



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

新闻文化的学科观——兼谈新闻文化的定义、框架结构及特征

<http://www.fristlight.cn> 2006-12-25

[作者] 方延明
[单位] 传媒学术网
[摘要] 新闻文化是在新闻传播活动中由传播者主体和受众之间的互动而产生的一种文化形式，它与传统的新闻观相比，更重视信源、传递及受众三者间的深层社会问题，特别是对人们的社会心理与健全人格的形成问题；在信息传描中更重视现代化通讯网络对人所产生的双向沟通作用；在受众中，着眼于启动他们的心理因素等。由此，产生了新闻文化的三元结构和其它方面的若干兼具时代性，文化性、新闻性的特点。
[关键词] 新闻传播;新闻文化;中国报业

新闻文化是在新闻传播活动中由传播者主体和受众之间的互动而产生的一种文化形式，它与传统的新闻观相比，更重视信源、传递及受众三者间的深层社会问题，特别是对人们的社会心理与健全人格的形成问题；在信息传描中更重视现代化通讯网络对人所产生的双向沟通作用；在受众中，着眼于启动他们的心理因素等。由此，产生了新闻文化的三元结构和其它方面的若干兼具时代性，文化性、新闻性的特点。近年来，新闻文化作为一门新兴的边缘交叉学科，越来越受到人们的重视。但是，对这门学科，怎样规范它的框架结构，至今仍很难有比较统一的说法。本文拟在这方面作一扼要论述，以就教于新闻、文化界的同仁们。关于“新闻文化”的定义“新闻文化”有广义与狭义之分。就其宽泛的定义说：它是一种伴随新闻活动而产生的文化形态。而就狭义的定义讲，它是用文化学的理论来研究新闻学的一门新兴学科，这我们可以从“新闻文学”的产生得到证明。在我国，新闻文学的提法可以追溯到本世纪二、三十年代。1930年8月，黄天鹏出版了《新闻文学概论》，他说：“新闻学者研究新闻纸上之各种问题，而求得一正当解决之学也。因精益求精之故，而评论纪事部分遂成为一种特殊之文字，在文学中流为新兴之别支，就此别支而研究之，以致其用于新闻纸上，是名之曰‘新闻文学’”。黄氏认为，在近代中国报业诸先贤中，梁启超可以说是新闻文学的始作俑者，他认为：“梁启超办新民丛报的时代，首先脱离古文的束缚，务为平易畅达的文章，学者竞起效之’号为‘新文体’，已经立下一个基础，故中国文学大纲中讲，‘新闻杂报盛行，而报章文学兴焉’。”当时的“新闻文学”，其主要内容是研究新闻学的形成、深化、特质、类别和写作方法，包括一些通讯、特写、副刊的文学作品，尽量使新闻写作文学化。而近年来，我国新闻工作者则基于对宏观文化的研究，提出“新闻文化学”。夏衍老曾在不久前说：“新闻文化是一片待我们去开拓和耕耘的处女地。”那么，到底怎样来定义新闻文化，我以为还得从新闻和文化的本来属性上去考虑。我是这样定义“新闻”的：新闻就是通过文字、声音、画面等载体形式，对新近发生和发现的一些人们关心的事的迅速广泛的传播。这个定义较以往一些定义的不同之处在于：其一，强调了其表现形式，即以文字、声音、图像等载体所记录、反映的新闻事实，以前的一些定义往往忽视了这一点。其二，强调了它是新近发生的人们关心的事情，不仅强调了新闻价值，新闻姓“新”，而且应当是大家关心的，反之不成其为新闻。其三，强调了迅速广泛传播，不注重迅速广泛传播的事实，不是新闻。关于“文化”，我认为它首先是一种人的生存样态，是人类生存的社会环境和人类文化的自然环境，是人的生存发展历史，同时也是人类整体和个人生存带给历史的遗迹。它既反映了社会发展、人类历史的过程，同时又是这种过程的结果。人类造就了文化，文化反过来决定了人的存在和价值观念，决定了人的思维、行为、生活方式与自然结合的内容，人类生活无时不在受文化的影响而随文化变化而变化。文化不是自在的、固有的、而是人类社会创造的。文化有精神，形态和物质形态两种形式。而新闻文化是在新闻传播活动中由传播者主体和受众的互动而产生的文化形式，它是具有较强价值属性的应用型、群众性的文化理论、传播活动和社会意识整合。这就是我对“新闻文化”的定义，同其它任何一项科学研究目的一样，主要是揭示新闻文化所面对的客体以及自身的本质与特征、结构与关系、功能与作用、运动与发展规律等。众所周知，历史学曾被人们称为是研究“文化化石”的一门学科，但新闻文化不是“史”，它是记“新”之事的文化。马丁·沃克说：“一家报纸的历史是出版这家报纸的国家的历史”“一家报纸就是一个国家的文化的一部日记”，历史已经证明确实如此。就人与文化而言，人是一定社会的文化的人，文化是一定社会的文化，人和文化都是随历史向前发展的。按照汤因比的文化观念讲，人类文明就是在挑战和应战中产生的。挑战与应战还刺激人们“积累

