与互动在一定的程度上确认了媒体公众代言人的角色。