

论当下传媒业中把关人的缺失

■ 文/兰州理工大学设计艺术学院 贡欣

绪论

改革开放已经走过了三十多个年头，而中国经济也伴随着改革开放的步伐不断地成长着，正当一切都在如火如荼的进行时传媒业也紧随其后。传媒业一天一天壮大的同时，大众传媒产业的格局也在发生着翻天覆地的变化，而新媒体（以网络、手机为代表）所占传媒市场的份额已经远远超过了四大传统媒体市场份数的总数之和。中国进入“新媒体时代”成为普遍的受众感受与学界共识。

而就在一切正如同雨后春笋般如火如荼进行着的同时，当下传媒业也产生了许多大大小小的问题，如垃圾信息的泛滥、不雅视频的出现以及借助网络平台进行信息敲诈与勒索的一系列违法乱纪行为，都严重地损害了当下的传媒市场和社会环境。

此类现象的屡屡出现，在很大程度上是由于把关人的缺失所致，信息在它传播的整个过程中，时时刻刻都有着决定中转或中止信息的把关人；而把关人的行为包含了两个方面（信息的抑制和疏导）；着眼于整个社会系统的大局，传播媒介一直都起着把关的核心作用，传播媒介是在信息疏通渠道中的第一把关人。因

此将把关人的概念提到本次文章的核心论点很具有现实意义。

一、“把关人”的定义

把关人的概念由社会心理学家库尔特·温勒（Kurt Lewin）在关于家庭食物购买决策的研究中最先提出。把关人是指向受传者传递信息的流程中，有控制信息流量和流向的权利，影响着大众对信息本身的理解，并决定让什么信息通过以及怎样通过的人或机构。把关人在整个传播的过程当中起着筛选与过滤的作用，它有权决定报道什么或不报道什么、把要报道的重点放到什么地方和如何去解释信息。

在两级流动中（人际传播、群体传播），把关人是筛选与审查媒介信息、传递信息去帮助其他人共享其观点的人。在大众传播中，把关人是有权决定怎样性质的信息能被传播或该传播多少以及如何传播的人或机构。

二、大众传播中把关人的特征

把关人在大众传播过程中具有隐形性、依附性、追加性、完善性的特点。

（1）隐形性：大部分把关人置身于幕后，很难为公众所知晓。

（2）依附性：把关人的劳动成果依附在其

他传播者的劳动成果上。

(3) 追加性：把关人在依附性打的基础上进行一系列选择、舍弃、修改、润色、排版、转换、发挥等追加劳动。

(4) 完善性：通过把关人的追加劳动使信息传播更加成熟。

三、把关人缺失对传媒业所带来的影响

(一) 媒体公信力下降

部分媒体由于其生存的需要常常会弱化它自身本应担负的社会政治责任，而在议程设置方面这些媒体往往会表现出暴力、功利、过度娱乐和三俗化的倾向；其中虚假报道、失真新闻、不良广告和商业欺骗等不时地会充斥在其栏目版面中，新闻敲诈和寻租等事件时常发生。而把关人的缺失，监督力度的不足，都会使这些负面影响大大地削弱媒体的信用度，致使其公信力大幅下降。

(二) 低价垃圾信息泛滥

把关人的缺失导致部分媒体因“三斗米”而“折腰”，甘愿成为一些个别利益集团“发言人”，新闻敲诈、虚假广告、有偿新闻等案件时有发生。而部分主流的传统媒体在维权报道和舆论监督中，一步一步地脱离了促进社会和谐、替公民维护合法权益的轨道，从而渐渐地陷入了以吸睛来“暴得大名”的私利追逐与卖点炒作的“黑洞”之中，频繁地出现“过娱乐化”、“三俗化”和“八卦化”等现象。进而使得许多似是而非、人云亦云和首尾不搭的“独家秘闻”充斥在媒体栏目的版面之中，这让低价垃圾信息肆无忌惮地泛滥成灾。

