

论媒体融合对推动社会发展的重要意义

孙宏利 赵 珣

[中图分类号] G206 [文献标识码] A [文章编号] 37-1330/G4 (2013) 1-023-4

[内容提要] 传统媒体与新媒体的融合发展是媒体发展的必然结果，也是社会发展的内在要求。在中国，传统媒体与新媒体的融合将会催生一种新的媒体力量，它会在多个层面影响中国的发展，我们需要正确认识其对中国社会带来的影响和积极作用，并为此做好准备。

[关键词] 传统媒体 新媒体 融合 发展

目前新媒体已成为影响和构建中国进程的重要变量，这点毋庸置疑。然而，由于其存在着与生俱来的缺陷，还无法完全依靠自身的力量推动全社会的发展和进步。而另一方面，由于以社会化（social media）媒体（如微博）为代表的新媒体带来的冲击和影响，传统媒体正面临着持续发展危机，它的影响力在慢慢地衰退，但它在相当长一段时期内仍将是影响社会变

革的重要力量。目前我国正处于社会转型的关键时期，群众思想更多元化，社会矛盾更复杂化，这就要求作为社会稳定器和安全阀的媒体扮演更重要的角色。因此，研究新媒体和传统媒体的本质属性，并从社会发展的角度探究如何利用新媒体与传统媒体共同塑造和影响处于转型中的中国经济以及社会文化，推动全社会的进步和发展将是业界和学界的共同课题。

是新媒体环境中舆论监督深入的典型。

总之，由过去报刊、广播电视等传统媒体一统天下的媒体环境进入当今手机、互联网等新媒体和报刊、广播电视等传统媒体共同营造的新媒体环境，有关社会公共事务信息的大众传播和人们意见的公开表达发生了重要而深刻的变化，它具有传播主体大众化、传播渠道便捷化和传播内容海量化的鲜明特征，并进而导致舆论的生成前所未有的活跃、舆论构成前所未有的复杂和舆论监督前所未有的广泛深入等重要而深刻的变化。

[本文系云南省社科规划项目《媒介融合环境下有害信息传播与治理对策研究》（YB201149）、云南省教育厅重点项目、昆明理工大学人培基金项目《新媒介环境下网络有害信息传播与治理对策研究》

（KKJD201155014）成果之一。]

注释：

约书亚·梅罗维茨：《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》，清华大学出版社，2002年，P13

Neil Postman, "Science and the Story that We Need", First Things 69. January, 1997

马歇尔·麦克卢汉：《理解媒介》，商务印书馆，2000年版，P343

王勇：《论媒介环境视阈下的新媒介技术》，《浙江传媒学院学报》，2012.2

作者单位：昆明理工大学艺术与传媒学院

一. 新媒体和传统媒体在不同的维度影响着中国社会

(一) 新媒体所代表的草根文化和草根视角

草根,这个说法产生于19世纪美国寻金热流行期间,当时盛传有些山脉土壤表层、草根生长的地方就蕴藏着黄金。在中国,“草根”这个词语被赋予“基层民众”的内涵。在网络上,在现实社会中,“草根”往往被表述为一种非主流、非正统、非专业,或曰爱好者,甚至纯然出自民间草泽的人所构成的群体,使之区别于正统的、主流的声音。“草根”有其独立存在的理由和独特的优势。实际上,只有当“草根”不再缺席的时候,社会的进步才会是全方位的。

