



以科学发展观解读媒介公信

时间：2006-3-27 15:49:55 来源：中国新闻研究中心 作者：林靖 阅读1927次

发稿：中国新闻研究中心

作者：林靖

单位：天津师范大学新闻传播学院2004级研究生

地址：天津市西青区南河镇小南河桥西

邮编：300384

摘要：关于媒介公信力的问题早在上世纪八十年代就已在我国出现，但直至近年才开始为学界所关注，还处于较为浅显的研究层面上。随着我国媒介公信力显性问题的出现，隐性问题不断被认识，对于媒介公信力问题的研究就越来越重要。党的十六届三中全会提出“科学发展观”的概念，对于研究媒介公信力这一问题有着很好的指导、借鉴的作用。本文试图运用科学发展观的思想，对媒介公信力进行研究、阐发。

关键词：媒介公信力 科学发展观 以人为本 可持续发展

正如马克思主义经典作家所言：“意识在任何时候都只能是被意识到了的存在”^①，在传媒业竞争激烈的今天，媒体出现很多行为失范的现象，造成媒体信用的下降，社会中产生了许多不和谐的音符。在中国大众传统的观念中，媒介具有权威性和官办性，虽然随着改革的不断深化，媒介体制改革正大步迈进，但媒介是党和政府的宣传喉舌作用并没有改变，那么从某种意义上说，媒介的公信力就标志着政府的公信力。媒体信誉的下降，不利于媒介喉舌作用的发挥，不利于媒介舆论引导作用的发挥，不利于国家政策与人民利益之间的沟通，以至不利于和谐稳定社会的建立。在这种背景下，有关媒体公信力的研究得到广泛重视，“科学发展观”思想的提出为我们研究媒介公信力问题提供了一个新的思路。

“媒介公信力评价是公众通过社会体验所形成的，对媒介作为社会公共产品所应承担的社会职能的信用程度的感知、认同基础上的评价，而媒介公信力则是指媒介所具有的赢得公众信赖的职业品质与能力。”^②这与以人为本，全面协调可持续发展的科学发展观内涵有着同样的诉求，为媒体公信力的研究提供了理论前提。

一、科学发展观的基本观念

以人为本是科学发展观的本质和核心，坚持以人为本，就是要以实现人的全面发展为目标，从人民群众的根本利益出发谋发展、促发展，不断满足人民群众日益增长的物质文化需要，切实保障人民群众的经济、政治和文化权益，让发展的成果惠及全体人民。尊重劳动、尊重知识、尊重人才、尊重创造，充分发挥人的聪明才智，创造有利于人们平等竞争、全面发展的环境和条件，营造鼓励人们干事业、支持人们干成事业的社会氛围；就要加强社会主义思想道德建

- 地震中的舆论圈
- 公信力：地市党报生命线
- 解读媒介公信力
- 中美传媒公信力比较
- 媒体生命力有赖公信力
- 传媒生命力解析
- 试论媒体公信力

设，发展教育和文化事业，建设学习型社会，不断提高人们的思想道德素质、科学文化素质和健康素质。

全面、协调、可持续发展是科学发展观的基本内容。全面，就是要以经济建设为中心，全面推进经济、政治、文化建设，实现经济发展和社会全面进步。协调，就是要坚持“五个统筹”，推进生产力和生产关系、经济基础和上层建筑相协调，推进经济、政治、文化建设的各个环节、各个方面相协调。可持续，就是要促进人与自然的和谐，实现经济发展和人口、资源、环境相协调，坚持走生产发展、生活富裕、生态良好的文明发展道路，保证一代接一代地永续发展。全面、协调、可持续发展，是经济政治文化社会等各方面的发展与人的全面发展的统一，是经济、社会与人口、资源、环境的统一，是物质文明、政治文明和精神文明建设的统一。③

二、公信力是媒介寻求发展的必要前提

科学发展观的首要目的就是发展，讲求科学的最终目标还是要发展。公信力是媒体生存、发展的前提，没有信用，媒体就不可能得到受众的支持，就不可能生存下去，更谈不上发展。反过来说，注重媒体公信力的建设也就是运用了科学发展的观念。

