

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

论强势媒体对弱势群体的关怀 [Discuss the Care of Strong Media towards Weak Groups]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	王, 天定;石, 萍
Publisher	兰州大学
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-06-12 01:50:00
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182026

王天定 石萍：论强势媒体对弱势群体的关怀

王天定 石萍

论强势媒体对弱势群体的关怀

——以《南方周末》三农问题报道为例^[1]

王天定 石萍

一、研究动机与目的

我国媒体经过10多年时间的市场化运作，更多的媒体经营者开始将商品市场营销策略引入媒体的日常运作中。作为这一趋势的重要表现，就是媒体开始自觉调整受众定位，一批媒体明确宣布以“强势受众群”作为主要目标受众，因为这些强势人群具有较强的消费能力，具有较高的商业价值。但是，这一现象始终受到来自学界及业界一些人士的批评。认为这种定位走高的策略导致媒体将远离弱势群体。

《南方周末》创刊初期的只一份休闲娱乐报，但该报在近20年的发展历程中不断提升办报层次，目前已成为中国最有影响力的新闻性周报。如果分析该报的读者结构，该报无疑是一份面向强势读者群中的报刊，据该报自己的读者调查结果显示，该报的读者群中1/3以上具有大学本科以上文化程度（这一数据在北京等地区则达到42%），读者平均年龄为31.8岁。而且从调查结果分析，这些读者中，49%以上都属于极具社会责任感，富有进取精神的人。正如该报在广告词中宣称的：“我们的读者有思想；我们的读者有责任感；我们的读者占有社会资源；我们的读者影响中国发展”^[2]这个读者群最具有市场购买力，是广告商最看重的群体。

由于历史因素及产业属性的影响，农业天然属于一种弱势产业，占中国人中大多数的农民也必然属于弱势群体，因此，对“三农”问题的关注度可以作为衡量一个媒体是否具有对弱势群体应有关怀的指标。本文试图研究《南方周末》的对“三农”问题报道，以此来考察一份面向强势读者的报纸是否会必然地边缘化弱势群体的利益。

二、相关文献探讨

（一）关于媒体“定位走高”问题

本文所谓的强势媒体，指定位于强势人群，并取得市场成功，在社会上具有较大影响力的媒体。

从事媒介经营管理的专家对媒介定位走高大多持肯定态度，正如有专家指出的：“传媒通过吸引广告来赚钱，但广告投放不是盲目的。不具备消费能力和消费冲动的读者不会受广告的影响，也就成了报纸的无效受众。我把早期的《成都商报》、《华商报》、《楚天都市报》、《南方都

市报》(包括济南的几份主要报纸)叫做‘泛市民’的报纸，这类报纸的读者覆盖层面巨大，连拉地排车的、拾破烂的都能涵盖。但在骄人的发行量背后，却是大量的成本无效付出。在报纸印数超过一定的“度”之后，卖得越多，亏得越多，又没有相应的广告回报。在不堪为负担所累的情况下，调整读者层、控制发行量也就势在必然。

站在投资者的角度看，这个问题更加明了。凡是投资者都要算一算投入和回报之比，都希望以较小的投入获得较大的回报，或者以同样的投入获得比别人高得多的回报。从这个意义上讲，办一份读者层面较高的效益型的报纸是聪明的选择。”¹

对于媒介这一趋势的批评多是一些学者从媒介伦理角度提出的。正如有学者尖锐指出：“社会资本拥有者——广告商的存在，也在某种程度上成为媒体运作的指挥棒。报道什么新闻，才能引起哪一类的人的注意，并成为吸引广告商刊登广告的契机，编辑围绕着广告转，这已经不是秘密了。换句话说，赋闲在家的下岗工人、消费能力低下的农民，也就成了媒体的弃民。新闻不会报道他们当中身边的新闻，不会报道有助于改善他们生计的新闻，不会报道如何帮助他们走出生活困境的新闻，他们报道的只会是广告商喜欢的新闻，因为这部分新闻能吸引具有很强消费能力的受众群的注意。广告商关心的是广告是否得到了视听和阅读效果，他们并不关心社会弱势群体的生活。关心弱势群体的生活状况，不是广告商的义务。由此可见，媒体的新闻报道间接地被广告商所控制，远离了弱势群体。”²

还有学者将媒体定位的这一变化称之为“另一种‘城市化’”：“远农民，近市民，这种文化的“城市化”是一种可怕的“马太效应”，这样的结果，必然导致农村文化的“荒漠化”。如今，各类文艺演出团体已深深感到“高处不胜寒”，他们开始踏上送文艺下乡的路程，而电视、报纸本来就是一个开放的系统，为何反而要为基层的农民关上那扇门呢？媒体本身就是属于公众的，不应当只为广告客户而存在，与最广大的人民群众‘零距离’，这是大众传媒之‘大’的第一要义。”³