(三) 扰乱损害传媒业公共秩序

把关人的缺失使得传媒业中出现个别同质化、八股模式化等问题，使得很多节目形式死板说教、编排模式呆板缺乏视觉冲击力，内容

脱离基层生产生活实际，虚假不实情况频发，社会效益与经营效益持续下滑，直接造成了传媒业在人们心中不良的影响，严重地扰乱和损害了传媒业的公共秩序。

四、大众传播媒介（把关人）的责任

(一) 推进社会整合，强化监督职能

由于社会控制机制、社会整合的相应弱化，大众传播媒介已经对私人空间的作用开始日益增强。不仅要成为我党与我国的喉舌，还要成为社会成员的密切伙伴，这对于大众传播媒介来说是义不容辞的，因此大众传播媒介更应担负起联系政府和个人的纽带作用。然而恰到好处的大众传播行为是能够规范社会成员的行为与感情的，并且起到增加信息的透明度、鼓励社会大众参政议政的激情、打通国家与私人领域之间症结的作用，进而使部分烫手的社会问题能够在各种舆论渠道中得以解决，提高全体社会的凝聚力，有效地促进社会整合。不仅如此，社会现实还要求把关人增加舆论督查的广度与深度，从而进一步填补部分政府机关和其它监督机制的空白，最终实现揭露官僚主义、腐败贪污、违法乱纪等现象的效果。政府在整个社会系统中起到了调节的作用，在整个系统中如果某些环节出现了问题，那么便需要及时地发现并纠正。解决系统中的这些问题不能单靠政府自身的机制，还要靠把关人的积极参与。

(二) 促进社会道德建设

把关人不仅在营造、宣传社会道德体系方面具备无可比拟的优势，也具备了其不容推辞的职责。由于我国市场经济条件下严明的社会分工使人们间的互动大大的减少，除单家庭与工作地之外，社会大众每天接触量最大就是大众传播媒介。由于大众传媒通过传播渠道向公

众每天灌输各种新的知识、观念、思想，于是大众传媒便成了社会价值体系中不可或缺的载体。如此一来，大众传媒所倡导的价值观念随着时间的推移便会在大众的思想中生根和发芽，并逐步变成大众的行动方式。因此大众传媒所传播的内容和它传播所产生的效果都一定会对整个社会的道德与价值体系产生深远的影响。大众传媒在整个转型期中不仅要弘扬现代的理性精神，还要发扬过去的民族优秀传统文化，所以说它肩负着贯穿前后的重要职责。中国目前的当务之急是要通过整个传媒产业塑造出一个和社会主义市场经济相适应的社会道德与价值体系，从而进一步促进精神文明的建设，以减少整个社会在转型过程中有可能带来的一切动荡。

（三）激发社会正能量，推动社会整体发展

国家机器在出于转型时期中时会一肩两职：一要加快社会、经济发展；二要维持社会的平稳。要实现这两个任务，就必须提倡一种积极向上的社会文化，要去抑制与社会发展轨迹相反的负面影响，因此大众媒介有其不可推脱的责任。除此之外大众传媒还对人们价值观、民族自豪感、爱国思想的形成有着不可磨灭的直接性影响。人类社会中一直存在着负面能量，具象化后，就是一种“反社会”心理。而这一“反社会”心理若不能及时加以消除的

话，便会对整个社会的结构稳定形成一种现实性威胁。在过去的例子中足以说明把关人通过适当有效的传播是能够消除大众的“反社会”心理。若将有“亚健康”人们投置于大众传媒的环境之中，并接受一定传媒熏陶的话，可以使人们缓解紧张的压力与情绪，从而达到平衡心理的作用。大众传媒通过对一些犯罪行为的揭露，会对很多怀有犯罪动机的人产生一定的威慑力，从而将犯罪的种子扼杀在摇篮之中，纵观全局是有益于社会稳定的。除此之外，通过改良传播的技巧，从而增加正面与反面信息的传播来提升大众对信息的免疫功能，不至于为所谓的“独家秘闻”迷失方向。也正因如此，整个大众传媒行业须树立起优质的公共形象，并加强传播的科学性与真实性，进而取得全社会成员的广泛信任。

结论

把关人是媒介内部（大众传播）的核心成员。由于大众传播中的所有信息都要通过这些媒介内部核心成员们的筛选、过滤才能和社会大众见面，因此称这些人们为“把关人”。把关人形形色色，他们都在各自的岗位上坚守着，因为这个时代需要他们，没有他们就没有当下传媒业的安全环境，没有他们也就不会有传媒业的正常运转，这便是把关人（Gatekeeper）。

参考文献

- [1]文春英.当代中国大众传媒格局的演变—上篇.理论探索.2012年,第9期:75-77页
- [2]文春英.当代中国大众传媒格局的演变—下篇.理论探索.2012年,第10期:73-74页
- [3]武中哲.论转型时期大众传播媒介的社会责任.山东省青年管理干部学院学报.2006年3月,第2期:141-142页
- [4]董璐.传播学核心理论与概念.2016年4月第1版.北京大学出版社,2016年4月出版:54-56页