

西部新闻事业现代化与西部发展 ——基于现代化理论行为学派的视角

姜 鹏

(厦门大学 新闻传播学院 福建 厦门 361005)

摘 要: 西部现代化有赖于西部人的现代化,而其终极价值目标也是为了实现西部人的现代化。大众媒介在社会发展过程中扮演了“促进器”的角色,尤其是在促使人向现代化转型方面。要发挥西部媒介的“促进器”功能,需要西部新闻媒体自身的现代化转型,在此过程中,新闻人的现代性提升是尤为关键的因素。基于现代化理论行为学派的视角,文章着力探讨如何实现西部新闻事业现代化、更好地为西部发展服务这一问题。

关键词: 现代化;人的现代化;新闻事业现代化;西部发展

中图分类号: G210

文献标志码: A

文章编号: 1006-2815(2012)02-0173-04

The Journalism Modernization and Development of Western China ——Based on the Perspective of Behavioral Modernization Theory

JIANG Peng

(School of Journalism and Communication, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: The modernization of western China depends on the modernization of western people, and its ultimate valuable goal is to achieve the modernization of western people. Mass media play a role of "promotion device" in social development process, especially in promoting people towards modern transformation. To play such role well, the western news media need to modernize themselves first. It is the most critical factor to enhance western journalists' modernity in this process. Based on the perspective of behavioral modernization theory, the article focuses on how to achieve the modernization of western China journalism to get a better service for western development.

Key words: modernization; modernization of people; modernization of journalism; western China development

改革开放后,中国社会在政治、经济、文化、国防、科技、教育等诸多领域取得了全面进步,中国的全面现代化初现端倪。但是,当广袤的西部地区希冀能与祖国同步发展、迈向现代化时,相对薄弱的经济基础、相对封闭的自然环境与社会环境便成为自身难以逾越的障碍,其与东部地区的差距越拉越大。如果没有西部的大发展,就难以有西部的现代化,没有西部的现代化,就没有中国的全面现代化。文章就这一矛盾现实,将西部新闻事业与西部发展作为文章的着力点和切入点进行探讨。

一、现代化概念与理论解说

现代化本身是一个历史性的发展的概念,是社会发展到一定阶段的产物,又是社会发展领域里带有整体性变迁的一种现象、一种形式,是“传统的制度和价值观念在功能上对现代性的要求不断适应的过程”^[1],也是“以现代工业、科技革命为推动力,社会已发生和正在发生的转变过程,尤其是实现传统的农业社会向工业社会的转变过程”^[2]。而所谓现代化理论,也并不是一种理论,而是有关现代化问题的各种不

收稿日期: 2011-12-28

作者简介: 姜鹏(1983—),男,甘肃通渭人,讲师,博士。主要研究方向: 大众传播与社会发展。

同学派的理论的统称。

现代化理论行为学派的开拓者、美国社会学家英克尔斯 (Inkeles Alex) 认为,国家落后不仅仅表现为经济状况,也表现为一种心理状态。他认为,社会现代化的关键是人的现代化,人的现代化是实现由传统社会向现代社会转变的最根本保证,是现代化社会稳定、持续与健康发展的基石。“无论哪个国家,只有它的人民从心理、态度和行为上,都能与各种现代形式的经济发展同步前进,相互配合,这个国家的现代化才真正能够得以实现。”^[3]因此,一个国家的现代化历程就是人的现代化的转变与培育过程,而人的现代化包括人的价值观念、心理素质、思维方式、生活方式和行为方式由“传统人”向“现代人”的转变,这种转变本质上来说就是人的生存方式和发展状态的历史性转型。