更大的力量继续前进一步；从一次成就走向另一次新的斗争，从解决一个问题走向提出另一个新问题。”实际上，这种挑战与应战的交替，集中体现了人在同大自然和阻碍历史前进的社会势力做斗争的过程中的一个“重复的不断发生的有节奏的运动”（《历史研究》中译本上册235页）。人是挑战与应战的主体，文化对人来说是客体，当人所创造的文化世界不能满足本身的需要，或者当文化世界诸多因素制约人的价值实现时，人就要改变作为客体的文化世界，并通过挑战与应战的形式去获得一个崭新的世界。历史已经证明，人离开了文化，离开了文化的创造与积累，离开了文化世界的价值和意义，人也就自然丧失了实现文化价值的意义，也就不可能真正实现人的本质。反之，文化若离开了人，也就成了无源之水。当我们这样分析人与文化的关系时，就必然注意如下事实：不论是与自然作斗争，或是同阻碍社会发展的社会势力作斗争，都有一个从隐到显，从点到面的过程。在此过程中，常常会出现一些热点地区，产生一些热点事件和人物；而当这里的问题解决后，又会在另外一些地区产生热点事件和人物。新闻按其本性来说，就是捕捉热点地区的热点事件和人物，以这些事件和人物动员社会的力量来推动整个社会前进。这个过程就象“一石激起千重浪”那样，由热点地区逐步向全社会波散。因而，新闻文化，就是通过新闻手段将热点地区的热点事件和人物，去影响整个社会而产生的文化现象。关于新闻文化的框架结构提出“新闻文化”的概念，在本质上是为了对新闻学进行深层研究。支撑新闻文化的基础是真实的新闻源、具有矢量性质的信息传播、以及不断整合并反过来以舆论反馈的形式对新闻源产生影响的受众，这三者构成新闻文化的三元结构。所有的新闻文化的内涵和外延都是以三元结构为基础的。真实而丰富的新闻源新闻文化的传播，首先是有一个“源”，否则，新闻就成为无源之水，无木之林。先有事实，再有传播，后有新闻。如前所说，并不是所有地区的事实都可以成为“新闻源”的，而只有社会热点地区的热点事件和人物的活动才能成为新闻源。圣经里有这样一句话，“凡是有的，还要加给它，让它有余。没有的，连它已有的，也要夺过来”。美国哲学家默顿借此描述了存在于科学奖励制度中的优势积累现象，曰“马太效应”。此处的意思是想说明，越是信息发达的地方，其信息源就容易得到充分的开发，受众的认同意识或者是信息意识也就越强。反之，越是传播落后，信息落后的地方，信息源得到开发的机会就越少，受众的认同程度也就越差。信息作为一种有方向有大小的矢量，更易于向信息发达地区传播。因此，这就必然造成发达国家，有发达的信息开发，而落后地区信息迟缓。在以往的新闻实践和理论研究中，对于从发达地区、热点地区捕捉新闻，人们已经注意到了。然而，随着社会发展，在政治力量、经济力量继续推动社会前进的同时，科技力量、文化力量、特别是那些培养人们健全人格的力量，日益活跃起来并成为人们关注的热点之一。在以往的新闻实践中常常忽视这些问题，而新闻文化的提出，就是要求新闻工作者积极开发和利用这些资源。信息的矢量传播新闻文化是一个开放的信息体系，它一直处于一种不断运动的变化状态。人们通过接近信息、感知信息，了解自然运动状态，了解人们在社会中的生存环境，了解各种社会现象。人们正是在获取信息、加工信息、传播信息的过程中参与和感受文化世界，去认识客观世界并改造主观世界。在现代社会中，信息已经成为取得重大经济效益和社会效益的战略资源，信息的巨大价值，吸引着越来越多的人对它进行深入思考、探索 and 开发。新闻活动的第一项任务是从新闻源中提取信息。信息不是事物本身，而是本事物与它事物发生关系时才产生的、且可以被人类感知的东西。信息是可以提取的。信息的开发利用反映了人类社会文明程度的象征。人们获取信息，就是为了认清事物变化的方向，而转发回收信息也是为了按信息指引的方向调整自己的价值意识和行为。‘新闻活动的根本任务是传播信息，信息具有矢量性。传播信息就是向受众传播那些应知而又未知的事理，以最大限度去消除认知上的不稳定性、满足公众信息需求。除此之外，我们还发现：信息是一个可创造且可增扩的资源；信息不仅可以扩散，还可以复制；信息是共享的，因而具有一种被取代性；正是由于信息的上述性质，所以它才具有活性本能，能够从一开始就借助一定的载体和能量而把人与社会联成一个整体，自然纳入到信息网络的系统中去，使人真正成为世界的人。新闻传播是传播者和受众者两个载体之间的思维信息的交换，是双向互动的，对一个社会的人来说每个人都是传播者，又是被传播者。传统的传播方式是一种横向传播，如同一块石头投进湖里激起的波纹一样，一层层向外伸展。因此，比较缓慢，也往往失真，一条信息往往传到后来就大相径庭了。今日社会的信息载体实现了现代化，把人与世界的距离大大缩小了，它由过去的横向传播发展为竖式传播，或者叫做垂直传播。象广播、电视、传真、卫星、包括报纸等文化信息的传播，可以超越时间和空间，跨越不同社会区域和社会群体，传播到四面八方。由于信息载体的现代化使它具有超时空的特点，所以也就很自然地冲垮了各种社会篱笆，打破了不同程度的区域封闭性文化体系，对社会产生了直接的影响和发展。人创造了信息文化，信息文化帮助人完成着自己的实现。在这样一个双向过程中，人一刻也没有离开过文化的交流。人类自有了交流和文化，就开始为自己架起了一座从自然界通向人类社会的文化桥梁，正是因为有了这座文化桥梁，才把人类从动物的群落中一步一步地超渡到彼岸。文化上的每一个进步，都使得这种超渡的步伐向前迈进一大步，为人的自身实现创造出越来越多的条件。人类文化愈丰富，信息交流愈发达，人类对自然的支配和改造的能力及作用也就更“带有经过思考的、有计划的、向着一定的和事先知道的目标前进的特征”。关于受众作为三元结构的受众，无疑是新闻文化的最重要载体，自然也是新闻文化得以发展的基础

和原动力。因为新闻文化是一种人文化，它必须研究人，研究受众，没有受众，就没有新闻文化，而研究受众的最主要的内容就是研究受众心理结构与传播效果。在过去的新闻理论和实践活动中，常常撇开人们社会认识的心理层次，以“意识形态”的力量影响人们的社会行为。这种理论和实践在社会的大变动时期证明是有效的。然而“认识形态”是建立在“社会心理”的层次之上的，所以撇开社会心理而强调改变受众政治观点和信仰的做法在现代社会的和平发展时期就往往难以收到预期的效果。而新闻文化概念的提出，其突出一点就是重视对受众的“心理”层次的作用研究，把他们的爱与憎的纠葛，新与旧的交替，喜与怒的迭代，团结与冲突，怀疑与信任等制约人的性格形成的心理成分，与自觉的社会意识形态结合在一起，即把新闻活动提高到社会心理学、受众，心理学、传播心理学与舆论心理学的高度来认识，揭示出新闻的深层本质，去认识受众，探索人们的心灵的触角，审时度势，知人论世。马克思在认识“社会”这个复杂有机体的时候，首先从宏观上把它区分为社会存在和社会意识、物质生活和精神生活层次，强调社会意识是“人们的实际生活过程”在人们观念中的反映，是人们的社会精神生活(及过程)的总概括。“我们的出发点是从从事实际活动的人，而且从他们的现实生活过程中我们还可以揭示出这一生活过程在意识形态上的反射和回声的发展。甚至人们头脑中模糊的东西也是他们的可以通过经验来确定的、与物质前提相联系的物质生活过程的必然升华物。”(《马克思恩格斯选集》第一卷第30页)其次，他们进而提出社会意识具有一定的层次结构，其中最直接的比较低级的是人们的日常意识；比较高级的意识形态形式，如法律、政治等，它们同物质经济基础的联系，是通过一系列中间环节实现的。如果把社会意识看作是一个“系统”的话，可以将其内部结构由低到高排成如下序列：社会心理——一定观点(规范)——社会意识形态(思想体系) 社会结构的性质是将一般反映于人们的全部心理之中，反映于他们的一切习惯、道德、感觉、观念、意图和理想之上。习惯、道德、观点、意图和理想，必然地应该适应于人们的生活式样。社会心理永远服从于它的经济目的并为它服务。社会心理一旦形成一种群众性的舆论，就具有不可轻视的作用。因此，“社会心理异常重要，甚至在法律和政治制度的历史都必须估计到它，而在文学、艺术、哲学等学科的历史中，如果没有它，就一步也动不得”(《普列汉诺夫哲学著作选集》第3卷第272--273页)。历史告诉我们，历史上的某种意识形态，为什么在当时会将一定的观念、观点和概念系统按这样的方式而不按其它的方式结合，这完全是由当时流行的情绪、情趣、风尚等社会心理所决定的。社会意识形态是思想家们概括、加工、整理人们的各种风俗、习惯、观点、要求、理想、信仰、趣味等而形成的系统化、理论化的社会意识。社会心理对社会意识形态具有明显的制约作用，每一时代都有自己的社会心理。例如，为什么它使得早期基督教产生于罗马帝国呢?马克思指出，正是由于犹太人“对物质上的解放感到绝望，就去追求精神上的解放来代替，就去追求思想上的安慰，以摆脱完全的绝望处境”(《马克思恩格斯全集》第19卷第334页)。社会意识形态对社会存在产生反作用就要通过社会：心理来实现。没有必要的社会心理作准备，任何伟大的思想、理论、学说都不会产生应有的效果，这就是新闻文化学在研究受众时特别关注其心理层次的意义所在。总之，捕捉社会生活各个侧面，特别是社会深层信息源，采用各种传播手段、特别是现代通讯手段将信息向各个方向传递，以受众的社会心理为基础进而解决其意识形态的问题，保证社会政治、经济的健康发展，这就是新闻文化的结构主体。关于新闻文化的特征干预生活直面社会的入世性新闻文化是一种积极的、富有战斗性的、群众性、舆论性的入世文化，这是由新闻的本质属性决定的。其入世性集中反映了它是一种社会的外化，是一种公众意见。比如说，它明显具有以下一些特色：公识性。它体现了一种众人带倾向性的集合意识，特别是对一些热门话题表现出的一致性。由这种公识性，决定了受众的价值意识倾向。群众性。舆论文化的典型特征就是它的群众性。诚然，舆论生发时，大都处于一种无序状态，通过传媒发动群众参加，使其意见逐渐趋于一致。奇异性。奇异性是吸引受众的关键之一，似空见惯不可能引起轰动效应。当然，这种奇异在于把对人们价值观念具有一定冲击力、吸引力、变异性的新动向、新思潮与现实紧密结合。争议性。实际上是一种对既定东西的否定，正是这种争议性，才会引起受众的广泛注意。可导性。利用舆论、引导人们的价值整合。事实上，舆论文化这个东西是很神圣的，它不是一个有钱办报、有笔写文章就可以起作用的。社会舆论有它的必然规律，有生成舆论的内在机制，一方面，它是维护社会安全不可缺少的因素，因为它反映了大多数人所关心的问题；另一方面，又可以作为法律权力、政治权利、制度约束的重要保证和补充，有时甚至起到政治和法律无法起到的作用。新闻文化的入世性还表现在他对社会的干预方面。马克思和恩格斯在《<新莱茵报、政治经济评论>出版启事》一文中曾指出：“报纸最大的好处，就是它每日都能干预运动，能够成为运动的喉舌，能够反映出当前的整个局势，能够使人民和人民的日刊发生不断的、生动活泼的联系。”并指出，杂志和报纸不同，杂志“能够更广泛地研究各种事件”，“可以详细地科学地研究作为整个政治运动的基础的经济关系”。另外，新闻文化通过“参与”，“入世”去实现人的价值整合，去指导人们去调适社会，所谓“补察时政”、“泄导人情”，就是说，可以通过文化信息看出人心向背、政治得失，然后采取措施，使怨者不怨，哀者不哀，愤者平，怒者息，奋勇者依然前往，落伍者急直起追，以保持社会各种机体的正常功能。我国古籍讲：“为正之要，辩风正俗最其上也。”这里讲的“辩风正俗”，就是指对不同社会区域风俗、习惯等文化进行考察、了解，以达到移风易俗、治理社会的目的，这在社会变迁时期尤为重要。例如，我们如果对实现现代化过程中的各种文化传播及影响进行调查，就可以看到

各种文化传播怎样影响着人们的社会心理和价值取向，就可以看到社会发展的趋势及其所遇到的社会问题，从而就可以采取有效的政策和措施，使这场变革沿着社会主义方向更健康地向前发展。公众参与到社会决策中去，同时也是现代社会民主科学化进程中的重要特征，没有公众的参与，既不可能真正调动大家的积极性，也不可能实现大多数人的认同，而公众参与决策，在很大程度上是靠传播媒介来实现的，这是其它文化工具都无法代替的。崇尚价值追求真善美的尺度性新闻文化是一种崇尚价值的尺度文化，它体现了人类在征服自然、改造主观世界和客观世界中反映出来的价值要求和尺度。从最终目的上来说，新闻文化的价值尺度就是真善美，“真”是真理化，符合事实。“善”是道德化，是人的品格追求。“美”是艺术化，或者说反映了一种完善性。新闻文化是一个开放的、具有广泛周延性的文化系统，它是以构架价值体系的文化心理结构为主要内容的一种文化现象，它的最根本的基础是“真”，科学的真是对经验的外部对象之描写的逼真性；艺术的真是一种高度艺术化后引起的共鸣的想象——由经验本身组成的明晰性；新闻的真则是从总体上、本质上、发展趋势上把握事物。不管是过去还是现在，新闻所反映记录的都能经得起历史的检验，它象镜子一样直面社会。只有真实的新闻才得到人民群众的信任，才能为人民群众所接受。罗曼·罗兰曾经说过：“真实的东西才是最美的。它不会使人失望，只能让人对未来充满信心”。马克思讲过，“把真实的情况告诉我们的读者”(《马克思恩格斯全集》第40卷360页)才能赢得读者，读者“相信的只是真正存在的东西”因为“人民的信任是报纸赖以生存的条件，没有这种条件，报刊就会完全萎靡不振”。恩格斯在考虑出版《社会明镜杂志》时，也强调整个“杂志将完全立足于事实。只引用事实和直接以事实为根据作判断——由这样的判断进一步得出的结论本身仍然是明显的事实。”(同前，第42卷第413页)。恩格斯在第一国际时期谈到真实性的意义时指出，没有什么东西比毫无实际根据的虚假报道更能削弱我们协会了。马克思在同反民主派的机关报《科伦日报》辩论时一针见血地指出，《科伦日报》根本不顾新闻真实性的起码准则，完全越出礼貌的界限，它妄图用自己的幻想把戏来冒充冷酷的真实事情。他们编辑《新莱茵报》的一条原则就是：“我们将不用虚伪的幻想去粉饰所遭到的失败。”《马克思恩格斯全集》第5卷，第25页)他们批评李卜克内西从事新闻工作的主要缺点就是：报喜不报忧，并指出：他的报道都像朝霞一般火红，晴天一般蔚蓝，而且充满着青年人的希望。即使是西方一些严肃的报人，也都十分注意“真”的要求。比如，在普利策主持《世界报》(1883——1911)期间，他反复向记者强调“准确、准确、准确”，并一再强调“光是不登假报道还是不够的”，“必须把每一个人都与报纸联系在一起——编辑、记者、通讯员、校对员——让他们相信对于报纸就如贞操对于妇女一样重要。”(美国英文版《约瑟夫·普利策和新闻事业》，转引自复旦大学《新闻学概论》第165页)。1924年出版的卡斯柏·约斯特《新闻学原理》中“新闻的真实”一章明确提出：“一切新闻的主要因素是真实。如果一条新闻并不道地的真实的话，刊登这条新闻的报纸也就和这个荒谬的报道一样荒谬。”真实性就是判断真正新闻的)臣绳”。“有时，一个出版物为了吸引读者，不惜牺牲真实而采取刺激性；不惜把无名小事化作动人的故事；不惜利用吹牛和撒谎以引起大家的好奇心理；但这样一个出版物，在严格的意义上说，根本算不上报纸”。“在探求新闻时，一个认清自己使命，执行自己任务的报纸，一定把真实性作为职业的第一美德，而永远忠实于它”。社会主义新闻文化的“真”，还应当是党性、人民性、阶级性的高度一致。如果说，“真”是新闻文化价值尺度的根本和生命的话，那么“善”就是它的灵魂。这是因为，对真的需求还只是表述为认识客观世界、包括认识主观世界的一种哲学要求、知识要求、价值准则，而对善和美的要求则是人类追求自由的一种更高、更完美的境界。人类愈是进步，社会愈是复杂，需要愈是多样化；人的本性愈是丰富，人的要求也就愈高愈趋于完美。但同，人和人也就愈是千差万别。不承认个体差异实际上就是限制人类创造，束缚了人类自由。为了实现人的本质，我们必须突破这种限制力量，承认个体差异而不是在消灭个体差异的基础上，即在自由的基础上而不是在必然的基础上，寻求个体和整体的统一。也正是因为有这样一种寻求，才逐步使其成为一切入的需要中最基本最普遍的需要。而满足这种需要的活动，也就成了人们世代追求真、善、美的活动。善是什么?对善的需要表现为什么呢?善可以解释为人与人之间的需要与尊重，理解，关心，爱与被爱，理解与被理解。因为：“只要私人利益和公共利益之间还有分裂，也就是说，只要分工还不是出于自愿，而是自发的，那么人本身的活动对人来说就成为一种异己的、与他对立的力量，这种力量驱使着人而不是人驾驭着这种力量。”(《马克思恩格斯选集》第1卷，第37页1972年版)所以，在很长一段时间里，人们善的要求，始终是生存以外的“更多的”需要的重要内容。那么、美又是什么呢?凡是有人类，有生活的地方就有美，美是存在于生活之中的。我体会，美首先是一种和谐，不管是对于自然，还是对于人类，都是如此。另外，美是一种价值体验，不管它是指一种和谐的风光，还是指一种融洽的邻里关系，或者是爱的赞歌，它都可以表现成为一种内心的悦乐与满足，快乐，享受。其次，美是一种感觉信息。美是人的需要，当一个人真正具备了审美需求时，他的生活才算真正开始。美具有普遍的社会性。再者，审美也是人通过意识性来反映劳动性的，人们在这种积极的活动中，实践“以美储善”“以善促美”。善作为道德的体现，反映出社会的文明规范，而审美则是一种内在的“自能”，通过美来调正德行，又通过德行来促进美，这就是以美储善，以善促美的道理。审美需要是一种入的需要。新闻文化的审

论，是一种比一般思想更为深刻的思想。在诸多报道中、它尽可能地把握多种心理因素，感知、理解、意志等溶于一体，对材料加以叙述和综合，并把这种“感觉通过自己的实践直接变成了理论家”（《马克思恩格斯全集》第42卷第124页）去不断地、历史地、丰富和发展人的生命力，包含着一个民族、一个国家、一个社会、一个时代共同的理想、愿望、希冀，且在它的运动的节奏中跳跃着伟大民族精神的脉搏，呈现出高扬着的历史活动的主旋律。在今天，尤其是在改革开放的形势之下，我认为，大真、大善、大美就是邓小平同志提出的“三个有利于”，即：1、是否有利于发展社会主义社会的生产力；2、是否有利于增强社会主义国家的综合国力；3、是否有利于提高人民的生活水平。这是在今后相当长一段时间内，我认为都是如此。旗帜鲜明反映时代的政治倾向性。新闻文化作为社会的产物，阶级的产物，有它明显的时代性和政治倾向性。英国的马丁·沃克在其《报纸的力量》一书中记叙了世界十二家大报是如何参与到社会的政治生活中去的，他在导言中曾引用相当丰富的资料写道：“报纸的影响就是权力，它凭着出版的权利让社会注意报纸的价值的关心的事件——这样做要冒着商业上的失败、监禁或甚至封闭的危险。”“华盛顿的最高决策者没有一个不是在一天的开始先读《纽约时报》的……《华盛顿邮报》就是因为从总统到所有的华盛顿官员天天早晨阅读而变得重要起来。”（肯尼迪总统新闻秘书皮埃尔·塞林格语）新闻文化不可能离开社会存在，必然深深印刻着阶级的烙印。毛泽东同志就曾主张“要政治家办报”，政治家办报，集中反映了对报纸的政治要求，也就是报纸的工具性，战斗性。马列主义历来是注重报纸战斗性的，马克思认为，报纸按其使命来说是社会的捍卫者，是针对当权者的孜孜不倦的揭露。他在致卢格的信中指出：“在批判旧世界中发现新世界”。为了着意于未来的事业，他还提出创办一个杂志（即《德法年鉴》）的计划，并明确指出它的任务“就是对现存的一切进行无情的批判”，“这种批判不怕自己作的结论，临到触犯当权者不退缩”。强调杂志必须“把我们的批判和政治的批判结合起来”，“和实际斗争结合起来，并把批判和实际斗争看做同一件事情。”若用一句话来表明杂志的方针，就是：“对当代的斗争和愿望作出当代的自我阐明”列宁认为，报纸应当成为巨大的革命鼓风机的一部分，这个鼓风机能够使阶级斗争和人民义愤的每一点星星之火，燃成熊熊大火。必须明白，所谓“政治倾向性”，不单单是执政党、政治人物或政府的一种权力意志，更重要的是公众的一种政治选择。为了更好地了解公众的政治倾向，并进而向他们灌输正确的东西，新闻文化的政治观、方法论要求我们必须做到厂面的“两个统一”，即：第一阶级性与社会性的统一新闻文化是一种阶级倾向性非常鲜明的社会性文化，它不同于其它自然科学，具有一定的中介性。由于存在着阶级利益和阶级斗争，人们在对社会现象的认识和实践中，包括对信息的传递等方面，无不打上阶级的烙印。列宁指出：“其所以有各种矛盾的意向，是因为每个社会所分成的各阶级的生产状况和生活条件不同。”（《列宁全集》21卷38页）阶级性是马克思主义新闻思想中极其重要的内容，它反映的是社会关系的对立方面；“社会性”则是反映社会关系的统一的方面，从阶级性方面讲，新闻文化的阶级性具体表现在新闻文化的支配权问题上，即哪个阶级支配新闻文化，新闻文化就必然为哪个阶级服务。但是，我们同时也应当看到，新闻文化同其它文化一样，还具有社会性的一面，即一种大家的共享性。这主要是考虑三个方面的因素。首先，社会性即指社会中的非阶级现象。在新闻文化传播中，确实存在一种非阶级倾向的内容，例如对科学知识的介绍，以及一些娱乐性的文化等。新闻文化中大量存在的“非轴心”“非主要”内容，是人类共有的文化文明。其次，社会性是指社会发展过程中对以往人类文化思想的批判继承。列宁曾指出：“只有用人类创造的一切财富和知识来丰富自己的头脑，才能成为共产主义者。”（《列宁选集》第4卷，第348页）社会主义新闻文化一定要吸取资本主义新闻文化中有价值的东西，为我所用，剔除它局限性的内容，保留和发展其科学性的精华。再者，社会性是指全人类范围内世界社会的社会性。社会性不是对一个国家和民族而言，它应当是指“全球意识中的国际社会”，这既是新闻文化的开放性所在，也是新闻文化实现国际化的重要条件之一。这就是说，新闻文化不能只着眼于小文化圈，而要有大文化的宏观意识，要把握时代的脉搏，把一切能获取到的信息都放在世界这个大范围之中去评价定格它的价值。强调他们的阶级性，就是不要忘记党性原则、方向性原则。强调社会性，就是不能把它只从舆论方面讲，而是要着眼于全人类的文化继承和发展。只有这样，我们才能够做到，既不否认阶级性原则，又不把阶级性绝对化。第二 时代性与历史性的统一新闻文化永远是以时代性和历史性的完美统一展现在人们面前的。“时代性”反映“横切面”，“历史性”反映“纵切面”。时代性就是反映人类社会在各个历史阶段、不同区域内主观世界和客观世界进行斗争的内容。以及它们所面临的各种重大问题及解决方法，特别是那个时代中人们的各种不同的价值取向，它实实在在地标志着一个时代中人类对社会认识的进步和成果积累。历史性。今天的新闻是明天的历史，记下来，告诉未来。当然也可以理解为对以往新闻文化的继承性，通过新闻载体记下的今天，实际上是对过去历史的一种积累，后人可以从前人对世界认识的积累中，寻求新的向自然斗争的力量。贯穿始终的哲学思维的科学性哲学思维的科学性是新闻文化哲学观的重要内容之一，新闻与哲学有着密不可分的联系，它们都是认识社会，认识自然，改造世界的文化和思想武器。哲学通过高度抽象，帮助人们认识事物的本质和内在规律，从而去能动地改造世界。而新闻则是通过传播媒介和舆论力量，帮助人们正确了解客观世界，增强人的思维和价值整合力量，调节人与人、人与社会的关系，最终实现改造世界的目的。哲学思维科学性的基础是本源真实，坚持事实第一性。非但如此，也包括观念真实、抽象真实、微观描述真

实，宏观真实，本质真实等。因为只有真实，才是报道中思维把握存在的准确性标志；才是报道主题对报道对象的选择与评价的正确性标志；才是区分由信息所构建的认识内容对以受众为主体的社会实践发生作用的积极或消极的标志；才是新闻所体现的社会价值倾向对促进社会发展、社会生活和社会关系优化的有效标志。哲学思维的科学性要求新闻文化活动要充分运用辩证法，包括二点论、阶级分析法，经济分析法，理论联系实际，具体情况具体分析、相关分析、因果分析等。哲学思维要求我们，宏观把握与微观分析要有机结合起来。从事新闻文化的人，一般应具有一种深邃的观察力。这种观察力首先需要有宏观意识，宏观意识就是全局的眼光、战略的眼光。宏观意识就是能够多角度、多侧面、多层次、多色彩地把握报道对象，能从纵横交错的坐标系与历史和现实的交汇点上去观察事物；宏观意识必须借助于整体思维、系统思维，而不是一孔之见。例如，对某件事情的发展趋势，不是把它作为一个独立体，而是把它放在广阔的背景之下，既考虑纵的历史因素，又考虑横的现实状况，从正反、里外、上下、前后、去运用对比、演绎、逆向、逻辑、辐射等方法去分析、检讨它的立体社会效果。要有着眼于未来的超前意识和深分析。超前意识就是时代眼光、发展的眼光。基于现实，借助理性思维，对事物发展的变化轨迹、趋势作出科学反应和预测。这种预测，不是大概的估计，不是算命先生、而是在对客观事物进行多层次、全方位思考之后，从特殊中找一般，在偶然中求必然的过程和结果。从而使我们的认识更接近客观，而获得一种超越，并推断出可能出现的结果。美国著名记者普利策给记者的职业下过一个颇为形象的定义：“倘若一个国家是一条航行在大海上的船，新闻记者就是站在船头的了望者。他要在一望无际的海面上观察一切，审视海上的不测风云和浅滩暗礁，及时发出警告。他不计较自己的成败荣辱和老板的喜怒盈亏，而是为了信任他的人民服务。”作为一个资产阶级的新闻工作者，他提出的记者是站在时代航船上目光锐利的了望者，纵观天下风云，报道历史前进的脚步，这种思想是难能可贵的。记者活动的范围是整个社会，他和社会接触面很广，他们的活动方式是通过对社会生活的观察和分析，从中发现和选择有价值的新闻，以及对社会现象趋势的评述，向社会传播信息，传播思想，进行正确的舆论导向，推动社会前进。要学会两点论、防止片面性新闻报道的最大流弊就是片面性。以认识论而言，这种片面性往往是由于记者受形而上学的思想影响，致使主观认识背离了客观实际。片面强调事物产生的诸多因素中的一个因素，甚至为了某种需要，夸大渲染一些因素，有意隐去一些缺憾，而忽视了事物产生的客观环境与其他因素。新闻报道切忌记者凭自己的想象，去把事物理想化，如同魔术师一样，不断变幻出解决复杂问题的“金钥匙”。反思近几年的报道，这种片面性更重要的是在我们对舆论的引导上有偏颇之处，造成了新闻舆论的某种倾斜。譬如我们在对物质与精神文明建设的报道就有所放松，出现了两个文明建设的“跛脚”现象。在宣传社会主义所有制时，报道单一的公有制形式束缚生产力发展多，讲多种经济成分并存的同时必须坚持公有制为主体少；在宣传学习西方先进技术时，片面报道多，讲自力更生、艰苦奋斗少；强调全局意识和适度积累少，而过多地报道“万元户”、“电视村”，为群众的超前消费推波助澜。说明我们没有摆脱形而上学思维方式的束缚，不善于用历史辩证法去高屋建瓴地审时度势，驾驭新闻报道。掌握唯物辩证法，是“医治”新闻报道片面性的一剂良药。我们正处在一个大变革的历史时期，许多事物都处在变化之中，改革之路不可能径直平坦，改革措施也不可能一举成功，它总是得失并存，利弊共生。改革中出现的新事物也总是在同旧事物的较量中充满了辩证法，用辩证的观点来思考和观察各种现象，用科学的思维方法来解剖、巨答现实中提出的各种问题，是新闻工作者的历史责任。文化·社会·人的一体性新闻文化具有广泛的社会性和群众性，这不仅仅是因为人是文化化、社会化、信息化了的缘故。马克思老早就对人是社会的人有过精辟的论述，把人看成是社会的人是一切社会关系的总和，强调人是属于时代，属于社会并受这个时空环境的制约。而新闻文化的社会化过程是一个渐近过程，是对社会不断干预的目的实现。它必然是人、社会、信息的三位一体。社会是人类生活的共同体，新闻活动不是一种孤立的社会现象、它是一项地地道道的社会事业，是广泛的人际信息交流，是人类生动、丰富、有趣的创造活动。一方面它反映现实，通过今天诉诸明天；另一方面，力求形成一个维护社会群体的共识，而这种文化定势一旦形成，就会在人们实践活动中社会产生重要的指南作用。强调文化、社会、人的一体性，主要是想说明人们的社会实践活动被制约在一定的社会信息网络之中。因此，在价值观念上必然与社会文化及价值意识形态密切相联。人们通过对文化价值的反思、概括，产生了价值观念；又通过参与把这种价值意识触到社会的群体意识中，那么，作为社会群体的同类价值意识，既是群体参与的结果，也是实践所产生的共同心态及共同价值观念。因为，任何社会群体都会被置于一定的需要和利益之中，不管这种需要和利益是物质的还是精神的。个人参与群体，群体参与信息传播，信息传播参与形成同类价值意识，价值意识的形成又反过来去影响社会群体的存在和发展，这就是新闻文化在人与社会之间所起的整合功能，这种整合就是把个人价值与他人价值，个体价值与群体价值融为一体的社会化过程。在人类社会的文明发展中、社会是整个人类文化进步的航船，是所有人类文化的集结。新闻文化是其中最活跃的文化，而人又是生活在这个航船上的最活跃的社会分子。当然，他们中不仅有乘客，也有舵手，共同由此岸驶向彼岸。离开人的智慧谈不上航行，离开文化的交流，谈不上人的集体共识。历史不止一次地证明，正是由于人既具备了社会化的性质，又具备了文化和交流后的共识，才开始了真正的

人的历史。作为一门新兴学科，新闻文化面临挑战与应战，有同志就目前的文化转变概括为，文化性质从过去的农业文化、工业文化转向信息文化；文化主体从区域走向世界，充分展现出前所未有的开放性；文化状态从离散，自然的时空型转变为群体同步时空性；文化变迁模式也由过去的稳态型转向动态型；从只注重过程转变到重视目的；文化权力从过去的垄断型转向平等型、分散型；文化层次也由过去的精英文化转向下嫁人民；文化转递由过去的传统竖式向横向或竖横结合；文化方法由单元转向综合；文化结构也由过去的大一统转向多渠道，多层次；文化价值由重精神转向重物质，由一元转为多元价值并存，凡此等等，无一不影响新闻文化。处在这样一个世纪之交的时代，无疑给新闻文化的发展带来可遇而可求的契机，只要我们抓住机遇，就一定能够构建起一个富有中国特色的社会主义新闻文化体系。

（该文发表于《南京大学学报》1994年第4期，《新华文摘》1995年第2期全文转载）

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@firstlight.cn