新媒体在当代中国几乎成了草根阶层的代言人。从“晒三公”将政府花费置于“阳光”之下,到“郭美美炫富”引发公众对公益组织的信任危机,经由网络和微博频频爆出的故宫“十重门”,将故宫置于风口浪尖之上……当我们细细分析这些引起社会震动的事件,可以发现,新媒体之所以在短短数年间受众呈指数级增长,原因就在于它的草根性,特别是微博等社会化媒体使“人人拿着麦克风,人人都可被关注,随时随地可发布”成为现实,美国《连线》杂志将其称为“所有人对所有人的传播”。新媒体的出现正在潜移默化中改变着人们的思想观念甚至是生活方式。它不只是草根文化和草根视角的简单复制,更重要的是,它通过新的技术手段重置社会的组织架构,使草根的思想和语言从长期被压抑的状态下解放出来,唤醒了沉睡在草根潜意识里的参与社会进程的诉求欲望和权利欲望,可以毫不夸张的说,新媒体重新塑造了草根群体的文化意识形态,这是新媒体为推动中国社会进步发展贡献的最根本的也是最重要的力量。

新媒体的草根性赋予了它最鲜活的生命力,但其草根视角和草根属性也注定了这是把“双刃剑”。它在向我们提供大量新鲜资讯的同时,也良莠不分、泥沙俱下。过多依靠负面经验表达对社会的不满是新媒体受众的典型表现之一。正是因为新媒体平台的崛起,官员作秀、明星炒作、造谣诽谤,甚至蓄意制造和导演新闻吸引眼球等现象一度盛行。

(二) 传统媒体所代表的精英文化和精英视角

如果说新媒体的崛起代表着草根阶层的觉醒,那

么传统媒体则代表着一直在主导社会发展的精英文化。在社会化媒体出现以前,从报纸、广播再到电视,无论是传播的内容还是传播渠道一直都受控于代表着国家利益和上层阶级的精英群体手中。其传播模式从思想层面上来讲是一种预先策划好的自上而下的线性传播。传统媒体的精英文化属性在社会发展的初级阶段无疑具有重要的方向指导意义,它通过舆论宣传和舆论控制避免了整个社会由于未来的不确定性而容易导致的盲目和冲动,是中国社会能够稳步向前发展的一块基石。那么面对新媒体的强烈冲击,传统媒体是否需要抛弃天生的精英文化意识呢?凤凰卫视董事局主席兼行政总裁刘长乐交出的答案是:尽管互联网使得大众发表观点更加容易,但是大众的网上行为是一种草根文化,传统媒体所代表的精英文化依旧重要,阳春白雪和下里巴人的内容是并行不悖的。“传统媒体应坚守精英文化这条线,不要鄙视原有的传统媒体生产行当,比较优秀的传统媒体有着良好的资源和传统。”

当然,传统媒体坚持精英文化意识并不意味着它要固守原有的制作传播模式,相反,要让精英文化顺应时代发展,传统媒体必须进行新媒体化革命——即学习和利用新媒体的传播方式、技术手段、更重要的是借鉴新媒体的思维模式来为传统媒体服务。目前很多传统媒体都在积极试点新媒体,并在制播过程和新闻策划上更多借鉴新媒体平台上的信息和观点,利用新的技术手段与受众互动,同时进一步使自己的内容生产信息化。但应该看到传统媒体的新媒体化革命仍停留在较浅的层次,大多是借助网络及时、快速、互动、易参与等优势丰富传统媒体的内容生产,并没有真正做到从全新的角度考虑自己的发展道路。

二. 传统媒体与新媒体的相互促进和融合发展才能发出最具价值的声音

新媒体和传统媒体实际上是中国社会的两面镜子,是当代社会的真实写照。无论我们承认与否,不管人们喜欢与否,在这个新媒体崛起的时代,草根力量已成为悄然推动中国社会进步不可缺少的力量。近些年里,借助新媒体平台,草根从来没有在任何重大的政策、事件、发展趋势中缺席。草根声音接近常识、接近真实,草根震撼力来自于其本身就是实践。草

根在中国社会发展议程中的出席是中国社会的巨大进步。

然而，聚合了草根微力量的新媒体的声音往往容易出现非理性因素。如果过多依赖这种非理性因素构建的话语体系，社会的发展往往容易陷入冲动、盲目和短视的泥淖。因此，社会的进步发展还需要代表精英文化的传统媒体的参与。所谓精英，必有远见卓识，他们比普通个体更能看清社会发展的脉络和方向，更愿意听从来自内心的理性的声音。从新中国开始建设自己的媒体体系以来，报纸、广播、电视等传统媒体为中国的发展进步贡献了巨大的能量，它们已经逐步演变为具有国家机器性质的宣传工具，自上而下地传播着精英意识和精英文化，并被社会接受和认可。