二、西部发展的逻辑起点与价值目标

在现代化进程中,许多发展中国家在经济指标方面达到甚至超越了发达国家,但其整体社会却未能进入现代化国家之列,究其原因,很大程度上是因为这些国家的国民素质远未达到发达国家的水平,这些国家的人民的现代化水平依旧很低。例如,早在1984年,中东的一些国家人均国民生产总值就达到甚至超越了西方发达国家的平均水平。当时西方发达国家的人均国民生产总值是11000美元,而中东的阿联酋为22000美元,卡塔尔为20000美元,科威特为17000美元,但这些国家依旧被认为没有实现充分现代化^[4]。这些国家不仅经济结构单一,主要靠出口石油维持其国民经济,而且政治结构封建色彩浓厚。更为重要的是,这些国家的国民还生活在传统状态中,他们的价值观、思想和行为方式等方面的传统性严重制约了社会向全面现代化的演进。英克尔斯认为,人的现代化并不是现代化过程结束后的副产品,而是社会现代化的先决条件和价值目标。其实,一切社会的发展,从本质上来说,不就是为了人的全面、自由的发展和彻底解放吗?从这个意义上来说,西部发展的逻辑起点是西部的人,而其终极目标就是为了实现西部人的现代化。

诺贝尔奖获得者舒尔茨 (Theodore Schultz) 认为,人力资本是现代经济增长的主要动力和决定性因素^[5]。因此,人作为创造性劳动的主体,是人类社会发展的真正动力。西部人的现代化必定成为推进西部现代化进程的内在动力,西部人素质的逐步提高,创造力的不断发挥,必定深入推进西部现代化的进程。

三、社会发展中的媒介角色

英克尔斯认为,人的现代化过程受到各种社会因素的影响,教育、工厂、家庭等对于人的现代性提升影响显著。除此之外,人的现代性形成与大众传媒的使用密切相关,现代媒介能塑造现代性人格。丹尼尔·勒纳 (Daniel Lerner) 将现代性人格定义为一种“移情性格”,即考察世事不限于个人狭隘经验,能设身处地从他人的角度出发。他认为,大众传媒不

仅能刺激“移情性格”的产生,还能将这种人格传播至全社会,即在国民中普及此种人格,故称为现代人格的“奇妙的放大器”^[6]。可见,大众传媒对于人的现代化发展的作用巨大,故而,作为现代人格的“放大器”的西部传媒在培育西部民众的现代化心理特征、促进西部人的现代化人格养成中有意义不容辞的责任和历史担当。

还有一些学者从宏观的角度表达了自己关于社会发展中的媒介角色的认识。例如,罗杰斯 (Everett M. Rogers) 认为传播是社会变革的基本要素,大众媒介在现代化过程中主要扮演一种创造“气候”(climate)的角色。这种“气候”(climate)是由知识、态度、信念和行为等组成的,这些元素最终组合成为一种有益于向现代化方向转变的“心理定势”(mental set)^[7]。施拉姆 (Wilbur Lang Schramm) 把新闻媒介称为国家与社会发展的“促进器”,并把大众传播媒介作为现代化进步的象征^[8]。那么,如何实现西部新闻媒介的“促进器”功能呢?笔者认为,这首先得从西部新闻媒体自身的现代化做起。因为文章将现代化行为学派理论,即英克尔斯的“人的现代化理论”作为自己的理论支撑,所以在探讨西部新闻事业现代化这一问题时,我们只将关注重点放在信息传播过程中“人”的方面。1948年,拉斯韦尔 (Harold Dwight Lasswell) 发表了《社会传播的结构与功能》一文。在这篇文章中,拉斯韦尔明确提出了传播过程及其五个基本构成要素,即:谁(Who)→说什么(Says what)→通过什么渠道(In which channel)→对谁(To whom)→取得什么效果(With what effects)。这就是著名的拉斯韦尔“5W模式”。从这五个传播环节来看,行为主体人只有传者一方(Who)和受者一方(To whom),其他的三个环节都是为这两个环节服务并受其制约的,因此,西部新闻事业现代化在各个环节上都有赖于“人”的现代性提升,而其中西部媒体人的现代化尤为关键。

