

拉美媒体专题

拉美媒体在社会发展中的 作用及中拉媒体合作^{*}

李 阳

内容提要：随着拉美国家国际影响力的日益增强，许多国家对拉美的关注度也迅速提升，拉美民众的新闻需求也变得更加多元化。在此背景下，进入快速发展时期的拉美媒体，一方面不断满足民众的多元化新闻需求，另一方面也对拉美社会发展起到了强大的推动作用。拉美媒体一直在政府和社会组织进行社会管理的过程中发挥着信息传递、教育、舆论监督、引导舆论等重要功能，尤其是新媒体的出现为拉美社会发展提供了新的平台和便捷方式。拉美媒体的社会传播作用是随着社会和时代的变化而不断进步的，因此，从拉美媒体的视角来看拉美国家的社会发展，是多维度的、立体的。拉美媒体能从不同角度及时反映拉美国家的社会现状，也揭示了大量热点社会问题。拉美政府通过加强社会管理，凸显大型传媒集团的社会示范作用，增强拉美民众的社会意识，从而使媒体传播的社会作用得到加强，更使拉美媒体在新闻与受众之间发挥着不可替代的纽带作用。另外，拉美政府抓住新媒体异军突起的时机，积极引导其发挥优势，有效服务于社会。同时，中拉媒体的合作与发展也进一步带动了拉美各国政府积极采取专项投资、参与管理、技术交换等方式与中国在传媒领域开展深入交流与合作。

关键词：拉丁美洲 媒体受众 多元化 示范作用

作者简介：李阳，国际关系学博士，中国传媒大学外国语学院副教授，硕士生导师。

中图分类号：G206 **文献标识码：**A

文章编号：1002-6649 (2016) 03-0129-12

^{*} This work is supported by the Korea Foundation for Advanced Studies' International Scholar Exchange Fellowship for the academic year of 2014-2015. 本文得到韩国高等教育财团2014—2015年国际学者交换项目的支持。

大众传媒具有舆论监督的社会功能,媒体舆论监督功能的发挥能够促进国家政策的有效执行。在现代拉美社会中,媒体舆论监督结合了新闻公开、新闻批评、民意调查三种方式,使得拉美媒体发展与拉美社会发展的关系上升到了一个前所未有的高度。在当今时代,如何有效利用媒体的信息传播渠道促进社会的稳定发展,已成为包括拉美国家在内各国政府关心的重要问题。媒体既是具有重大影响力的大众传播渠道,又是受众消费者较多的信息产业,媒体的发展及其所带来的社会效应和经济效益一直是社会发展过程中必须兼顾的因素。对于如何在媒体与社会发展之间找到平衡点,最大限度地利用媒体的传播优势促进社会发展,各国依然在不断地探索中。

相对于亚洲、非洲等发展中地区,拉美地区的传媒业发端较早,早在18世纪末,拉美的第一份日报秘鲁《经商博览日报》就已创刊。进入21世纪,随着拉美国际影响力的日益增强,拉美对世界、世界对拉美的关注度同步上升,民众的新闻需求更加多元化,拉美传媒业进入快速发展的时期。^①随着当今平面媒体文字符号影响力的日渐弱化,文字传媒具有的抽象、静态、间接和线性的特征,正在被现代数字新媒体的动态、多维、迅捷、交互性等特征所取代,媒体的社会效应也愈发凸显。同时,媒体凭借强大的传播性,把拉美与世界紧密地联结起来,中拉关系也在中拉媒体积极合作的有利氛围下不断深入。

一 拉美媒体发展历史

拉美多数国家的媒体比亚洲、非洲发展得早。巴西、墨西哥、阿根廷、智利、秘鲁等国早在20世纪20年代就有了广播;巴西、墨西哥、阿根廷在20世纪50年代初就有了电视,这三个拉美主要国家在发展广播与电视的步伐上有很大的相似之处,特别是在媒体发展的方向及节目制作的导向方面。

(一) 早期:20世纪20-50年代拉美主要国家的媒体发展

墨西哥早在1923年就有商业广播电台开办,1924年教育部创办了一座国营电台。20世纪30年代,墨西哥广播业已初具规模。到现在,全国有广播电台1023家(其中调频台200家),几乎都是私营的商业台。其中最有影响力

^① [美] 詹宁斯·布莱恩特、苏珊·汤普森著,陆剑南等译:《传媒效果概论》,北京:中国传媒大学出版社,2006年,第119页。

的是“拉丁美洲之声”，创建于1930年，总部设在首都墨西哥城，由30多座直属台和附属台组成全国性广播网，每天24小时连续播音。非商业性的公共电台一般为政府或社会机构经办，其中最有代表性的是墨西哥国立自治大学于1937年创办的“大学广播电台”，主要播送文化、教育、音乐、艺术及儿童节目，但不播放广告。国营的对外电台“墨西哥广播电台”使用多种语言对美洲地区广播。

巴西的广播电视创办较早，发展很快，特别是广播电台数量已位居世界前列。巴西的广播始办于1922年，是年政府开办了一家实验电台，次年命名为索谢达广播电台。1930年全国已有电台18家，二战前后发展迅速，至20世纪中期已有2695家电台（其中调频1134家），大部分是私营的商业台，非商业台只有几十家。

阿根廷的广播始办于20世纪20年代，1925年起陆续有电台问世，电视则开播于1951年。但阿根廷政局多变，军人与文人政府交替执政，对广播电视的发展影响很大。1976年军人政变后，军政府对广播电视控制甚严，私营台被收归国有或置于军政府监控之下。1983年民选政府上台后解除了对广播电视的控制和干预，重新恢复新闻自由。依据当年实施的新广播法，政府通信署所属的广播事业局在首都可以经营电台、电视台各一座，在各省和直辖市可以经营电台各一座。省级和地方自治单位及大学也有一些广播电台。除此之外，全国大部分电台、电视台都恢复（或改为）私人所有、商业经营。国营和公营台经济上主要依靠主办单位的财政拨款，私营台的收入则依靠广告。目前全国有广播电台1600多家，2/3以上为私营，主要集中在首都布宜诺斯艾利斯。主要的国营台为全国广播电台，1937年创建，在首都向全国播音，在全国各省首府设有转播台。最大的私营电台包括米特雷广播电台和里瓦达维亚广播电台等。米特雷广播电台于1925年8月创建，历史悠久，实力较强，全天24小时播音，每天有4次较为详尽的新闻节目播报。里瓦达维亚广播电台创建于20世纪20年代，与米特雷电台同为收听率最高的电台。

（二）中期：20世纪50年代至21世纪初拉美主要国家的媒体发展

墨西哥的电视开办于1950年，是年首家国营电视台及民营的第四频道在首都开播；1951年和1952年又先后有第二频道、第五频道电视开播；1955年上述三家民营电台合并，组成墨西哥电视网。1968年第八频道电视台开办；1973年墨西哥电视网和第八频道合并，组成特莱维萨电视公司。目前全国约有电视台540家，绝大多数是私营的商业台，其中有全国性影响的是特

莱维萨电视公司和阿兹特克电视公司等。政府除了掌握少量的公共广播电视台台外，从1960年起要求全国的商业广播电视台每天提供32.5%的时间（1969年后缩短到12.5%）代替部分税款，用来播送政府的文告、宣传报道和教育文化节目。这些节目由内政部广播电视节目制作中心提供，是国家为了改变美国节目泛滥、推动国民教育而采取的措施。全国有109家有线电视台，其中最大的为有线电视公司和多视像电视公司，分别拥有几十万用户。

巴西的电视创办于1950年，是年9月私营的图皮电视台在圣保罗开播。至90年代全国有电视台247家，其中公营台有几十家，其余都是私人开办的。全国性电视网有4个：私营的环球电视网、骑士电视网、标题电视网及公营的巴西电视网（全国教育网）。公共电视台一般称为教育台，80年代起联结成国营教育电视网，即前面所述的巴西电视网。在卫星和有线电视领域，巴西主要有两大系统：一是环球集团控制的巴西有线电视网，二是阿布里尔出版集团控制的四月电视网。这两大相互竞争的电视网分别参与了泛拉美地区的两家数字卫星直播电视台的角逐——两家数字卫星直播电视台于1996年同年问世，一家叫拉丁美洲空中台，由默多克集团、特莱维萨集团、环球集团等合股创办；一家叫拉丁美洲银河台，由委内瑞拉的媒介巨头、巴西的几家电视台和墨西哥的多视像公司等合伙创建。

阿根廷全国有无线电视台220多家，有线台数百家，有5家（包括1家国营台和4家私营台）位于首都并向全国播送。国营台是阿根廷彩色电视第七频道，1951年10月创建，是阿根廷唯一一家24小时播映的电视台。4家私营台分别是：美洲电视第二频道（1966年创建）、电视艺术第九频道（1960年创建）、电视联盟第十一频道（1961年创建）及阿根廷艺术第十三频道（1960年创建）。阿根廷的有线电视系统基本上都是私营的，包括有线电视公司、有线电视通信公司，一般不仅转播地面电视台的节目，而且大量转播卫星传来的欧美各国电视节目。

（三）后期：21世纪初至今拉美国家媒体发展的现状

截至2015年，许多拉美国家有了完备的广播电视网，广播电视受众远远超过报纸。经营体制受美国影响较大，除了古巴等个别国家外，大多为公私并存、私营为主的体制。拉美部分大国的媒体对于当前社会问题的触及在逐步加深。拉美国家的社会问题既源于经济发展水平不高和收入分配不公，也源于国家发展理念和社会发展政策的缺陷。因此，未来拉美媒体能否对其严重的社会问题予以有效的舆论宣传，在一定程度上将取决于拉美国家对其主

要媒体的政策导向。拉美媒体在推动社会发展的过程中已取得了引人瞩目的成就。近年来，拉美媒体制作的专题及新闻节目报道显示，拉美人的平均寿命与发达国家的差距在逐渐缩短，婴儿死亡率逐年下降，儿童入学率大幅上升，文盲率大幅下降，等等。这些社会信息带给拉美社会民众以正面的舆论导向，拉美各国政府也与媒体加大合作力度，努力创造更多有利社会稳定发展的媒体信息渠道。然而，拉美国家仍面临着许多严重的社会问题，拉美政府正充分利用媒体的导向作用，引导大众积极配合政府解决社会问题。

二 拉美媒体在社会发展中的作用

在当今信息社会，获取信息是人们行动的基础，作为信息主要来源的拉美媒体也因此体现出其重要性。在拉美现代社会中，几乎没有人可以不依赖于媒体提供的信息，媒体可以说是社会生活中的重要信息来源。媒体也是宣传的舆论工具，它们与社会热点互动可以提高社会的透明度，让拉美人了解社会动态，促进社会信息交流；快捷的新闻让拉美受众在第一时间看到了事件的发生、发展过程，发挥新闻媒体的舆论导向作用，促进社会进步。拉美媒体传播活动的发展史，就是拉美人在生产活动和社会实践的推动下，不断发展和创造新的传播媒体、使社会信息传播走向发展和完善的历史。拉美媒体的发展与社会的发展是相互作用的关系：拉美人通过各种媒体来传递信息，推动社会的发展；而拉美社会的发展又推动了科技的进步，进而推动着拉美媒体的发展。其中，拉美社会的发展是主要原因，拉美媒体的发展由社会发展的程度决定，并在一定程度上反作用于社会。拉美受众通过使用、控制传播媒体，使拉美社会文化不断传承下去。

（一）拉美媒体在受众中的社会示范作用

媒体的示范作用是从社会学角度提出的新闻媒介效果理论，即“媒介内容对受众行为具有模式化的示范效果”。关于媒体的示范效应，社会责任论提出，新闻不仅要给予公众充分表达意见的自由，还要有社会责任意识，不断探索设置与社会生活紧密相关的议题，引导正确的社会舆论，教化社会公众。面对纷繁的信息，媒体报道的公正性和客观性需要拉美受众来评判。如今在拉美，大众传媒以无可比拟的信息功能与娱乐功能已成为现代拉美社会的重要组成部分。与此同时，随着经济社会的高速发展，拉美媒体也越来越向商业化方向发展。有鉴于此，如何使拉美媒体发挥积极的社会示范效应就显得尤为重要。

经济稳定增长是解决拉美主要社会问题的前提,而拉美国家经常爆发经济危机,每一次危机都给社会各阶层特别是低收入阶层带来了严重的损失。20世纪90年代,随着“新自由主义”经济改革在拉美大行其道,许多传统传媒企业被私人传媒企业收购合并,形成了一批规模庞大、实力雄厚的传媒集团。这些传媒集团逐渐垄断了本国乃至本地区的传媒领域,大规模报道纪实性社会问题。以阿根廷号角集团为例,1989年阿根廷实施新自由主义改革后,号角集团一举将15个媒体企业纳入旗下,从一家仅有6家平面媒体的普通公司,摇身一变成为掌控多家报纸、出版社、电台和电视台的媒体巨头;墨西哥的特莱维萨集团和巴西的环球广播公司等传媒集团都在本国乃至拉美地区形成了一股强大的媒体势力,其积极的社会作用不容小觑。

2009年,由于受到国际金融危机的影响,拉美经济和就业情况恶化,失业率和贫困人口大幅上升,社会治安问题显著恶化。根据拉美媒体报道,拉美国家绑架和凶杀等恶性案件频繁发生,失踪人员数量迅速增加;越来越多的外国游客成为犯罪活动的受害者;与毒品生产和走私有关的犯罪活动案件上升。据媒体不完全统计,犯罪率上升给拉美国家经济发展带来了持续的负面影响。^①这类媒体报道引起了拉美国家社会公众和政府的高度关注,推动了拉美国家社会政策的发展。

近年来,为提高社会舆论引导效果,许多拉美国家政府出台措施加强媒体管理。墨西哥要求各电视台每天提供一定档期,播送政府提供的宣传报道和教育文化节目,以抵扣部分税款;阿根廷以号角集团涉嫌垄断为由,限制其经营范围并勒令其出售有线频道;玻利维亚以税务问题为由查封《日报》资产。一些国家政府还加大对官方传媒的支持,通过领导人直接参与访谈节目等形式,增加官方发声,强化拉美媒体的社会舆论引导作用。

(二) 拉美媒体在受众中的传播媒介作用

目前,拉美媒体已实现了媒体信息传输和报纸生产技术的电脑化,简化了编辑、排版、印刷、发行的程序,缩短了空间距离,节省了时间。一些拉美主流媒体利用先进的技术和材料,将信息中心与分散在千家万户的电脑终端连接起来形成新闻传播网络,可以直接传送报纸版面。拉美读者不必通过邮递就能看到输入信息中心的报纸,并可把认为需要保存的版面用连接在终端器上的打印机打印出来。

^① Campbell & Shako Yong, *Cultivation of Competence*, London: London Press, 1993, pp. 88-89.

通过扩大便捷传播媒体的影响,协调社会全面平衡发展也是拉美政府在努力营造的社会发展氛围,更是拉美媒体乃至世界各国媒体努力的目标。公平与公正的缺失必然会造成社会发展失衡和社会动荡。20世纪90年代末之前,拉美国家的政府较少顾及公平的理念,导致社会问题越来越严重。事实上,早期曾有部分媒体提出注重社会公平和均衡发展的重要性,并进一步提出了强化社会凝聚的理念。“通过便捷传播媒介实现就业、教育信息共享,确保社会公平的政策。社会成员的行为及其对社会价值的判断涉及人们对制度、社会资本、社会团结和社会规则的信任以及社会的每一个成员参与社会发展进程的意愿和集体努力。”^①发挥社会成员作用的一个有效手段就是通过媒体传播发展教育事业,提升人的能力和素质;倡导政府强化社会凝聚力、维护和平、加快发展和保护人权的努力。在大量媒体信息传播的推动下,无论是政府还是非政府组织,无论是企业还是民众,都在关心如何通过强化社会凝聚力来解决社会问题,拉美国家领导人的发展理念也随之发生了有利于推动社会发展进程的重大变化。这一切对推动拉美国家社会的全面健康发展有重要意义。

长期以来,拉美国家媒体传播媒介的报道以引用转述美欧新闻报道为主。自20世纪70年代以来,拉美一些国家开始寻求通过自己的传播媒介向世界发出拉美人的声音。拉美媒体记者深入平民中采访,获取一手信息并于第一时间向拉美受众传输拉美社会底层问题报道,及时准确把有关信息提供给社会和政府相关部门。1970年,巴西、智利、墨西哥、委内瑞拉等拉美7国的13家报纸联合创办了拉丁美洲新闻社。近年来,随着拉美国家实力上升和一体化进程深入推进,拉美独立自主的呼声更加高涨,民众追求拉美身份和文化认同感的需求进一步增强,拉美国家打造“本土化”传媒的脚步加快。2005年,由委内瑞拉主办,阿根廷、乌拉圭和古巴等国协办的“南方电视台”正式开播,以“我们的北方在南方”为口号,节目内容以新闻和时事评论为主,力图以独立的视角观察世界,同时向全球报道拉美事务。

(三) 新媒体兴起对拉美受众的积极作用

关于何为“新媒体”,目前理论界并没有统一的界定,一般是指在网络技术的支持下出现的一种新的媒体形态,如网络电视、手机媒体、数字图书、博客等,有人把新媒体称之为继报刊、广播、电视之后的“第四媒体”。新媒

^① Bruce Hoffman, *Inside Terrorism*, London: Victor Gollancz, 1998, pp. 102 - 103.

体的出现和快速发展对传统媒体形成了极大的挑战,不仅在媒介形态上发生了巨大的变化,还表现在信息传播的速度和广度及人们接收信息的方式上都发生了翻天覆地的变化。与此同时,传统媒体也在调整思路,同步发展,目前拉美出现了媒介融合的大趋势,电视中有报纸,网络中有电视,手机中又有报纸和电视,而传统的纸质媒体也在大力开拓3G和网络市场。新媒体使拉美受众的参与性大大加强,因为新媒体最大的特点之一是它的交互性。

拉美媒体不仅影响着拉美受众,反过来也受到拉美受众的影响。传统的拉美媒体如报纸、电视等主要以单向传播为主,带有比较浓厚的“宣传”意味;新媒体在传播信息的同时,可以最大限度地获得人们的反馈,真正实现了新闻的“传播”功能。拉美受众的欣赏口味、价值取向影响着拉美媒体的报道风格。新媒体为拉美普通民众提供了足够的自由表达机会和平台,民众不仅可以对新闻事件进行自由评论,还可以上传图片、视频,充分展现个人风采。可以说,拉美新媒体的快速发展加强了普通民众的话语权,这种话语权甚至可以改变事件发展的走向。比如目前拉美新媒体在报道各种社会问题方面具有无可比拟的交互优势,给普通民众带来了平等参与拉美社会生活的真切感。

制定和实施有效的社会发展政策是政府的宗旨,拉美国家制定的社会政策涉及社会保障、社会救济、医疗卫生、教育、扶贫、就业、工资和税收等领域,但拉美国家在实施上述社会政策的过程中面临着多种困难,包括政府财力和执政能力有限、政策实施困难、利益集团约束、对弱势群体的社会歧视现象等。随着近年来拉美国家中产阶级和青年群体明显扩大,拉美成为世界网民数量和社交网络用户增长最快的地区之一,新媒体在拉美国家的迅速发展使其信息传播功能得到了大批拉美受众的认可。国际社交媒体在拉美民众的信息来源渠道中占比不断上升,不少拉美政治领袖也顺势通过社交网络账户积极发声。民众积极获取自由平等的新媒体信息渠道,舆论传播速度迅速提高,民众维权意识不断高涨;政府也积极利用新媒体的有效作用,加大对民众的引导。新媒体的兴起促进了拉美社会的进步,性别和种族不平等现象也得到了大幅改善。

(四) 拉美媒体对受众的舆论导向作用

正如有学者研究指出,同一事件的发生在不同媒体面前会呈现出不同的表现形式和形成过程,这种现象值得深思,不单是深思媒体分析对公众评价的舆论导向作用,更应该从深层次去考虑媒体对于引领公众社会价值观的导

向作用。^① 拉美媒体在新闻事实与受众之间发挥了不可替代的纽带作用，客观公正地报道新闻事实是媒体的责任。拉美媒体通过不同的传输途径获取及时、真实的新闻消息，并将其整理汇总，编辑成拉美受众能够接受的时事新闻；在编辑汇总的过程中，应剔除真伪难辨的信息和不适当的个人情感因素，以保证新闻的客观性。因为通过媒体的诠释与传输，一经发表的新闻信息便无法重塑，媒体对新闻的客观性有着相当大的舆论导向作用。也正因如此，拉美受众会受媒体报道倾向的影响而形成对事实的判断和其个人的主观看法，从而对新闻报道事件产生固定的形象化思维，因此保证新闻事实的客观性是拉美媒体的宗旨和原则。

在拉美国家，传播媒介对于引导社会公众舆论有着不可替代的作用。目前拉美主流媒体所发表的新闻作品或时事评论遵循保证客观、公平的报道，传播媒体对新闻消息进行理性化的分析判断，并随着社会舆情发展而从多角度报道出全面客观的事实。对于引领社会公众舆论的传播媒介来说，这无疑是媒体公信度的充分体现，社会公众舆论不同于其他受众群体的单一反应和情感体验，它是对于整个社会的民众影响，换言之是一种可以推动社会发展的无形力量。拉美政府所倡导的准确、公平的描述，已逐渐使公众对媒体抱有极高的信任度。

（五）拉美媒体对政府的监督作用

在社会系统中，新闻媒体是信息的枢纽，每天大量信息经过搜索、筛选和加工传输到每一个受众的终端，在现代社会管理中有着至关重要的地位。在一些拉美国家，媒体已成为社会公众对政府行为进行监督的主要渠道之一，不论是出于对立还是合作的想法，拉美媒体为了赢得受众（读者、听众、观众或网友）的关注，力求对政府的政策规划、建设方案及实施中出现的问题等做出及时、真实的报道，从而在一定程度上发挥了督促政府不断改进工作的职能。随着信息时代的来临，拉美媒体对于拉美政府及其政策制定的影响力越来越大，其所提供的信息不仅影响着政府部门的注意力，而且在某种程度上甚至决定着政府决策议程。在当今拉美社会，各种社会事业发展十分迅速，正是因为有了这样一个好的时机，很多产业的发展不得不依赖媒体的传播。各种媒体新闻让拉美受众对世界有了更多认识，新闻媒体的报道已成为拉美大众生活中不可缺少的一部分。因此，媒体使得拉美人眼界更加开阔，

^① Mark R. Amstutz, *International Conflict and Cooperation*, Boston: McGrawHill, 1999, pp. 95 - 96.

对拉美社会发展的参与度也逐步提高。

三 中拉媒体合作展望

在现代社会,人类已经进入数字传播时代,实现了远距离的快速传播。拉美数字传播技术的发展使拉美社会进入全新的、前所未有的信息社会。数字传播技术真正实现了零距离交流,给拉美社会和个人生活带来极大影响。这种影响首先体现在经济上。由于地域屏障被突破,拉美商家可以及时了解和把握不同地区的市场情况,便于对经营活动进行调节控制,经济组织的弹性和活力大大增强,整个拉美社会的经济也因此而获得更大的发展空间和潜力。数字传播技术在拉美政治、军事、社会生活等方面也发挥着重大作用。随着中拉媒体以及相关各领域的深入合作,拉美又出现了大量跨国媒体合作机构。中国通信技术的引入带动了拉美电视、手机和互联网的广泛使用,以电视为主体的大众传播媒体对生活的渗透作用无处不在,手机也已成为拉美人生活中不可缺少的重要交流工具。

(一) 中拉媒体合作现状

最近,媒体信息资源共享、合作发展等趋势正席卷拉美各国。在拉美三个最重要的媒体传播国家——阿根廷、墨西哥和巴西,媒体区域化合作及与中国、美国和欧洲国家跨国联合播报及制作节目的合作现象已逐渐融入日常媒体节目中。随着拉美广播电视节目逐渐覆盖全球,其媒体合作节目对于整个拉美地区社会舆论的传播也有了更多介入,给拉美带来更多的社会文化、政治和经济效益。此外,脱口秀以及综艺性节目中直白的宣传也逐渐让位于经过精心制作的合作宣传内容。

随着首届金砖国家媒体峰会在北京成功落下帷幕,中拉媒体的合作与交流呈现出积极的良性发展势头。中国与拉美各国将进一步加强媒体之间的交流与合作,更全面、深入地报道双方各领域新闻,从而增进中拉民众之间的相互了解。中拉媒体的合作意义深远,不仅将为中拉双方加强深入协作创造条件,同时也有利于中国、拉美国家及其他发展中国家的声音在国际上传播。中拉双方的媒体都拥有数量庞大的受众,媒体合作不仅给中国和拉美国家受众提供了放眼世界的窗口,更给来自世界其他国家和地区的华语及西语受众提供了及时了解中拉关系的便捷平台。中拉媒体加强合作有利于民众通过更均衡、多元的视角了解世界。目前,中拉政治、经济及文化合作与日俱增,

双方媒体都在加大对各领域合作进程的报道，提升各自影响力。中拉媒体负责人均表示，中拉双方要加深彼此的了解、推动双方的合作，必须利用媒体这个有效平台分享经验、取长补短。事实上，中拉双方的媒体一直在努力探寻建立共同信息空间的途径，携手应对全球媒体空间所面临的挑战。由于中拉文化传统和经济发展水平不同，如何在加强各领域合作中进一步发挥媒体的有效作用，是双方面临的共同挑战。

目前，在阿根廷电视台播出的系列拉美电视节目中，中阿合作制作的媒体新闻多次出现。2001—2002年阿根廷经济危机以及随之而来的货币贬值后，媒体开始显露出朝着趋于导向性新闻的转变。电视台充分借助广告收入，把制作资金投到合作节目产品的宣传上。这一做法逐渐流传到了其他拉美国家。墨西哥第一电视台此前为满足投资商的要求，一直不愿意改变其传统的媒体表现手法，让不少节目不得不转向低收视率媒介。当其开始采用中墨媒体新闻共享的新闻导向模式时，受众逐渐又重新回归了。巴西自从1973年播出中巴合作型节目以来，优质的电视节目在巴西发展非常迅速；很多著名主持人在电视节目中出现，电视台也因此获益匪浅。最近，巴西加强了媒体合作的投资力度，并计划在近期尝试与中方媒体进行更多领域的深度合作。

（二）促进媒体合作的途径

中拉经济合作与发展已经成为当前中拉关系发展的一个主导方向，中拉媒体为顺应这一趋势也把深入合作推向了一个新高潮，并且在合作细节上不断探索和实践。全球化背景下的媒体合作，赋予了中拉媒体合作发展特殊的意义与价值。