新媒体和传统媒体所代表的不同视角和文化并不是不可调和的，恰恰相反，它们的相互促进和融合发展才有利于发出最具价值的声音。当前，由于传统媒体丧失了部分话语权，而新媒体虽然前途光明，但仍处于一片混沌当中，社会发展在某些领域出现了话语权的真空，而填补这个真空需要传统媒体与新媒体的共同努力。

传统媒体与新媒体各有利弊，那么他们发展的出路，就是优势互补、新旧融合、各展所长、避其所短、互相借鉴。这种有机结合的力量将是非常巨大的，它意味着草根经验与精英意识的结合，几乎可以涵盖所有行业和群体的声音，兼具经验和理性，有利于健全舆论引导机制，聚同化异，扶正抑偏，对于实现“十八大”提出的建成小康社会以及推动中国政治体制改革、反腐倡廉等议题的实施都会带来重大影响。

中国要继续扩大改革开放、进行顶层制度改革、继续大踏步向前发展，就必须让新媒体和传统媒体共同参与社会议程的设置，甚至是政治议程的设置。可以想象，今后传统媒体和新媒体必然会加速融合，这是它们内在的发展需求，也是社会发展提出的要求，是不由人的主观意识决定的。新旧媒体融合后会出现这样的情况——传统媒体带有明显的新媒体属性，反过来，新媒体也将带有传统媒体的属性。事实上，这种情况在业内已经开始发生。2000年1月10日，世界上最大的互联网服务公司美国在线和世界上最大的传媒公司时代华纳宣布合并。合并后的美国在线——时代华纳公司成为融媒体、娱乐和通讯为一体的世界巨头，公司市值为3500亿美元，年销售额为300亿

美元，交易额达1840亿美元。这是传统媒体产业和新媒体产业融合发展的标志性事件，并打开了媒介产业融合与产业革命的序曲，这场革命将是全方位、跨行业、深层次、超国界的，中国传媒界应为这场革命做好最充分的准备。

在中国，这种意识在决策层面也已觉醒。例如早在2009年3月，国家广电总局发布的2009广播影视科技工作总体要求中明确写到：加快网络广播电视等新媒体发展。利用互联网、通信网等新渠道，积极开展网络广播、网络电视、IP电视、手机电视等新业务，探索符合高新技术应用特点、符合新媒体传播规律的发展之路。广播电台、电视台必须把发展新媒体摆到更加突出的位置，把发展新媒体作为提升传播力的重要途径，努力成为新媒体发展的主力军。

三. 政府机构需要以发展的眼光看待新力量的出席

传统媒体和新媒体融合发展过程中必然会出现新问题和新情况，这也为政府监管带来了新的课题。政府机构需要以发展的眼光来看待新力量的出席。

（一）必须对新媒体的价值和特点有全新的认识

传统媒体与新媒体融合后的新平台将更多具有新媒体的特点，这是可以预见的。新媒体的特殊属性使得它在很多具体的决策中具有巨大的参考价值，政府机构只有真正认识到新媒体的价值和特点，从全新的角度考虑媒体发展，才能在时代进步中保持主动，更好地发挥媒体的价值。

《2012年联合国电子政务调查报告》指出，如今是社交媒体（如微博等）迅速崛起的时代。特别是亚洲地区和太平洋地区的社交媒体获得了史无前例的发展，成为这两个地区网络使用的主要方式。政府需要思考如何运用信息和技术工具来优化法律框架、规则制度、机构重组和业务办理程序以及人力资源开发。联合国的这份报告清楚地说明了新媒体在构建社会新型组织结构、推动社会民主进程和经济发展方面所具有的重要价值。