四、行为学派视域下的西部新闻事业现代化

西部新闻事业现代化的实现要比东部地区远为艰难:西部经济落后,传媒市场小;西部教育落后,制约西部传媒的发展;新闻观念与运营机制落后,人才缺乏,等等。这些问题的解决都是非常艰难且是一个漫长的过程,但笔者认为,在加大西部媒体硬件设施建设的同时,实现西部媒体“软力量”的现代化,充分提升西部新闻人的现代性,从而促进西部发展,不仅必要而且可行。

1. 西部媒体人的媒介素养

根据1992年美国媒介素养研究中心的定义,媒介素养就是人们面对媒介各种信息时的选择能力(ability to choose)、理解能力(ability to understand)、质疑能力(ability to question)、评估能力(ability to evaluate)、创造和制作能力(ability to create and produce)以及思辨的反应能力(ability to respond thoughtfully)^[9]。这个定义把媒介素养看作是包含诸多内容的综合能力,它强调人的认知过程。陈力丹教授认为,媒介素养分两个层次:一个是公众对于媒介的认识和关

于媒介的知识,另一个是传媒工作者对自己职业的认识和一种职业精神。西部新闻人媒介素养的高低直接影响着媒介的传播水平和传播效果,最终影响到西部人的现代化进程。

提高西部新闻人的媒介素养,首先需要从提高他们的认知水平着手,这可以从两个方面做起:第一,媒介人需要意识到自己营造的“象征性现实”是具有特定意识形态的世界,除了基本的信息传播功能外,还有潜移默化的教化功能,通过自己的信息传播活动,促进西部人的现代化是西部传媒人的历史使命。第二,对受众要有更新的认知。一个好的新闻人不仅需要充分了解受众心理和受众需求,而且还需要与受众加强互动,通过互动选择最为有效的传播模式。因此,“受众本位”意识的树立非常重要。

其次,西部新闻人的媒介素养还有赖于他们对于信息的选择、理解、评估和消化能力的提高。作为传者的他们,在一定情景下又是信息的受者,加强有用信息的攫取能力,把握好诸如国家战略、民间舆情等宏观信息,对于实现新闻人自身的素养、媒介利用能力和传播水平的提高大有裨益。

再次,新闻传播理论与业务的学习是提高西部新闻人媒介素养的有效手段。要实现西部新闻事业现代化,还得从新闻人自身的理论与业务水平抓起。厚实的理论知识、娴熟的业务技巧、正确的新闻伦理和良好的专业精神都是新闻人提高自身信息驾驭能力的重要保障。提高西部新闻人的媒介素养水平是实现西部新闻事业现代化的重要路径。一个具有良好媒介素养的新闻团队才能更好地传播现代化信息,培育现代公民。

2. 现代阅听人与媒介素养

人的媒介行为被认为是一种对人的观念现代化起作用的因素,它不仅是实现观念现代化的条件,也是观念现代化的表现。良好的媒介素养是现代人的基本特征,个人现代化程度的高低很大程度上取决于媒介素养水平的高低。提高受众的媒介素养水平,目的就在于培养公民认识媒介及科学获取、判断、分析和使用媒介信息的能力,使得民众具备主体意识和独立思考的能力,从而推动个人现代性的发育和现代人格的成长。

对西部新闻媒体来说,受众具备良好的媒介素养也是一种“福音”。受众的良好媒介素养使得他们能更好地发挥现代人格“放大器”和社会发展“促进器”的功能。根据霍尔的信息“编码—解码”理论,西部传媒要传播有利于西部现代化的信息,做好自己的“编码”工作,这才是第一步。信息到达西部受众后,能否被选择和有效解读才是传播效果能否实现的关键所在,而信息的有效“解码”很大程度上取决于受众的媒介素养水平。因此,西部受众媒介素养亟待提高。笔者认为,提高受众的媒介素养水平,可通过各种途径(比如,加强与受众的互动,让受众积极参与到传播过程等),但最为直接现实的途径就是通过系统的媒介素养教育,这包括教材的编写、课程的设置、培训的推广等诸多内容。

