

论新闻学与传播学关系网络中的纲与目 ——兼论哲学方法在科学研究中的地位

2009-12-30 林之达 付文波 阅读85次

一、背景与目的

我们之所以提出这个题目来讨论，是鉴于在新闻传播学界出现了一个怪现象：面对一个较复杂的研究对象，都不使用最适合考察、剖析这一对象的科学视角、科学策略、科学方法，却随意拿起一种视角、策略、方法盲目地考察、分析一通，结果，不但没有把对象揭示、剖析得清晰明白，反而把它捣成一桶浆糊，各执己见，争执不休，让读者特别是青年读者莫衷一是，迷惑不解。新闻传播学界这一怪现象最典型地表现在关于新闻学与传播学关系的争论上。

传播学于上世纪30年代产生于美国，70年代末便传到中国。这个舶来品，一进到我国就经历了由误解到理解，由责难、抵制到认可的曲折过程。1997年国务院学位委员会把新闻传播学列为一级学科，新闻学与传播学作为其下的二级学科，又掀起了新一轮更激烈的关于新闻学与传播学关系的争论。我们不是反对争论，因为，学术争鸣对于推进科学的健全发展不仅是正常的而且是必要的甚至是不可或缺的。我们要批评的是：争论各方都不注意研究视角、研究策略、研究方法的选择。打个形象的比喻：他们在把一块木料做成某一器具时，不考虑是适合劈还是适合锯或者是需要锉亦或是需要雕刻，更不考虑何时及在什么情况下使用“劈”、“锯”、“锉”、“雕”，斧头、锯子、锉子、雕刀齐上阵，结果是瞎子摸象各执一词，对传播学与新闻学的关系作出了各种主观论断：有新闻学终将被传播学取代的“消亡论”或叫“取代论”；也有二者相互借鉴的“融合论”或单向借鉴的“融入论”和“部分融入论”；还有各不相干的“各自发展论”和相互依存的“协同发展论”，[1]等等。

如追索产出这些“论断”的视角，没有一个是透视新闻学与传播学的内部核心结构，在揭示出二者内在联系基础上再揭示二者的异同。都是站在一旁，用常规望远镜望一望就发表观感。以产生“消亡论”和“融合论”的视角为例：有学者从事物发展的阶段性视角观察后认为：“当前世界上新闻学正在向传播学发展，这是一个历史性趋势”，“而我国新闻传播事业已确定无疑进入大众传播事业阶段”，“我国传播学研究及时转入以传播学、大众传播学为主的研究，已势在必行。”[2]另有学者从事物新陈代谢的衰亡新生视角观察后认为：“传统新闻学正一步一步地走向衰老，即将成为一门‘绝望的学问’，因此用新闻传播学取代新闻学，再以传播学替换新闻传播学，这实在是社会的需要，时代的趋势，历史的必然。”[3]又有一些学者虽然仍不清楚新闻学与传播学的内在核心结构及内在联系，但从对待新事物应有的一般态度“他山之石、可以攻玉”看：“借鉴传播学的优秀成果（如受众理论、效果理论、经营理论）是新闻学的当务之急”。“导入西方传播学，吸取传播学中的合理内核，改造中国传统新闻学”。[4]我们之所以把以上视角称为“常规望远镜”，是因为这些视角是观察普通事物常用的，它只能凭借事物生存发展的阶段性、新陈代谢、相互可借鉴性来判断所观察的对象。由于这种判断还停留在一般而未深入到个别，也就是只判断对象“类”的大致共性，而没有揭示对象的具体“个性”，而科学研究的目的是要揭示对象的个性，揭示对象“类”的共性只能是为揭示对象具体个性搭个引桥，还没有深入到对象内在个性里去。所以，我们说，上述观感仅是站在对象内在个性的外面，使用“常规望远镜”观察后，对对象“类”的共性的表述，远没有达到研究的目的。