第一，加强媒体融合。合作是提高舆论引导能力、内容生产能力、公共服务能力和媒体传播能力的有效途径。以媒体合作为契机，加强中拉媒体之间的融合，吸收各自媒体的先进经验，有利于双方媒体整体竞争实力的提升，建立长效合作关系，相互借取传播优势，共享重大新闻资源，实现创新发展。这也是中拉媒体推进改革、拓宽信息渠道的重大战略举措，有利于促进合作各方品牌影响力和核心竞争力的提升。传媒业是一个依附性和派生性很强的产业，它与经济社会的发展状况密切相关，对社会经济环境因素的变化异常敏感。当前，中拉媒体的产业属性已经得到了凸显，媒体合作成为中拉合作进程中的重要内容。

第二，培养融合新闻人才。媒体新闻人才共享已经成为中拉媒体合作发展的一个重要内容。目前，数字媒体技术和融合新闻技术发展迅速，中拉新

闻工作者在数字化转型过程中需要及时更新传播观念,掌握更多的信息采集与呈现技能。过去拉美报纸、广播、电视等传统媒体记者只要掌握自己的单一媒体技能就可以了,报纸记者不需要掌握广播电视报道技能,反之亦然。现在,这种情况已经发生了很大的变化,新闻工作者需要综合运用文字、图片、音频、视频、表格、互动设置等多种媒介形式进行报道,这给传统媒体新闻工作者带来了很大的挑战。中拉媒体应努力培养融合型新闻人才,使其兼具报纸记者、广播电视记者和网络技术工作者的融合型业务技能。中拉媒体合作过程中须注重不同介质媒体的合作,将合作看成是培养融合新闻人才的机会,让新闻人才在媒体合作的过程中学习到不同地域文化媒介的操作技能。在中拉媒体的合作过程中,中拉报纸与广播电视媒体互换新闻工作者,学习彼此不同媒体的操作技能,有利于提高融合新闻人才培养的效率。

第三,组建合作媒介集团。构建中拉媒体联盟是目前来看比较容易实现的合作形式,当然这也是一种比较松散的合作形式。从长远来看,依据市场的力量整合双方媒体资源将成为一种发展趋势。中拉媒体合作的深入将体现在成立以中拉经济社会为背景的媒介集团,合作内容包括双方传播战术合作和新闻传输融合,媒介集团的组建正是媒体双赢发展的一个具体表现,是中拉媒体合作关系推进的重要表现。中拉媒体应抓住双方经济社会发展的新契机,积极探索媒体合作的可行渠道,从初级合作走向进一步的融合,不断壮大彼此实力,增强传播影响力。从媒体合作走向进一步的媒体融合,以市场为内在驱动力组建媒介集团,应当成为中拉媒体合作发展的一个最终目标。应该充分考虑媒介融合时代的新要求,积极探索中拉媒体合作新闻报道技术,提升媒体跨国传播能力,提升中拉媒体的整体运营效率、竞争力和综合实力。

寻求国际合作发展是拉美媒体乃至世界媒体发展的趋势,随着中拉双方在各领域合作的快速发展,双方人文交流日益丰富,新闻媒体友好往来不断增多。顺应中拉人民加强相互了解的呼声,中拉媒体对彼此的关注度不断提高。拉美方面,拉丁美洲新闻社、墨西哥《改革报》、墨西哥频道电视台、哥伦比亚《证券报》、巴西《圣保罗页报》等拉美媒体在华设立了常驻记者站;中国方面,中央电视台、人民日报、新华社、中国国际广播电台等国内主要媒体都在拉美国家设立了记者站。可以预期的是,中拉媒体扩大交流合作是大势所趋、大有可为,将有助于促进双方民众的相互了解和友谊,为中拉关系发展营造良好氛围。

(责任编辑 黄念)