整体来看,我国的媒介素养教育还处于起步阶段,而西

部地区的媒介素养教育就更为落后。最近几年,国内学者发表的有关媒介素养方面的专业书籍、研究论文数量不少,主要集中在新闻传播学领域,这说明知识界已经意识到媒介素养教育的重要性。但在实践中,系统的媒介素养教育进展缓慢,这主要体现在媒介素养教育体系尚未建立,开设媒介素养教育课程的学校少之又少,体系化的媒介素养教材几乎没有等方面。另外,我国依旧没有确立有关媒介素养教育的战略性方针,政府以及教育部门对媒介素养教育的重视程度依然欠缺,这确是眼下需要解决的大问题。

最后,需要强调的是,尽管新闻人与受众都需要提升媒介素养,但此二者在现实中的传受位置、职责、立场、心理、知识背景等方面都存在差异,因此有必要对两者分别进行传者素养和受者素养的培养和提升,而媒介素养教育根据教育对象的不同而加强针对性也势在必行。

3. 新闻理念与业务现代化

(1) 现代新闻理念中的“受众意识”

现代新闻理念的贯彻本质上就是新闻规律的把握与实现过程,比如现代新闻理念需要重视新闻价值、新闻真实性、传播效果等,实现从“传者本位”向“受众本位”的转变,而这也都符合新闻规律的基本要求。新闻理念现代化内涵丰富,其关键是增加西部新闻人观念的“现代性”,这涉及一整套科学的系统的新闻意识,限于篇幅,文章就不再一一展开论述,这里只着重探讨西部新闻人应该具备的一个重要现代理念——“受众意识”。

“受众意识”强调以受众为中心,重视受众需求,它发端于受众对于媒介的“使用与满足”理论。与以往大众媒介通过传播强有力地影响受众的范式不同,“使用与满足”理论突出强调受众的地位。作为信息传播的目的地,受众直接决定了新闻价值的存在与否及大小。作为信息传播的反馈源,受众还有助于媒体评估、调整和完善其传播行为。尤其是在市场经济条件下,媒体的经济利益与受众对媒体的态度发生了直接联系,受众开始市场化,因而争夺受众市场也成为媒体自身生存的需要。从这个意义上来说,西部受众是西部媒体的“主人”,是西部媒体服务的对象。理所当然,受众意识也就成为评估西部媒体及其传播行为的主体依据。按照勒纳的观点,记者如果能从受众的角度出发采集新闻素材,站在受众的立场报道新闻,本质上就是其具备“移情能力”的体现,这种能力是勒纳所说的“现代人格”,即“移情性格”的核心。所以,是否具有良好的受众意识也成为西部新闻人现代化程度高低的重要表现。

(2) “融合新闻”与业务现代化

伴随传播技术的进步,信息传播格局也正在发生变化,媒介融合趋势愈演愈烈。这些新现象反映在观念方面,就是要求新闻人具备一种“融合新闻”理念。这个理念强调对传统新闻报道内容和范式的颠覆,追求多媒体技术和内容的整合,新闻报道的视角追求多维度、立体化和互动性。传播技术的现代化,媒介融合现象的普遍化,使得“融合新闻”传播

模式成为现代传媒的业务发展趋势。在此情况下,西部新闻人革新观念,树立“融合新闻”理念,从而实现业务工作现代化势在必行。

“融合新闻”(Convergence Journalism)意指采用多媒体手段进行的新闻传播活动^[10]。因为“融合新闻”强调“多媒体”联动传播,这就要求新闻工作者必须能够跨媒介工作,成为一名“多媒体新闻工作者”。可以说,实现西部媒体人向“多媒体新闻工作者”的转变是西部新闻业务现代化的重要保障。首先,在采访环节,“多媒体新闻工作者”要从各种信息源(比如通过微博、博客、各大论坛等)来搜集有新闻价值的新闻线索,而不止关注一线的新闻对象。其次,“多媒体新闻工作者”需具备新的议程设置理念。利用新媒体传播交互性强的特点,在充分把握网络舆情的情况下,在“第一时间”适时地积极参与设置适合目标受众的个性化互动议题,引导舆论。这与传统媒介时代受众反馈滞后、传受双方互动少且延时严重完全不同,是新媒体时代新闻业务现代化的新要求。再次,“多媒体新闻工作者”还需转变传统的工作方式,把受众放在与自己完全平等的位置,做一个开放的“把关人”。加强与受众的互动,实现“把关”方式的转变,弱化控制色彩,采取积极疏导方式,这是新媒体时代对新闻业务工作提出的又一项新要求。

4. 媒介融合背景下的“多媒体编辑部”

最近几年,西部地区也陆续出现了新闻媒体产业化、集团化的现象,一些以报社为基础而新组建的媒体集团出现,各种媒体之间的融合加剧。那么,西部媒体在新形势下如何贯彻“融合新闻”理念,应对时代的新要求呢?笔者认为,将西部媒体编辑部打造成“多媒体新闻信息平台”是一个不错的选择。传统新闻编辑部运营成本高,工作效率相对较低,而“多媒体编辑部”既可以提高工作效率,又可以实现信息共享共用,还能把网络编辑部和报纸编辑部等有机融合起来,节约人力资本,这必将是未来新闻编辑部改革的一个方向。其实,发达国家的媒体集团(如英国广播公司、《每日电讯报》报业集团等)也在进行这方面的改革,目的就是让自己的编辑部成为最为先进的传播平台。建立“多媒体编辑部”的关键就是各种资源的“有机整合”,在充分融合的情况下,既能发挥出各个媒体的

传播优势,又能实现统筹后的“增值效应”,这也是新媒体环境下西部媒体现代化改革的一个新方向。

施拉姆曾把新闻媒介看作是国家与社会发展巨大的“增值者”,但要真正发挥“增值者”的功能,西部媒体还得从自身现代化做起。西部媒体的现代化不仅可以有效地消除西部现代化进程中的发展障碍,而且其现代化本身也是西部整体现代化体系的一个重要组成部分。没有西部现代化就没有中国的现代化,报道西部现代化,促进西部现代化,与此同时,完成西部新闻人自身的现代化,这是立言,又是立功,也是立德。

参考文献:

- [1] [美]C. E. 布莱克. 比较现代化[M]. 杨豫, 陈祖洲, 译. 上海: 上海译文出版社, 1996: 18.
- [2] 罗荣渠. 现代化新论(增订版)[M]. 上海: 商务印书馆, 2004: 17.
- [3] [美]阿历克斯·英克尔斯. 人的现代化——心理·思想·态度·行为[M]. 殷陆君, 编译. 成都: 四川人民出版社, 1985: 8.
- [4] 刘黎明. 社会现代化与人的现代化的关系[J]. 河南大学学报, 1998(5): 79.
- [5] [美]西奥多·W·舒尔茨. 论人力资本投资[M]. 吴珠华, 等, 译. 北京: 北京经济学院出版社, 1990.
- [6] Lerner, D. The Passing of Traditional Society, Modernizing the Middle East[M]. Glencoe, Ill.: Free Press, 1958.
- [7] Everett M. Rogers. Communication in Development[J]. The Annals of the American Academy of Political and Social Science (The Information Revolution), 1974, Vol. 412: 44—54.
- [8] [美]施拉姆. 大众传播媒介与社会发展[M]. 金燕宁, 等, 译. 北京: 华夏出版社, 1990.
- [9] 麻争旗, 孟毓焕. 国际新闻传播中的跨文化媒介素养[C]// 蔡帼芬, 张开, 刘笑盈. 媒介素养. 北京: 中国传媒大学出版社, 2005: 151.
- [10] 蔡雯. 试论“融合新闻”的特点与运作[J]. 新闻战线, 2007(1): 55.

(中华 编发)

