

博弈下的身份认同危机： 公共频道发展困境及破解路径研究

于红,王昕

(河海大学公共管理学院,江苏南京 210098)

摘要:在社会转型日益加速、市场化浪潮不断翻涌的今天,我国公共频道发展受到越来越多学者的质疑,究其根本是对公共频道身份认同存在分歧。公共频道在与国家政策、市场规则和传播技术三方的博弈中在身份认同上不断游移,既无法适应环境的变化,又难以坚守公共性品质。为求冲出身份认同的困局,公共频道必须在本土化理论建构、国家政策推进、新技术融合等方面寻求破解之策。

关键词:公共频道;身份认同危机;博弈;发展策略

中图分类号:G229.29

文献标志码:A

文章编号:1671-4970(2015)05-0046-05

公共电视传播体制作作为当今社会发展中不可或缺的一种媒介形态,不以营利为目的,以维护公共利益为服务宗旨,在全球范围内得到了广泛的认可。世界上的公共电视大致可以分为欧洲体系和美国体系两大源流。其中,英国广播公司(BBC)被奉为世界公共广播体制的典范。中国的公共电视频道实践起步于20世纪90年代,是根据广播电视改革的需要而产生的。随着数十年的实践探索,中国公共电视频道虽然在数量上初具规模,但自诞生以来,就因不同向度力量的共同作用在身份认同上困惑游移,在具体运用模式上与国外所实践的公共传播体制存在较大差异。面对学界对其身份角色不断质疑与社会转型日益加速的情境,公共频道该如何应对?在市场化大潮中公共频道怎样才能保有一席之地?同时,面对数字化传播速度加快、互联网技术加速革新,公共频道又该何去何从?本文试图从国家—技术—市场三者的博弈冲突中寻找上述问题的答案,希冀对我国的公共频道在当下实现身份转型提供一般性解决方案。

一、公共频道发展缘起与现状

根据现有的文献来看,公共频道的发展缘起可追溯到我国1983年的“四级办电视”政策,即“四级

办广播,四级办电视,四级混合覆盖”^[1]。“四级办”政策的初衷是为了促进国内广电事业的繁荣发展,但是受制于中国当时物质经济的发展状况与管理体制健全性等诸多问题,“四级办”的发展反而引起了信息资源传播过程中“散、滥、弱、小”等现象。随后,国家于1996年12月采取一系列措施,本着“控制总量、调整机构”的原则,对电视播出机构发展规模和职能方面进行了调整。福建省广电厅根据“电视节目文流中心”运行的经验,适时提出了办“公共频道”的构想。所谓公共频道,即在县级广播电视实行三台合一的基础上,由省级电视台制作一套公共节目供所辖各县电视台播出,从中空出一定时段供县级电视台播放自己制作的新闻和专题节目。经国家广电部批准,福建电视公共频道(独立于省级台)于1998年元旦开播,我国的公共频道也就此正式诞生。于是,福建省广电厅成为“第一个敢于吃螃蟹的人”。在公共频道实践方案取得一定成功之后,全国的很多省、区也陆续开办了公共频道。

公共频道的成立,是我国电视体制改革的重要举措,对我国电视产业的发展具有深远意义。但在数十年的不断深入实践中,公共频道传播体制的矛盾也日益暴露出来,其发展模式广为国内学者所诟病。“我国的公共电视名不副实,公共频道开播至

收稿日期:2015-08-25

作者简介:于红(1973—),女,江苏连云港人,副教授,博士,从事媒介传播与实务研究。

今并没有真正把‘公共利益’作为追求目标,在公众心目中,公共电视频道与普通的综合、专业频道一样,其定位与国外的‘公共服务电视’相比,相去甚远。”^[2]具体表现为:节目定位模糊、传播内容泛娱乐化、公共服务性不强、经营模式日趋商业化。也就是说,公共频道发展至今单从其实践方式来看,已经陷入了一个不伦不类的困境中——既无法适应市场的竞争,实现自我盈利,也难以从事真正的公共利益传播事业。

二、公共频道的本土化误读及矫正

我国公共频道自诞生以来,学界对于公共频道的角色定位与身份认同并没有达成权威、统一的共识,换言之,公共频道最初发展理念的模糊性造成了学界对于其现状解读的困境。正是由于发展之初缺乏一个相当专业的理念作为实践基础,因而在具体的实践操作中难免问题不断,但这种身份认同理念上的分歧究其根本是由中国实际情况的特殊性所决定的。西方公共广电体制在中国本土化建构中与中国实际情况存在着较大的不适应性。

1. 西方公共领域理论在中国的不适用性

与西方公共广电体制相比,我国的公共频道并没有一个先天存在的理论土壤。当下普遍认为西方的公共服务电视理论源起于哈贝马斯的“公共领域”理论,该理论认为:公共领域介乎国家和社会之间,是公民参与公共事务的地方。它凸显了公民在政治过程中的互动,是指“政治权力之外,作为民主政治基本条件的公民自由讨论公共事务、参与政治的活动空间”^[3]。相比较我国的公共频道,自其诞生以来就是为解决现存的问题,其着眼点也并非长久的公众福祉,换言之,这种电视频道创制在一开始就带有一定的功利性。中西方所倡导的“公共”是“同字异质”,“公共”创制的目的大相径庭。这也为后来学者们诟病公共频道所存有的身份合法性提供了依据。

2. 公共频道管理体制和发展模式上的特殊性

我国的公共频道既非美国的完全商业电视盈利模式,也非欧洲普遍施行的公共财政供给制度,从经济来源上看,其资金主要来源于广告,具有明显的商业化性质,但人事任免和内容管理上,则听任政府行政安排,具有国有企业的性质。商业化的运营使得公共频道更多地为广告商服务,“公共利益”难以实现,而内容和人事的集中管理,又使得公共频道的改革裹足不前。因此,国内的公共频道与国外的公共广播体制存在实质上的差异,运用西方理论资源来解读中国的传播现象是不准确的。

3. 公共频道制度规划上的非统一性

我国的公共频道并非源自统一的制度设计与制度规划,某种程度上地方电视台对于公共频道的发展拥有很大的自主权,尤其是在风格定位和节目安排上,各个省份的公共频道之间存在很大的差异,如北京电视台公共频道把旅游交通作为特色,广东公共频道定位于生活服务,湖南公共频道定位为电视精品杂志型频道,安徽公共频道大量推出戏曲节目,江苏公共频道则是不折不扣的综合频道。因此难免不少学者会使用“五花八门”、“形形色色”来形容我国当下公共频道的开办情况^[4]。同时,这也为质疑“公共频道到底是用作什么的”提供了口实。

鉴于中西方在具体国情体制上的差异,在使用西方理论解读中国“公共频道”发展现状时,应当留心以下几点:

首先,任何理论或原理都应当努力做到精确化、理论化、本土化^[5]。在运用西方理论解读中国具体传播现状时,大多数学者欠缺自觉本土化意识,这也导致了国内学者在解读公共频道的过程中过多地着眼于强调“公共”与“公益”,却忽视了“我国公共频道在成立之初就是一个政策性的结果,而不是出于关注社会公益事业、提供公共话语空间的目的”这一事实^[2]。正是执着于西方理论的纯粹性,导致我国传播现象得不到合理性解释,缺乏理论根基。

其次,有关公共频道的理解应着眼于与之相关的环境因素,诸如相关的政策、市场与传播技术等因素。只有将“公共频道”体制置于整体架构之下,有关公共频道的身份认知才有可能显现得更为清晰。

最后,对于公共频道“公共”性质的理解主要应放在“省市县三级播出机构共同拥有、协作经营,是一个省市县三级共享的频道”这个层面上^[6],它的作用是在资源共享、共用方面上,在省、市、县三级电视播出机构中起着桥梁和纽带的作用。

三、公共频道与多方博弈后的身份困局

博弈论,亦名“对策论”、“赛局理论”,属应用数学的一个分支,表示在当多方决策主体之间行为具有相互作用时,各主体根据所掌握信息及对自身能力的认知,做出有利于自己的决策的一种行为理论^[7]。纵观中国公共频道的发展历程,主要生存在国家—技术—市场3个维度的力量博弈和论证过程中。为了避免研究对象的无限扩大化,笔者将国家体制的研究限定为国家对公共频道的政策;关于技术层面的分析主要聚集于数字传播技术发展对公共频道转型影响的分析;有关市场内容分析主要放置于公共频道面对日益复杂的市场环境显现出哪些问

题以及其自身又是如何应对的。可以说,公共频道之所以走到今天这样尴尬的境地与其在各方决策主体之间的博弈失利是密不可分的。可是,反观公共频道在各方压力之下又并不是完全被动,相反,公共频道试图打破诸如市场、政策与技术的禁锢,但受限于我国特殊国情,公共频道在“强国家,弱社会”的结构环境中并没有实现三方博弈结果最优化,甚至可以说连三方次优的目标也未能实现^[8]。公共频道在发展过程中所呈现出来的问题则是博弈失利的具体表现,也正因为此,公共频道不断受到人们的质疑。

1. 公共频道与广电管理政策之间的博弈

公共频道源起于国家对我国广播电视事业的体制调整,在发展初期,公共频道作为获得国家批准并广泛推广的电视类型来说,某种程度上被视为电视改革试点的“特区”。然而,即便是“特区”也很难脱离宣传本位思想的掣肘。公共频道设立的初衷具有一定的积极意义,但随着社会转型加剧,有关公共频道的实践却似乎被束缚的越来越紧,这种束缚表现为财政控制、节目设置安排、风格导向设置等都涉及政策管控。“公共频道既是市县电视播出机构为当地党委和政府宣传的服务阵地,也是市县电视台生存发展的主要载体。”^[9]这种政策的限制性在公共频道的发展过程中冲突不断。以电视播出的黄金时段为例,地方以行政指定的方式来重播央视《新闻联播》,这样做不仅浪费了电视播放资源,同样也存在重复建设资源利用率低的问题,在讲求效益的当下,这无疑是公共频道的一大败笔。公共频道作为政策发展的产物,实力上的巨大悬殊,使得公共频道在博弈过程中根本没有对抗的资本。

这种情况体现了我国传媒业与国家政策间的典型冲突——“一管就死,一放就乱”。“管”与“放”在博弈中度量的难以把握造成了公共频道如今“难突破”的发展现状。虽然公共频道难以直接对抗现有管理体制,但是各种“擦边球”式的间接对抗并不少,如2010年1月1日正式生效的《广播电视广告播出管理办法》,以及2012年1月1日起实行的“限广令”,在一定程度上限制了商业广告的数量规模,但各电视台公共频道“推陈出新”,在电视节目中安放各种植入式广告。这种打“擦边球”的做法便是公共频道为求更好地生存与广电管理政策之间的博弈。但“擦边球”一旦超越底线,则转变为地方电台为求电视播放利益最大化,争取广告赞助,公共频道的品格荡然全无,更不要奢谈把公共利益放在首位。

2. 公共频道与市场之间的博弈

自改革开放以来,随着国家重心转移至绩效合

法性建设,一切有利于市场运作的与社会经济发展的传播活动也随之提上议事日程上来。公共频道诞生于改革开放商业化大潮之中,为了继续生存下去,公共频道也投身到了市场的怀抱中,但在获得一定经济收益的同时却离公众的期望越来越远。市场化运作、商业化运行,对于西方的公共广播电视体制来说很难想象,但是,对于国内的公共频道而言却是其谋生立命的根本。这里有必要说明公共频道的财政来源,就我国目前已经开通的省级电视台公共频道来看,其经费来源主要有两个:“一是由省级电视台直接运作经营,经费一部分由台里拨给,一部分靠广告;二是由省级广电管理机构代为运作经营,经费完全靠广告收入”^[2]。可以说,我国的公共频道从本质上是缺乏财源保障的,即所谓在经济上没有自己的独立性,这对于无论是公共频道还是一般卫视频道而言都是致命的。

为求生存,公共频道与其他卫视频道一样都不得不走向市场的怀抱。由于传统的路径依赖,公共频道初入市场对于市场规则多有抵触,但又不得不按照市场的法则来运行。在与市场这只“无形之手”进行博弈时,公共频道抗争得以获胜的机会比与行业政策博弈获胜的机会显得更加渺小。为了迎合市场,提高自己的收视率,公共频道能够采用的技巧性策略并不多。大致可分为:其一,降低行业标准,一味地迎合公众口味,以提高收视率,如公共频道传播过程中出现的“三Xing(性、星、腥)”现象;其二,在公众利益与商业要求间寻找切合点,如主打民生牌。这些策略之间并没有什么本质性的区别,根本上都是为了提高生存的可能性。因此,不恰当的或不合时宜的传播策略实践最后产生了一种畸形的公共频道——一种没有核心宗旨与内在灵魂的公共频道。最为可怕的是电视制作并不认为公共频道的发展存在问题,他们对公共频道持有一种乐观的态度,认为能够产生有效的经济效益的公共频道本身就是一种成功。然而,在市场裹挟下的公共频道想要寻求独立的机会并不是只有经济效益就能解决的。

3. 公共频道与传播技术之间的博弈

从《理解媒介》到《数字化生存》,传播技术在当下已不是什么新鲜的话题,但新媒体以其独特的传播方式对传统广播电视行业产生的冲击是难以忽视的。由传统媒体胚胎发展而来的公共频道与数字媒介技术进行互动的过程中,也存在着力量的博弈。通常而言,我们在对传播技术进行概念化时主要都将重点放在传播过程中使用的方法、技巧与传播技术可能带来的效果。因此在分析公共频道与传播技

术之间的博弈时,特别是与数字传播技术间的博弈,分析重点是数字媒介技术对公共频道所产生的影响。如同市场对公共频道产生的压力一样,数字技术对公共频道的生存也产生了深远的影响。不同的是这种生存压力的作用是间接的,是通过市场结果来佐证其成败与否的。一些能够及时更新传播硬件与软件、变革传播理念的公共频道,获得生存的几率相应地就大一些。反之,在传播技术与理念变革上迟缓不前的公共频道,被淘汰的概率相应地就高一些^[10]。这种一方提出要求另一方满足需求的互动方式在二者之间开展起来,通常不守游戏规则的一方就会被市场“清除”,替换以守则的一方。可以说在与传播技术博弈的过程中,虽然技术的发展不能由公共频道决定,但对于是否自动更新技术,公共频道享有很大的自主权。公共频道通常是被动地采取相应的举措去适应传播技术的发展要求,这种被动体现为技术投入的不情愿。因为大量的资源投入在短时间内并不能显现出明显的投入回报,加之资源分配对于各个省份的公共频道都是均等的,因此,在这场同样是不均衡的博弈中公共频道又落了下风。

4. 公共频道与三方博弈的“同一与差异”

公共频道与三方的博弈并不是割裂的,而是共同、同时发生作用。政策、市场与技术三者对公共频道的身份形成作用是无法分开的,正如前文分析的一样,三者中一方的作用发生机制通常是通过另一方来实现的,例如技术因素对公共频道的影响可以通过市场表现出来、市场对公共频道的制约可以通过技术来缓和、政策对公共频道的规范可以体现为商业化程度的减弱等等。在这些因素共同作用之下公共频道现有身份认同才得以形成。

尽管三方对公共频道的作用机制具有某些同一,但是又不要把三方完全视为等同。三者间的作用机制差异太大,并都拥有自己对公共频道规制的特定目标。政策规范的目的是为了达到符合现行体制的要求,市场则从经济的角度对公共频道的发展做出自己的要求,而技术要求则体现为技术层面免于与时代脱节。这些方面都存有三方各自的目的与要求。

在与各方博弈的过程中,公共频道的身份角色不断被人们解读,其解读的路径通常依据公共频道在三方博弈中采取的某种或多种举措,如过渡的商业化表现可能被视为忽视公益、缺乏公众责任;宣传意味过于浓厚则被视为宣传工具;技术投入太多可能被视为浪费资源、不务正业等等。就其根本而言,笔者认为公共频道的身份认同危机是其在与三方博弈中所处的失利地位造成的,使之既无法良好的适

应于环境的变化,又难以坚守公共性品质。

四、公共频道身份困局的破解路径

解决公共频道所面临的身份解读危机不仅仅是业界的事情,同样学界乃至整个社会也存在义务。公共频道如今面临的尴尬与困境不单是其实践模式问题,在理论培养与建构上同样存在严重的不足。为了建立一个真正的公共电视系统,为使公共频道的身份实现成功转型,探索一条适合我国的公共电视发展之路,笔者认为可从以下几点出发:

其一,努力培养适合本土公共频道发展的专业理论,无论这种理论是现存的还是移植的,力求做到本土化。本土化理论指导可以使公共频道的发展更加体系化与理论化,以减少在解读本土传播现状时张冠李戴、“五花八门”、“形形色色”的现象。

其二,政策上实现适度的放权,进行合理的授权、分权,适度减少行政干预。保证公共频道的决策权、指挥权、审查权对于缓解行政监管体系过于呆板的束缚能够起到一定的作用。电视业虽是具有意识形态特殊属性的信息产业,但在不触碰底线的情况下,可以大胆实施各种企业化的经营管理模式,以获得足够的经济效益,维持其发展。

其三,给予公共频道以独立的财政保障,这项举措可以由中央政府统一进行财政预算,也可由各省市自主决定。独立的财政是公共频道在业务实践中保证其专业性的源泉。让公共频道不依靠广告的费用,避免商业化的侵扰是不现实的。与其进行革命式地切断与市场的联系,不如施行渐进的、温和的政府财政支持与广告费并行的财政模式,同时对所刊登的广告种类进行限定,以公益广告、公益赞助等形式为主。