在中国，新媒体已经逐渐进入精英视野。党和国家领导人通过网络平台与网友在线交流，吸引大批网

友的踊跃参与；一些地方官员时常经由微博等网络新媒体就百姓关心话题与民众真诚沟通，成为网迷津津乐道的谈资。另外像美国、英国及新加坡等国政要也都通过政党网站、个人博客、网络论坛等新媒体技术为竞选造势。新媒体不仅为当政者洞悉民意、体恤民情提供新途径，还在官民沟通和舆论监督上发挥着独特作用。因此，政府机构应该以包容和欢迎的姿态迎接新媒体时代的到来。

政府对传统媒体的管理可以说是一个相对闭合的行政性管理，而新媒体完全是开放的和社会化的媒体，这些是融合给管理带来的难题。要让管理促进发展，发挥管理的积极作用，需要转变管理观念、创新管理政策，由传统媒体下的管理政策向融合媒体，或者新媒体下的管理政策转型。新的管理政策，应该是政府与社会有关各方的共同治理，这是政策创新的重要问题，而核心是在保证意识形态与文化安全的前提下促进媒体产业的发展。

（二）政府管理机构应从监管的角色变为服务的角色

当今推动社会进步的角色无法由一方单独完成，站在发展的角度，今后推动中国社会进步的主要力量将是传统媒体与新媒体融合而成的新力量。这种新力量兼具草根经验和精英意识，它既能克服新媒体容易出现的冲动和盲乱，也弥补了传统媒体缺乏直接的基层经验所带来的缺陷，具有旺盛的生命力。更重要的是，这种新的力量将具有内在的自我完善和自我纠错功能：上层的声音能够通过新的媒体平台和技术手段直达基层，并在基层进行民主讨论，从而为上层决策提供民意基础；而基层的矛盾和声音也能够通过新的媒体平台进行聚合，引起上层精英的关注，从而将问题和矛盾在基层化解。如果某种观点无法获得精英群体和草根的共同支持，那么它将自动在新的媒体平台上消亡。

因而，政府管理机构应该从监管者的角色向服务者的角色转变，为传统媒体与新媒体的相互促进和融合发展提供制度保障和方向指引，并使这种融合朝着有利于中国社会发展的方向转变，使新的舆论力量能够发出更加民主、科学的声音，能够为上层决策提供更多的经验支持和智力保障。

综上所述，在中国，传统媒体与新媒体的融合

发展将是不可逆转的，它在本质上是草根群体和精英群体共同推动中国社会向前发展的内在诉求和巨大力量，有助于中国构建信息公开透明、政策科学民主的公民社会。而政府机构，特别是监管机构不能再用行政指令封锁等对待传统媒体的监管思维来工作，而需要一种全新的战略眼光来看待新的媒体力量，要充分利用传统媒体与新媒体的融合发展来推动中国的民主化进程，这对于实现“十八大”的社会发展目标，建设富强、民主、文明的现代化强国乃至民族复兴都具有重要意义。

[本文为广州市宣传思想战线优秀人才培养对象2012年度专项研究资助项目《传统媒体与新媒体的相互促进与融合发展》中期成果。]

注释：

新华网，《刘长乐：传统媒体在新媒体时代仍需坚守“内容为王”》，http://news.xinhuanet.com/misc/2009-10/08/content_12196029.htm

见《现代视听》，2012.3，《传媒视野》

参考资料：

孙晓菲、王长潇：《社会化媒体应扮演的社会角色》，《现代视听》，2012.3

谢媛：《广播电视在新媒体时代的破冰之路》，《中国广播电视学刊》，2012.10

《新媒体应向精英发展以应对传统媒体转型》，<http://blog.qq.com/qzone/622001934/1255317209.htm>

《谈传统媒体与新媒体的融合发展》，<http://www.doc88.com/p-296361600540.html>

作者单位：广州广播电视台