如再追索产出上述论断的“策略”，没有一个策略找准剖析对象的切入点，都在穿行“迷宫”时进错了口，都没有找到新闻学与传播学的内部核心结构，没有揭示出二者的内核及其相互的内在联系，在揭示出二者内在联系基础上再揭示二者的异同。都是在“进错了口”的错误道路上对“迷宫”的一路风

光进行非本质的有的甚至是错误的描述。要揭示传播学与新闻学的关系与异同，首先要解决从何着手的问题。那么从何着手呢？有的认为应从“把握新闻学与传播学”的“规定性”着手；[4]有的主张首先要划清两“学科的界限”[5]或“在划清两学科界限的同时，看清两学科的联系”；[6]有的则力主先要揭示两“学科内涵”；[6]还有的认为当务之急是要给两学科“正名”[7]或“定位”。[8]其实，这里的“把握规定性”、“划清界限”、“正名”、“定位”，实质上是一个意思，就是揭示两学科各自的内涵。正是在这个揭示内涵的问题上，他们又走到非科学的歧路上去了。揭示概念的内涵，就是揭示概念所反映的事物的特有属性，在这里就是揭示新闻学和传播学各自的特有属性。那么，传播学与新闻学各自的特有属性是什么？有学者竟然说：“传播学是以人类传播或社会传播为研究对象的科学”。“新闻学是研究新闻信息与新闻事业的特点和规律、新闻与社会的关系和作用的科学”。[6]这种论断极具主观随意性，试问：新闻信息需不需要传播，新闻信息事实上在传播没有？传播学研究的对象“人类传播或社会传播”是不是也是信息的传播？怎么把二者说得像是互不相干？这种主观轻率的论断不仅把本来同族同宗的两门学科（本文在后面将证明）描绘得形同路人，互不相干，与本次研讨要揭示两学科内在联系的宗旨背道而驰，而且，也未揭示出这两门学科的本质区别：“以人类传播或社会传播为研究对象的科学”对于新闻学来说不是传播学的特有属性，因为新闻学也要研究“人类传播或社会传播”中新近发生的事实信息或事实新近变化信息的传播；“新闻事业的特点和规律、新闻与社会的关系和作用”都是新闻信息传播及其影响的具体体现，也不是只有新闻学才研究而传播学不研究的，亦即不是只有新闻学具有而传播学不具有的特有属性。学科各自的特有属性就是该学科才有而别的学科不具有的属性。传播学与新闻学的特有属性就是各自独有而不能共有的属性，那么，从哪些方面去揭示这两学科各自独有的特性或者去区别二者呢？有的学者认为要从“研究领域”、“研究侧重点”、“研究方法”和“科学背景”4个方面去揭示二者的区别；[9]有的学者主张从“研究视角、研究侧重点、研究内容、研究范围和科学属性五个方面进行比较”[10]还有的学者主张从“学科背景、研究领域、主攻方向、研究方法、研究风格五个方面比较其差异。”[4]有学者从库恩范式理论看出：“正是研究对象或研究领域、研究层面或学理层面、学术立场或学术取向、研究方法这几个方面的异同所构成的整体，决定了新闻学与传播学的本质区别与内在联系。”因此主张从这几个方面去比较，就不必“人为轩轻，制造你死我活”的争论。[6]其实，这些学者从以上这些切入点不但没有揭示出传播学与新闻学的“本质区别与内在联系”，反而因任意罗列一大堆表面现象把两学科的内在联系与本质区别掩盖得越来越深，越来越严，越来越厚，让人更难看清。限于篇幅，在这里只选最后举到的这位学者的考察来说明我们的这一评判。为了不冲断行文的逻辑链，我们把对他以库恩“范式理论”作此论依据的质疑放在注释[11]里，这里专谈他在所选切入点的考察是否揭示了传播学与新闻学的“本质区别和内在联系”：

(1)在“研究对象或研究领域”里，这位学者发现“在媒介范围方面”“新闻学研究的是新闻媒介”而“传播学研究的主要是大众传播媒介”；“在媒介内容方面”，传播学研究“新闻、言论、知识、文艺(副刊)、文娱(节目)和广告等五种主要的信息类型”，而“新闻学研究的是新闻与言论两块内容”。在这里，这位学者把包括人际传播、组织传播等等在内的传播学的外延一下子缩小为大众传播学，而且，新闻学要研究的报纸、广播、电视等新闻媒介都是传播学要研究的大众传播媒介，由此能揭示出传播学与新闻的“本质区别”吗？至于“新闻学研究的是新闻与言论两块内容”更与新闻业界、学界的事实不符：在现代新闻媒介中开辟“文艺(副刊)”的综合类报纸比比皆是，从读者心理需要研究新闻媒体配备文艺、娱乐等内容对提高新闻传播效果的作用的论著也不胜枚举。这些能成为新闻学的特有属性吗？对“研究对象或研究领域”的考察揭示出了传播学与新闻学各自的特有属性和“内在联系”了吗？没有。

(2)在“研究层面或学理层面”里，“大众传播学的研究层面是基于新闻、广电、公关、广告之上的一般性传播规律的整体性层面，因而其学理层面也就比新闻学的学理层面更加抽象，更加一般，也更富有理论的概括性和指导性。同时，我们也不应忘记传播学的应用学科，比如公关、广告的研究层面或学理层面，又处于大众传播学之下与新闻、广电相类似的层面上。”在这里，这位学者又犯了把论题中的“传播学”等同于其中的某一外延——大众传播学的错误，即使在此的立论成立，也只是新闻学与传播学众多外延中的一个外延的区别而不是与传播学的区别，更何况，在撇开“新闻”是“传播”属概念中的种概念这个核心关系（亦即是新闻学与传播学关系的基因），谈“大众传播学的研究层面是基于新闻、广电、公关、广告之上”、“公关、广告的研究层面或学理层面，又处于大众传播学之下与新闻、

广电相类似的层面上”不仅具有主观随意性，而且，与新闻学与传播学的“本质区别和内在联系”擦肩而过，实在令人惋惜。

(3)在从“学术立场或学术取向”考察两学科的同异时说：新闻学向来“重价值理性，”因而“重人文理想、人文精神的灌输与养成”；“传播学经验学派”“只求工具理性”，而传播学批判学派“追求的是价值理性而不是工具理性”。我们在科学研究中倡导及时运用世界上的新兴理论，因而这位学者运用德国学者马克斯·韦伯的“价值理性”与“工具理性”的概念来考察传播学与新闻学的异同是值得赞赏的。然而遗憾的是，由于没有把马克斯·韦伯在《经济与社会》一书[12]里提出的“价值理性”与“工具理性”的关系搞清楚，致使在这里的运用犯了个大错误。在韦氏那里“价值理性”是目的理性，“工具理性”是实现这一目的的手段理性。二者相辅相成，不能割裂开来孤立运用。试问：只“重价值理性”的新闻学，为了更有效的“灌输与养成”“人文理想、人文精神”，难道就不讲究“灌输”的方式方法，不考虑“养成”的手段了吗？实际上，我们的新闻工作者为了提高新闻信息的传播效果（报纸的发行量、广播电台的收听率、电视的收视率）每天每时都在绞尽脑汁采用最有效的方式方法，苦苦搜寻能在市场竞争中出奇制胜的手段，怎么能说新闻学只重价值理性而不重工具理性呢？更不能让人理解的是：怎么能从“美国主流传播学……是为了……争夺商业广告……政治竞选……”得出“从一开始就放弃价值理性”的结论？难道“争夺商业广告”、争取政治上的胜选不正是价值理性的表现吗？这样的论证不是让读者对传播学与新闻学“本质区别和内在联系”更明白而是更糊涂。

(4)这位学者认为，在“研究方法”上，“传统新闻学……缺乏研究方法的自觉”；而“美国主流传播学”则重视“通过量化与统计的过程来求得实证性的结论。”只要读过台湾罗文辉教授的《精确新闻报道》和大陆肖明、丁迈老师合作的《精确新闻学》以及中国人民大学喻国明教授关于新闻传播的大量调查统计报告的人就会感到奇怪：怎么能把“通过量化与统计的过程来求得实证性的结论”作为美国主流传播学区别于新闻学的特点？

从上看出，如不使用最适合考察、剖析对象的科学视角、科学策略、科学方法，随意拈来的视角、策略、方法都不能揭示出传播学与新闻学的本质区别和内在联系。

在新闻传播学界，除了关于传播学与新闻学的关系的讨论，在其它问题的讨论中也不同程度的存在着不讲研究视角、研究策略、研究方法的正确选择，导致研究结果不理想的现象。甚至在其它领域的学术研讨中也存在着类似的现象。

“工欲善其事，必先利其器”，上述关于传播学与新闻学的关系的争论及类似的学术争鸣启示我们，在科学研究方法多元化的今天，只“利”其器还不够，还得“选”其器。本文的目的就是通过筛选考察传播学与新闻学关系的有效方法，来探索如何根据研究对象及其依存条件的特点选择相应研究视角、研究策略、研究方法的基本法则。

二、找准切入点及切入的方法

科学研究要取得好的效果，必须选择好、使用好研究方法。要选择好研究方法，就得对可供选择的众多研究方法有一个总体认识，为此，不但要对社会、人文科学的研究方法系列构成有一个总体把握，而且对每一你要使用的方法的特点、性能、适用范围、使用法则有一个初步了解。前面谈到新闻传播学界关于传播学与新闻学的关系讨论所犯的错误，就是对社会科学和人文科学的研究对象、研究方法没有进行哲学审视。对其总体构成缺乏起码的把握所致；同样，不了解所使用方法的特点、性能、适用范围、使用法则就会出现把“锯子”当“斧头”砍的错误。有位青年使用“模式”方法来表述他的理论时，由于不知道“模式”的一大特点就是提炼原型要素后对原型结构的内在逻辑作简单、明白、扼要的表述，因而他反其道而行之，把原型的枝节详细地描绘在模式里，密密麻麻，妨碍读者通过简明的模式来认识、理解复杂原型的架构、原理和主旨。

那么，在哲学审视中，社会科学、人文科学的研究对象、研究方法是怎样一种图景呢？这种图景就是：任何一门社会、人文科学研究的对象，一方面与世界万物有最普遍、最一般的共性，与同类事物有

类的共性，另一方面也有自己的个性。观察它与世界万物最普通、最一般的共性，要用哲学的眼光、哲学的方法；认识它类的共性，要用这门学科的基础学科通常采用的研究方法来考察它；要揭示它的个性，就得用独特的研究方法了。因此，社会、人文科学的研究方法有哲学水平上的、基础学科水平上的和专业水平上的三个层次。可惜，许多学者只重视专业知识的积累而轻视哲学的学养，习惯运用基础学科水平上和专业水平上的方法，轻视哲学水平上的方法论的把握和运用。前面我们看到，那么多学者积极踊跃的投入到热烈的探讨中，却没有揭示出新闻学与传播学的内在联系和本质特点，根子就在于没有站在哲学的高度，没有站在战略和策略的高度找准最佳切入点。没有找准最佳切入点便盲目考察、比较、分析起来，那就很难找到也很难抓住决定二者本质特性的基因，只能抓住一些皮毛、一些枝节进行比较，其结果，不仅揭示不出新闻学与传播学的本质区别和内在联系，而且把问题搞得更杂乱、更糊涂。如果这些学者站在战略和策略的高度，以鸟瞰图的眼光、哲学的思维，搜索出对象的最佳切入点及对口的方法进行考察、比较、分析，那就好办了。

那么，如何找准考察传播学与新闻学两学科关系的切入点呢？首先，暂时跳出专业研究方法的局限，从哲学方法论的高度和广度去思索：在黑格尔看来，世界不是一切事物的总和，而“是一切过程的总和”。[13]而“任何过程如果有多数矛盾存在的话，其中必定有一个是主要的，起着领导的、决定的作用。”在对象内在的众多矛盾中，如果“捉住了这个主要矛盾，一切问题就迎刃而解了。”[14]事物内在的主要矛盾就是影响、牵动、决定整个事物全局的纲领。所谓“提纲挈领”“、纲举目张”，就是我们民族对考察、认识、分析、驾驭对象的有效策略的哲学总结。[15]那么，新闻学、传播学内在的主要矛盾是什么，也就是影响、牵动、决定这两门学科全局的“纲”是什么？那就是这两门学科各自的研究对象：新闻和传播。正像某一生命的基因决定着这一生命的特性一样，一门学科研究对象的性质、结构、功能，决定着这门学科的特点、体系结构或理论框架、社会作用和地位。因此，对新闻学与传播学的比较，首先得抓住二者论新闻学与传播学关系网络中的纲与目的研究对象新闻与传播进行比较才能揭示出这两门学科的本质区别和内在联系。纲举目张，也才能理清新闻学、传播学的脉络进行系统的比较。

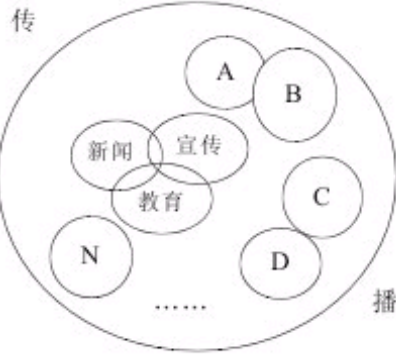
最佳切入点找到后，第二步就是要找到最适合考察这个切入点的方法。既然，这里比较的是作为人脑反映客观存在的新闻与传播两个概念，而认识概念之间关系的科学方法要数研究思维规律的逻辑学最为适合。按逻辑学的方法，比较、揭示新闻与传播二概念的内在联系、本质区别和各自的外延。在此基础上，再清理出新闻学与传播学各自的脉络，一一进行对应比较。按此路径考察、研究，不仅可揭示出传播学与新闻学的内在联系和本质区别，而且因举纲而张目，使传播学与新闻学的考察、比较，条分缕析，一目了然，避免捣成一桶浆糊。

三、哲学审视、选择后的再考察

既然随意拈来的那么多方法都不能揭示传播学与新闻学的本质区别和内在联系，既然通过哲学审视不但基本把握了人文科学和社会科学的研究对象、研究方法总体，而且帮助我们找到了考察传播学与新闻学关系的最佳切入点和适合考察这个切入点的方法，那么，后者所选择的研究策略、研究思路是不是凑效呢？还是让事实来回答。

我们先从哲学审视所选择的切入点：传播学与新闻学的研究对象——“传播”与“新闻”的考察起走。

按传播学奠基人之一的哈罗德·拉斯韦尔的5W模式意向，这里的“传播”，不是指动物的信息传播，也不是指人体内神经兴奋的信息传导，而是指人类社会人与人的信息交流与沟通，是指人类信息的传通。“新闻”是指人类社会新近发生的事实信息或事实新近变化的信息，要满足人们对新闻信息的需要，还要把新闻信息传送到受众那里。可见，新闻与传播都是指信息在人与人之间的交流、传通，不同的是传播要交流、传通的信息除新闻信息外还包括成千上万种人类需要的所有信息，新闻只是传播中的一种信息，新闻是传播的种概念，传播是新闻的属概念。二者的关系可图示如下：



新闻信息是新近发生的事实或事实新近变化的信息，而传播的信息时间跨度更广大：既可以是新近发生的信息，也可以是以前甚至古代发生的信息，只要这些信息是人类需要的。如我们传播爱国主义，总是离不开引证我国光辉灿烂的悠久历史文化方面的信息。

新闻信息一定要真实，真实是新闻的生命，没有真实，新闻就活不下去；而传播的信息可以是真实的也可以是不真实的，只要所传播的信息能帮助传播者达到传播目的就行。如，当年为了更好的传播好中国共产党第七次代表大会精神，毛主席在闭幕词里引用了《愚公移山》这个寓言故事就是例子。