其四,大力推进公共频道的数字化进程。新媒体的迅速崛起改变了电视新闻的内容和形态,并逐步改变着传统媒体的格局。新媒体的发展使传统电视面临巨大挑战的同时,也面临着前所未有的机遇。公共频道要以新技术的发展为契机,通过与新媒体的有机融合,形成优势互补,提升频道竞争力和品牌形象。例如数字电视的运营模式对于公共频道来说是实现转型的一大机遇,公共频道可以采取引进视听费等举措,逐步引进新媒体发展模式。

最后,要着力提升电视内容的公共性元素。伴随着我国改革的不断深入,价值取向和利益主体均呈现多样化的发展趋势,不同利益群体之间的冲突使得社会矛盾不断激化,社会事件频发。公共频道应注意体现和反映中国民众对“民生”的利益诉求,努力做到为公共利益服务,在准确传达中央精神的

同时,更应将内容落实到民生关注点,报道社会焦点问题,努力切实帮助群众解决实际困难,传播社会正能量。

公共频道发展至今已走过数十个年头,虽然其发展面临着众多问题,但我们亟须理解的是,对于中国现有的公共频道而言,我们不能以西方体制下的“公共”内涵来要求它,而是应以西方“公共”内涵为目标来不断建设与完善它,把它打造成符合本土化社会环境要求的公共频道体系范本。作为政策性的产物,要想把我国的公共频道锻造成符合社会公共利益要求的公共电视体系,期间所需努力不是一己之力就能完成的,需政府、社会的共同努力,更需每个社会公民的主动参与。现如今,我们只能期望在不久的将来能够出现一个真正的充当公众喉舌耳目的公共频道。

参考文献:

[1] 刘凌汉. 从福建看中国电视公共频道发展的现状与对

策[J]. 东南传播,2008(2):17-18.

[2] 杨金鹏,许鑫. 我国公共频道的现状及转型之路[J]. 新闻知识,2010(9):6-8.

[3] MCCULLAGH C. Media power: A sociological introduction [M]. 曾静平,译. 北京:中国传媒大学出版社,2005: 25-26.

[4] 宋丽安. 尴尬与希望:关于当下公共频道的剖析[J]. 当代电视,2006(1):75.

[5] 祝建华. 精确化、理论化、本土化:20年受众研究心得谈 [J]. 新闻与传播研究,2001(4):68-73.

[6] 李良荣,张健. 公共频道呼唤电视媒介管理创新[J]. 电视研究,2003(4):24-26.

[7] 施锡铨. 博弈论[M]. 上海:上海财经大学出版社,2000.

[8] 周翼虎. 中国超级传媒工厂的形成:中国新闻传媒业 30 年[M]. 台北:秀威资讯科技股份有限公司,2011: 188-198.

[9] 黄新庭. 公共频道怎样“公共”[J]. 中国广播电视学刊, 2003(1):59-60.

[10] 张洁昕. 安徽公共频道的全媒体发展现状及创新路径 研究[D]. 合肥:安徽大学,2013.



· 简 讯 ·

河海大学隆重举行中国水利高等教育 100 年论坛

2015 年 10 月 25 日,中国水利高等教育 100 年论坛在河海大学隆重举行。来自全国 80 家水利行业单位、高等院校的 120 多位专家学者及河海大学师生代表参加了本次论坛。

中国水利教育协会原会长周保志在回顾水利高等教育百年历程的基础上,强调我国水利事业正处于跨越发展的重要时期,他希望各涉水高校更新教育教学理念、创新人才培养模式,加强水利学科专业建设、优化学科设置,着力建设科技创新平台,促进人才培养和高新技术的开发应用,加强水利重点、难点问题研究,为水利事业发展提供科技咨询建议。

教育部高等教育司司长张大良强调,水利高等学校必须紧紧扣住国家战略和水利事业的发展需求,要注重培养拔尖创新型人才和复合应用型人才,努力提升水利行业队伍的整体水平;注重发展一流学科和新兴交叉学科,不断增强水利高等教育发展的核心竞争力;注重聚焦国家战略、行业需求,为构建我国水安全保障体系,发展水科学提供强有力的学科、人才和科技支撑。

河海大学校长徐辉教授作了“中国水利高等教育 100 年”主题报告。他回顾了中国水利高等教育的百年发展历程,总结了办学成就,展望了中国水利高等教育发展的未来。他指出,在新形势下,水利高等教育要深化综合改革,推动内涵发展;要提高办学质量,促进人才培养;要集聚创新资源,推进科技治水;要服务走出去战略,推进国际化进程;要构建终身教育体系,服务行业队伍建设。

(本刊编辑部供稿)