(二) 关于“三农”问题

所谓“三农”问题，即我国当前的农民、农村、农业问题。学者温铁军认为提出“三农”问题，是强调要用立体的眼光看中国的农村问题，这其中农民问题是核心。⁴

尽管改革开放20年来，特别是20世纪80年代初，中国农民政治地位和经济地位得到提升，但是由于城乡二元社会结构的存在等诸多复杂的历史与现实因素制约，中国的城乡差别在新的时期不是缩小而是加大了，特别是进入20世纪90年代以来，中国大部农村没有能够分享到城市高速增长的好处，曾任湖北省监利县棋盘乡党委书记的李昌平曾在给国务院领导的信中用三句话概括中

国目前的三农问题的状况：“农民真苦、农村真难、农业真危险”，这三句话在社会上引起了广泛共鸣。因此，占中国总人口70%的农民无疑是中国社会最大的弱势群体。

三农问题已引起了社会各界的广泛关注，人们已深切认识到如果农民问题解决不好，我们的国家就没有希望，我们的市场经济就没有出路。“农村收入长期下降，整个社会70%人口的有效需求不足，直接导致了城市和发达地区工厂生产的大量的初级消费品卖不出去。雪上加霜的是，它又引发了新的恶性循环：生产厂家、流通商家和凭地租分利的城市社会，因此而收入严重下降，大量工人下岗失业，城市低收入群体扩大，致使城市消费市场也出现了萎缩。”¹更进一步讲，中国社会的许多问题“如高犯罪率、水土流失、自然灾害、沙尘暴等，其实是农民问题的延伸。”²三农问题的严峻形势已引起了政府的高度重视，并开始采取一系列措施以增加农民收入，扶持农业发展，促进中国农村向现代社会的转化。

（三）媒介对社会弱势群体的报道

著名思想家罗尔斯倡导的正义原则认为，社会制度是否正义，在于它是否倾向于纯粹由于出身（家庭出身和阶级出身）、自然禀赋、历史环境（某个时期或整个一生的处境）所造成的不幸。社会中弱势群体的形成，大多数是因为个人无法负责的原因。特别是中国农民成为弱势群体，主要是长期以来城乡分割的二元社会结构的存在导致的，中国农民为了中国的工业化做出了最大的牺牲。因此，为了中国现代化大计，全社会必须高度重视三农问题，提升农民的社会地位，这应该成为社会制度设计的一个重要出发点。

根据大众传播媒介“议程设置功能”理论，传播媒介是从事“环境再构成作业”的机构，也就是说大众传媒具有为公众设置议事日程的功能，传媒的新闻报道和信息传达活动以赋予各种议题不同的显著性的方式，影响着人们对周围世界的“大事”及其重要性的判断。³大众传播媒介对三农问题客观、真实、深入的报道有助唤起全社会对三农问题的重视，增进社会各阶层对解决三农问题的共识，促进社会救助机制的建立与完善。大众媒介重视对三农问题的报道，是媒介担当社会责任的要求，也正是全社会关怀弱势群体的一个重要体现和组成部分。

三、主要研究方法

本文主要采用内容分析及文献研讨的方法。

笔者选取了2002年1—6月的《南方周末》为样本，通过对该报新闻类版面⁴有关三农问题的稿件的数量、内容、报道方式等的统计，考察事关中国现代化的“三农问题”在这一强势媒体的视野中是否得到足够的重视。

四、资料分析

2002年1月—6月,《南方周末》共出版24期,其新闻性版面中刊发与三农问题有关的报道、言论共85篇。详情见下表:

表一:《南方周末》“三农问题”稿件数量

新闻类版面刊发稿件总量	有关三农问题稿件			
	数量	所占比例	头版发表数量	进入导读栏稿件数量
910篇	85篇	9.3%	6篇	16篇

该报三农问题的稿件涉及的内容见下表:

表二:《南方周末》“三农问题”稿件内容

基层	农民	农民	农民	农村	农村	农业	农村	乡村	农村
民主	权益	负担	艰辛	义务	社会	发展	社会	风情	生态
建设	维护	问题	生活	教育	治安	困境	问题	民俗	环境
7篇	27篇	7篇	11篇	4篇	6篇	7篇	8篇	4篇	4篇

根据对上述所有稿件的阅读分析,并结合以上两表内容,我们认为《南方周末》三农问题报道有如下特点:

1、“三农问题”在《南方周末》的新闻视野中占有非常重要的位置。在半年时间里,该报在新闻类版面中共发表与“三农问题”有关的稿件85篇,占到新闻类版面稿件总量的9.3%,对于一份以城市年青读者为主要目标受众群的综合性新闻周报来说,这一比例应该说是很高的。而且这些稿件仅在头版发表的就占6篇,还有16篇稿件在第一版的导读栏中作了推介。在半年时间中,《南方周末》还专门策划了有关三农问题的三个专题报道,即:“城乡中国”征文、WTO语境下的

三农问题、聚集农村义务教育。

2、《南方周末》在三农问题的报道注重用立体的眼光分析问题。正如我们前面所介绍的，三农问题专家强调中国的问题不是所谓的农业问题，而是以农民问题为主的三农问题，农民问题是三农问题的核心。我们对表二的数据进行分析就不难看出，《南方周末》关于“三农问题”的报道从内容结构看与此观念完全契合。该报报道涉及到了三农问题的方方面面，但着力最多的，正是农民问题。有关维护农民权益问题、减轻农民负担问题、表现农民艰辛生活的报道合计达45篇，占到了稿件总数的52%。

3、《南方周末》关于三农问题的报道及言论注重权威性。《南方周末》经过多年努力，已团结了一批专家学者成为该报重要的智囊，这其中包括党国英等著名的三农问题专家，该记者在有关三农问题的报道中经常采访并听取相关专家学者的意见，该报在这半年时间里刊发专家言论12篇，这些权威性的意见无疑有助于影响文化程度较高的读者思考理解三农问题。

五、主要研究结论

经过对《南方周末》三农问题报道的分析和相关文献探讨，我们有如下研究结论：

（一）《南方周末》的实践表明，媒体定位走高与边缘化弱势群体利益之间并不存在必然关联性。

正如我们前面已分析过的，该报无疑是一份以强势读者为目标受众群的媒体，但该报恰恰十分重视对社会弱势群体的关注，三农问题在该报的新闻视野中占有非常重要的地位。这表明强势受众群的新闻消费需求是多元的，特别应该指出的是，这个群体中恰恰集中一批最富有社会责任感的人，他们以关注弱势群体为自身的使命，他们的新闻消费必然也有弱势关怀的要求。因此，我们认为一个媒体以哪个群体为目标受众群与关注哪个群体的利益是两个不同的概念。

另外，应该指出的是，我们在评判一个媒体的行为时，我们不能把不同领域、不同层次的伦理规范混为一谈。一个媒体在市场竞争中首要的职业道德规范，是保证报道的真实、客观、公正，遵循相关宣传纪律和政策法规。而作为一个市场化的媒体，它必须有完全的经营自主权，它的定位方略必须符合市场理性原则，也就是说它以哪个群体为目标受众群应该根据对市场的科学调查研究来决定，严格来讲，以哪个群体为目标受众群这一问题与道德无关，属于非道德范围内的事情，我们没有理由认为以社会弱势群体为受众群就是道德的，而以强势受众群为目标受众就是不道德的。如果有媒体不以赢利为目的，愿意创办一份专门面向社会弱势群体的媒体，这当然是一件高尚的事情，但是，如果我们要求每一个媒体都以弱势群体为目标受众群，这事实上等于混淆

了责任行为与责任外行为，将责任外行为强加于媒体了。

(二) 在市场经济条件下，理性的媒体总在寻求合适的定位以实现与竞争对手的差异化，因此，我们认为尽管现在一批媒体定位开始走高，但是，不可所有的媒体均以强势受众群为目标受众。在市场机制的作用下，还会有大批媒体仍然还是从低端切入市场，走大范围覆盖的老路子。因此，那种认为必然媒体定位走向必然导致农村文化的“荒漠化”的论断是把问题本身看得过于严重了。

(三) 培育一批强势媒体恰恰是有助于实现媒体关怀社会弱势群体的目标。美国研究“议程设置”理论的学者在研究中发现，各新闻机构之间在媒介议程中是相互影响的，尤其一些主要的或“精英”性新闻机构，例如《纽约时报》与《华盛顿邮报》等，在新闻议程的设置中发挥着比较大的影响^[3]。因此，像《南方周末》这样的报纸，无疑属于我国现阶段的精英媒体，它对社会弱势群体的关注无疑会影响到其他媒体，引导更多的媒体关注这一问题，进而形成媒介议程，最终形成受众议程。

(作者为兰州大学新闻与传播学系副教授，730020)

^[1] 本文为王天定主持的教育部十五社科规划基金项目研究成果

^[2] 分别引自1998年9月25日《南方周末》第18版、2002年9月30日《南方周末》A13版

¹ 龙奔《从市场整合看读者层定位的提升》《青年记者》2002年第5期

² 彭伟步《中国媒体远离弱势群体》转引自“新传播资讯网”

³ 周云龙《另一种‘城市化’》《新闻记者》2002第8期

⁴ 温铁军《世纪之交的三农问题》转引自“中评网·温铁军个人主页”

¹ 转引自郭飞熊《解决三农问题的根本出路》北大“燕园评论”网

² 王德先《上书国务院的乡书记李昌平：上书是我向农民忏悔》<http://www.sina.com.cn>

³ 郭庆光《传播学教程》P215中国人民大学出版社1999年11月版

⁴ 主要排除了文化版中的一些版面如电影、阅读等，另外也排除了“传媒重点”版。

[3] 郭镇之 《北美传播研究》 P248 北京广播学院出版社1997年4月版

来自: <http://www.mediaethics.cn/article.asp?articleid=36>

/