

新闻生产的媒介产业地位

2005-11-28

作者：刘建明

关键词：媒介产业 新闻生产 首页发布 | 阅读：655次 |

在讨论媒介产业的论著中，很多作者忽视了新闻报道的产业价值，甚至不承认新闻是一种媒介产品，更不承认新闻报道是一种精神生产。新闻生产作为记者反映客观事实的加工活动，获得了不依赖于记者个人的社会形式，是地道的社会意识的生产。意识生产作为脑力劳动的过程，其产品如果是新闻作品的话，就称作新闻生产，比广告、影视剧和其他文艺作品更具重要的产业地位。

（一）新闻是真正的精神产品

精神是社会的产物，是人们共同活动的结果，这和新闻是事实的产物，是媒介活动的结果完全一致。作为媒介和社会的共同所有物，新闻绝不是记者在办公室里创作的，而是在社会中发现和加工的。记者必须走向社会，担当描述者、介绍者的角色，同新闻事件中的人物共同从事生产，但他是主要建构报道的人。在这种前后关系中，新闻不是记者的心理现象，而是由人们的社会活动酿成的事件，反映出一定的意识内容和形式。

新闻产品给人们一个精神示度，即展示客体现象的精神特征，让受众理解这一事件。我们把它称作新闻的示度。每一条新闻都是记者用一定的意识形态把握事实的度，以一定的角度和形式把它刊发出来，让人们深刻认识这个事实。这种精神生产通过对事件的加工，确定一个“报道客体”来显示事件的含义，示度事件的认识价值。显然，新闻的精神生产有别于文学、影视、绘画等其他意识形式，其他意识形式由创作者个人“加进”他们的经验或观念，体现出较多的创作成分，而记者对事实的加工，却大多看不到他们的思想彰显。因为新闻是由社会形成的，是社会性产品，总是以社会的形式出现，记者的智慧则表现为机智的选择和陈述。

严格地说，每一条新闻都是社会意识而不是记者的个人感受，因为记者的个人感受早就积淀了社会意识给予他的认识模式。精神以社会形式而存在，作为社会意识的直接表现和结果，是人们社会活动的综合产物。每个大众或多或少地都需要新闻，绝大多数人都能看懂、读懂新闻，媒体如果没有新闻这种产品，不仅会大量流失受众，而且会远离现实生活，不再成为高效率的精神生产方式，利润自然会降低。这就是为什么同等规模的出版社没有报社的利润高，因为后者从事的不是新闻生产。

（二）新闻生产的社会价值和产业地位

新闻作为一种意识生产，如果不能产生价值，不会进入流通领域，成为商品。新闻创造了再现与评述时事的意识形式，使人们获得了对客观世界的认识，成为一切精神产品中最基本、最具前提性的产品。这种价值使新闻在整个人类生活中产生一种“看穿”与“看透”世界的作用，随着历史的发展、也随着媒介的先进程度，人类对它的依赖不断加强。

精神生产的任务在于说明，个人如何参与社会生活，成为社会关系的积极主体，认识自己在社会中的地位。经济发展、政治运转和国际关系都从新闻报道中获取重大信息，就连普通人找一份工作也须先浏览一下报纸，新闻和广告对他可能大有裨益。可见，新闻生产揭示了每个人的行为方式和生活追求，以便实现人生的最大价值。

新闻生产提供的认识价值使人们抢着购买报纸，收看付费电视，踊跃地消费新闻。受众从媒介上了解的任何一条有价值的信息都能提供知识，知识再转化为能力，随后产出财富。媒体利用新闻在市场上出售知识，自然是当之无愧的精神产品。大多数经济学家把精神生产归于所谓“非生产领域”，实际上是摒弃了“精神生产”这个术语。另一方面，有许多经济学家却与此相反，有意忽视物质生产和非物质生产（其中包括精神生产）之间的原则区别。

在当今社会，精神产品引领经济变革是巨大的，各国思想库通过媒介出售它们的成果往往是以新闻的形式完成的，其中，经济信息占有很大的比重。经济学领域正在研究使精神产品对物质生产日益发挥作用，产生了对精神生产定义的最大困惑。本文认为，精神生产就是媒介生产，构成现代知识经济的基础。新闻生产则是精神生产的粗加工，为现代知识经济提供了直接原料，可把它视为初级媒介产品。

新闻生产还表现为社会管理的重大价值。从国家的新闻发布会到政府官员对新闻信息的追踪，特别是对媒体上各种最新思想成果的吸纳，都提供了一个明显的事实：国家机构借助媒介了解社会动态，协调社会各部分的活动，以新闻报道管理整个社会。新闻生产在某种意义上说，给国家提供了决策的思想，这种决策成果及原料是重要的管理产品。