二者的关系还可从传播的外延划分图式中看出。

如果按逻辑学众多外延划分方法中的连续划分法，第一次以是否使用大众传播媒介为标准，可以把传播划分为大众传播与非大众传播两类，组成第一级传播类别；第二次对第一级传播类别分别以是否传播新闻信息为标准，可以把大众传播划分为新闻传播与非新闻传播两类；以传受的人数为标准，把非大众传播划分为人际传播和群体传播两类。第二次划分出的4小类组成传播的第二级类别；第三次对第二级传播类别分别以是否面对面为标准，把人际传播划分为直接人际传播和间接人际传播；以通过什么大众传媒可以把新闻传播划分为报纸新闻、广播新闻、电视新闻、网络新闻等；把非新闻传播划分为书刊传播、音像制品传播、报纸非新闻传播、广播非新闻传播、电视非新闻传播、网络非新闻传播。第三次划分出的16个小类组成第三级传播类别。连续划分出的传播三级结构如下图：

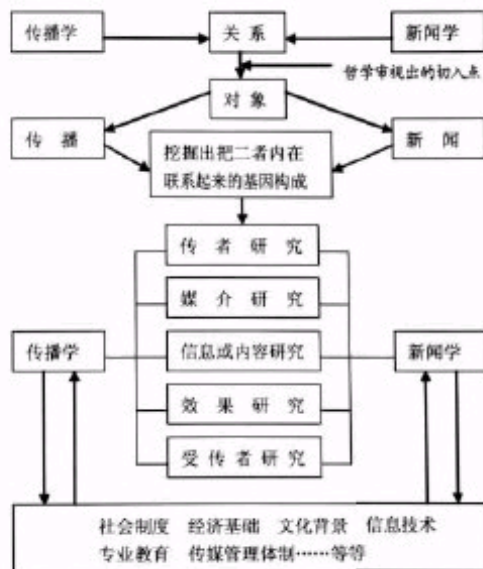


通过对新闻学与传播学研究对象的考察我们发现：

第一，既然“新闻”与“传播”都是指人类信息的交流、传通，那么，考察“人类信息交流和传通的规律、特点、社会功用与影响”不仅是新闻学与传播学研究的核心内容，而且也是两学科内在联系的脐带，是决定两学科共性的基因，并由此可以把新闻学看成是传播学“血统里的同族同宗的众多家庭中的一家”。

第二，既然“新闻”与“传播”的本质区别在于：一个是指新近发生的事实信息或事实新近变化的信息的交流、传通，另一个是指人类所需的全部信息的交流、传通。二者的关系是属概念与种概念的关系：传播是新闻的属概念，新闻是传播的种概念，是传播的众多种概念中的一种，那么，新闻学便是传播学众多外延中的一个外延。从这个意义上看，虽然不能说传播就是新闻，但可以说，新闻是一种传播。

第三，“一门学科的体系结构主要由这门学科的研究对象的内部结构及与之有关的事物的联系网络所决定。”[16]传播学的体系结构主要由传播过程以及影响传播过程的因素组成。传播过程就是信息从传者那里发出通过某种媒介到达受传者的过程，完成这一过程必须有“信息”、“传者”、“媒介”、“受传者”4个要素，绝大多数传播还追求一定的效果，如果再加上“效果”这一要素，就成了哈罗德·拉斯维尔传播模式中的“5W”所指代的5要素。既然新闻也是一种传播，新闻过程也是由这5要素构成。影响两过程的因素或者更准确些说，与两过程互动的因素主要有：社会制度、传媒管理体制、经济基础、文化背景、科学技术特别是信息技术水平、包括新闻在内的传播专业教育等等。这样，由于找准了切入点，抓住了传播学、新闻学的“纲”，便牵出把二者本质联系起来的基因构成脉络，让揭示二者异同的众多研究项“目”也张开来，使考察的思路清晰可见：



从以上5要素去考察两学科的关系与前面那些学者从“学科背景”、“研究风格”、“学术取向”、“研究侧重点”、“研究方法”等等方面去考察有什么不同？这个不同给了我们什么有益的启示呢？

因这5要素是两学科共有基因的构成，因而从这几方面考察所得的共性相对于其它学科来说就是这两学科的特性；从这几方面去比较，就会揭示出传播学与新闻学的本质区别。而以上学者由于不是从两学科共有基因的构成去考察，那就既揭示不出两学科与其他学科的根本区别，又找不到二学科的本质区别，也不可能看到两学科的内在联系，更理不出两学科基因构成的脉络，相反，正如前述，把传播学与新闻学的关系捣成了一桶浆糊。

这就启示我们：人文、社会科学工作者除了专业上下功夫，还须重视哲学的学养。如果不善于运用哲学方法，我们在考察研究对象时就难于找到正确的视角和切入点，就难于理出正确的研究思路，就难于制定出提高研究效率的正确研究策略，甚至还会陷入不得要领，盲目乱论新闻学与传播学关系网络中的纲与目撞的境地。

注释：

- [1]唐远清. 新闻学与传播学关系辨析[J]. 当代传播, 2007, (5).
- [2]明安香. 新闻学向传播学的历史性发展[J]. 新闻与传播研究, 1994, (1).
- [3]邵培仁, 叶亚东. 新闻传播学[M]. 南京: 江苏人民出版社, 1995: 1-2.
- [4]李良荣, 李晓林. 新闻学需要转向大众传播学[J]. 新闻大学, 1998年秋.
- [5]邓涛. 传播学岂能替代新闻学[J]. 今传媒, 2007, (4).
- [6]董天策. 理性审视新闻学与传播学的关系[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2008, (2).
- [7]赵心树. 新闻学与传播学的命名、使命及构成——与李希光、潘忠党商榷[J]. 清华大学学报(哲学社会科学版), 2007, (5).
- [8]李启. 试论传播学与新闻学关系的定位[J]. 新闻与传播研究, 1996, (1).
- [9]张俊德. 简论中国传播学与新闻学关系[J]. 新闻知识, 2002, (2).
- [10]王泽华. 新闻学与传播学之比较[J]. 中国广播电视学刊, 1992, (2).
- [11]这位学者引用托马斯·库恩的话，理论范式“代表着一个特定共同体的成员所共有的信念、价值、技术等等构成的整体。”便轻率地说：“从库恩范式理论可以看出，正是研究对象或研究领域、研究层面或学理层面、学术立场或学术取向、研究方法这几个方面的异同所构成的整体，决定了新闻学与传播学的本质差异与内在联系。”相信任何一个认真的读者反复读上面段文字，都“看不出”库恩的那个“整体”，怎么等于这位学者的这个“整体”。

[12][德] 马克斯·韦伯. 经济与社会（上卷）[M]. 北京：商务印书馆，1997.

[13] 黑格尔. 哲学史讲演录[M]. 北京：商务印书馆，1997年第5次印行，第4部，结论.

[14] 毛泽东著作选读[M]. 北京：人民出版社，1986：162.

[15] 纲举目张，原意是说：只有提起鱼网上的总绳，一个个网眼才会张开。比喻只有抓住事物的关键，才可能理出事物的头绪，否则事物就是一团乱麻，越理越乱。由于这是对考察、分析、研究对象关系最有效策略的朴素、生动、形象的哲学总结，常为历史名人所喻用。如，汉·班固在《白虎通·三纲六纪》里说：“若罗网之有纪纲而万目张也……”毛主席在《关于农业互助合作的两次谈话》里引用说：“有句古话，纲举目张，拿起纲，目才能张……”

[16] 林之达. 宣传科学研究纲要[M]. 成都：四川省社会科学院出版社，1988：70.

作者单位：四川省社会科学院新闻所。

来源：《江淮论坛》2009.5

网站编辑：钱翥

[关于我们](#) | [服务范围](#) | [网站合作](#) | [版权声明](#) | [网站地图](#)

Copyright ©2007 All rights reserved Sichuan Social Science Online

四川省社会科学院信息网络中心设计制作

mail: sss@sss.net.cn

蜀ICP备05003527号