媒介在社会中的双重角色，决定了媒介公信力的重要性。媒介是社会舆论的领导者，在我国更是党和政府的喉舌，具有政府性与权威性，有良好的信誉就不能起到宣传监督、引导舆论的作用；另一方面，媒介也是独立的企业，需要通过盈利来维持生存与发展。没有可信度的媒体是不具备竞争力的，得不到受众的支持，失去市场，就无利可赚，便没有了生存与发展的空间。有的媒体为了一时的经济效益，搞有偿新闻、炒作、虚假报道、失实广告，可能一时得逞，但从长远看是背离民意，得不偿失。媒介讲求经济效益，不能以牺牲媒介信用为手段，而要以树立媒介信用为前提，分清长远利益与眼前利益。因此，无论是从新闻媒介具有的政治性，还是新闻媒介自身经营的规律性看，媒介公信力就像其他企业生产产品的质量一样，是媒介生存发展的必要前提。

三、用科学发展观指导媒介公信力的建设

以人为本，是建设媒介公信力的核心思想。树立以人为本的思想，要求媒体首先认清两个问题，第一以人为本的“人”指什么人，也就是媒体公信力的诉求对象；第二何为人之本，即从什么角度出发实现媒介公信力。如上文所述，以人为本就是要以实现人的全面发展为根本目标，从人民群众的根本利益出发。媒介所服务的对象仍然是以人民群众为基础的受众，媒介不是政治的工具，不是为少数领导服务的工具。在新闻报道的过程中，不能不顾新闻发生和存在的事实，以应时政之景来选择新闻，从政治需要的主题出发寻找新闻、甚至制造新闻，更不能以领导的行踪为报道的中心。只有真实反映受众生活、需要的媒介，才能得到受众的关注与支持，提高媒体公信力。

媒介所代表的人之本，就是受众的需求，对媒体的期待，可以分为几个层面。

首先，新闻的真实性是受众的第一需要。受众接触媒介，除了娱乐、受教育等目的外，最主要的就是获得信息，而信息的真实性是受众对媒体最基本也是最重要的要求。如果受众从媒体上得不到真实可靠的信息，媒体对于受众而言就毫无意义。也许对于处于话语强势的媒体，受众毫无能力，但不看、不听、不信的沉默反抗，最终造成受众远离媒体。如果赖以生存的受众的基础都不复存在，媒体也就变成了无本之木。

第二，全面客观及时的报道是受众培养自己认识能力的需要。媒介应从受众需要了解、有权了解新闻事件的角度出发，为受众提供客观全面及时的报道，培养并相信受众具有独立分析、辨别是非的能力。如果不及时为受众提供全面客观的视角，仅从媒介自身的好恶来筛选信息，故意掩盖某些消息，其结果就会造成对媒介的失信。有关“非典”报道的例子就是最好的注脚。

第三，健康向上的信息是受众真正的需求。当下，部分媒体利用凶杀、暴力、色情、明星丑闻

等消息来招揽受众，以为这就是满足了受众的需求。实则不然，广大受众对媒介信息的需求是健康向上的信息，即使是娱乐、体育消息也希望其具有积极向上的意义。对低俗消息的兴趣，是存在于少数受众之中的，是社会主义精神文明建设尚不完善的表现，随着人民文化素质的提高，这些不健康的信息必定没有出路。信息的健康程度是受众对媒介信用度评价的一个重要标准。刊播大量媚俗消息的媒介，往往都没有很高的信誉，即使短时间内有较高的发行量、收视率，这些媒介在受众心目中的定位也摆脱不了仅供消遣的垃圾媒体的位置。比如父母控制青少年上网，就是因为网络上存在大量这样不健康的信息，才导致父母谈网色变，不信任网络媒体。

全面、协调发展是建设媒介公信力的基本原则。媒介是社会公器，在社会生活中起着舆论监督、表达民意、衡量社会道德规范的作用，有着法律所没有的软性调节作用。媒介应该大胆地站出来，承担起社会赋予它的这些功能，在自身全面、协调发展的基础上缓和社会矛盾，构建社会道德秩序。媒介在发展过程中要兼顾各方利益，不仅要为精英、强势群体提供话语空间，也要保证大众、弱势群体的话语权利。缺失部分受众的媒介是不能够得到这些被遗忘者的支持与认同的。中国是有13亿人口的大国，精英只占了很少的部分，普通民众、弱势人群占了绝大多数，如果弃这些人的利益而不顾，仅有少数精英信任的媒介，其公信力仍然是不完整的，甚者仍然不具备公信力。

可持续发展是建设媒介公信力的基本目标。媒体公信力的形成需要相当长的时间，媒体在新闻报道的过程中，都应从长期的、可持续发展的眼光看问题，不贪图眼前利益，采取“不以善小而不为，不以恶小而为之”的态度，处理每一篇报道。任何一次失实的报道，甚至是夸大、误导的广告，都可能造成媒介的信誉危机。这样的印象一旦形成，就很难挽回。张国荣自杀的事件在网络上公布，起初很少有人相信，就是因为网络媒介一直以来在公众心目中不甚良好的形象，信誉缺失，造成真实消息也不能被信任。相反，媒介公信力一旦形成也可以为媒体带来长期的效益。从社会效益角度看，媒介新闻报道一贯的真实性、时效性和导向正确性，为其在社会中赢得了影响力和权威地位。这种地位的形成，使其舆论引导能力大大提高，舆论导向作用将得到充分发挥。从经济效益角度看，有了信用，就有了广大受众的支持。发行量、收视率的提高可以吸引更多的广告商、合作伙伴，为媒体的进一步发展创造良性运行的环境。

媒介公信力是媒介生存和发展的基础，更是媒介在经营过程中应始终持有的观念，运用科学发展的思维方法看待媒介公信力，可以从较为广阔的范围内理解媒介公信力的含义，使增强媒介公信力的观念更加深入每个媒介工作者的心中。

注释：

1. 《马克思恩格斯选集》第1卷[M]，第30、43、42、18页，北京：人民出版社1972年版。转引自石蓉、赵磊《关于科学发展观的四个问题》，《学术研究》，2004年8月
2. 喻国明：《大众媒介公信力理论初探（上）——兼论我国大众媒介公信力的现状与问题》，《新闻与写作》，2005年第1期，第11-13页
3. 李忠杰：《科学发展观》，《当代贵阳》，2004年7月，第18-19页

参考文献：

- 喻国明：《大众媒介公信力理论初探（上）（下）——兼论我国大众媒介公信力的现状与问题》，《新闻与写作》，2005年第1、2期
- 郑保卫：《当代新闻理论》，新华出版社，2003年11月
- 郑保卫、唐远清：《试论新闻传媒的公信力》，《新闻爱好者》，2004年3月
- 彭伟步：《中美传媒公信力比较》，《新闻记者》，2002年第7期
- 石蓉、赵磊：《关于科学发展观的四个问题》，《学术研究》，2004年8月
- 李忠杰：《科学发展观》，《当代贵阳》，2004年7月
- 王晓东、郝斌生：《试论传媒公信力的建构与培养》，《采写编》，2003年第6期
- 李忠昌：《试论大众传媒的公信力》，《西安建筑科技大学学报（社会科学版）》，

说明：本文在2005年《新闻与写作》杂志组织的“新闻媒体公信力与党的执政能力建设”征文活动中获奖，尚未发表。

文章管理: [mycddc](#) (共计 5126 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：公信力

- 论对外媒体公信力缺失的原因 (2009-1-5)
- 对外媒体公信力缺失原因及对策 (2008-10-8)
- 公信力：地市党报生命线 (2008-5-17)
- 解读媒介公信力 (2007-4-16)
- 受众视域中媒介公信力下降原因 (2007-3-28)

[>>更多](#)

[以科学发展观解读媒介公信](#) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名: 密 码:

[关于CDDC](#)◆[联系CDDC](#)◆[投稿信箱](#)◆[会员注册](#)◆[版权声明](#)◆[隐私条款](#)◆[网站律师](#)◆[CDDC服务](#)◆[技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉，请点[这里](#)在线提交！

◆MSC Status Organization◆中国新闻研究中心◆版权所有◆不得转载◆Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像.如有违反，追究法律责任.