如果说新闻生产是从社会关系或精神活动的社会形式方面进行的，那么它又是从媒介产品的层次性来设定生产程序的。没有新闻生产，其他媒介生产都很难进行。报刊、电视因为有新闻，才有广告、文艺性栏目或影视剧的生存空间，没有新闻生产的媒介，其他媒介生产根本无法进行。世界上没有一家只登广告的报刊，也没有一家只上演影视剧的电视台。

上个世纪初，美英大量出现的广告和音乐广播电台很快都倒闭了，今天以播出文化作品为惟一定位的阳光卫视，每年都

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

媒介管理之可持续发展战略观

作者：罗晓娜 | 2006-05-29

一、媒介与管理 媒介管理，顾名思义即是指存在于媒介领域内的管理问题。媒介是一种复杂的实体，其性质、类型及功能的定位都是随着不同的社会历史条件的改变而改变，与之对应的一切管理与营运也是应势而动。……

动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

入不敷出，没有时事新闻注定了它的困境。

新闻产品、广告产品和娱乐产品是当代新闻媒介生产的三个层次，新闻生产占有首要的地位。提高新闻产品的质量，是奠定媒介产业的基础，不在做好新闻方面下工夫，媒介产业的根基是脆弱的。

（三）新闻生产的社会结构

新闻生产的结构包括生产、交换、分配、消费过程中人与人之间的关系，组成了精神活动联系的若干环节。人们在新闻活动中的相互关系，也像任何其他社会关系一样，获得了某种制度的形式，由社会制度和适应它的劳动行为构成的。在新闻生产领域，劳动的制度性表现为产品的标准，即新闻作品的表述特征及社会影响一般需要社会制度的容纳，否则，它就难以报道和传播。

新闻生产的社会结构像物质生产一样，总是彼此处在一定社会组织中，由一道道工序和管理部门的统辖来完成。也就是说，新闻生产不是由记者个人完成的，社会的新闻管理部门制订了生产方向，新闻媒介拟定了组织计划，接着由记者采访写作和编辑们加工，最后将精神成果载体化。新闻传播后，又有受众和监督部门制约它的社会效果。在这一结构中，新闻管理部门负责生产原则，给媒介指定报道的标准，记者则是产品的主要完成者，是生产的关键性主体。虽然新闻生产关系是在物质生产的直接影响下形成的，但它建立了相对独立的社会体系，有特殊的流程和操作。这种体系，是新闻生产和消费的耦合。

把上述体系拆解开来，在市场经济的条件下，还可以把新闻生产的社会结构表述如下：

- （1）新闻生产经理人与社会管理机构之间的关系；
- （2）新闻产品的生产者与消费者之间的关系；
- （3）新闻媒体内部不同部门之间的关系。

以上三项作为新闻生产结构的三个部分，始终贯穿互动性和制约性。在社会分为对抗阶级的条件下，新闻生产的经理人及其生产者并不是一个独立的阶级或阶层，而是一个特殊的社会附属群体，通常是掌权阶级的某一部分。这个阶层的存在不仅受职业分工，还受其阶级或阶层的制约。显然，新闻生产除了主要为大众服务外，还可能成为巩固某种阶级利益的特殊群体。这时，它并不直接与经济目的相一致。所以，新闻媒介的产业化虽是经济行为，但最终要服从于一定的阶级或阶层的政治目的，新闻生产在根本上是一种政治性生产。

在一些国家，新闻生产造成了一种独立于任何阶级、阶层之外的假象，记者提出的思想和他们所代表的那个阶级或阶层的关系，通常逃过了人们的注意。管理能力在历史上都被说成是思想本身，而不是具有这些思想的人的行为。不顾生产新闻的条件和它们的“被管理”，宣称这些思想的独立化，是过去和现在某些思想家产生的哲学幻想。在阶级对立的社会，为了达到自己的目的，统治阶级利用媒介不得不把自己的利益说成是社会全体成员的共同利益，赋予自己的思想以普遍的形式，把它们描绘成唯一合理的、有普遍意义的理性。实际上，它们所掌握的新闻媒介正是社会的上层建筑，把新闻生产变为宣传工具。当进步的阶级代表社会大多数人的利益时，代表大众利益的新闻媒介才能产生，新闻生产才真正成为整个社会生产的一部分。在这种历史条件下，各个阶级或阶层的关系也起了根本性的变化，新闻报道具有了真正的价值和使用价值，广大公众才真正愿意消费它。

（责任编辑：）

收藏本文

⋮ 打印本页 ⋮ 关闭窗口 ⋮

读者留言

用户名: * 密码: (游客) 请在用户名处输入化名, 无需密码
邮箱: * 游客发言需提交邮箱
效验码: * 请输入: 8334

发表评论 评论内容: 不能超过250字, 需审核才会公布, 请自觉遵守互联网相关政策法规。



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved