



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

新闻学研究的不同视域

<http://www.fristlight.cn> 2006-12-13

[作者] 芮必峰

[单位] 传媒学术网

[摘要] 新闻学是新闻事业产生以后发展起来的一门科学。新闻事业与社会生活有着千丝万缕的联系，与政治、经济、文化等重要社会领域存在着作用和反作用的互动关系。有学者将新闻事业与社会生活各个领域的这种结构功能关系的总和称之为“媒介的生态环境”。1学者们往往会从不同的角度来审视上述关系，进而将目光聚焦在某一关系层面上，并以此建立自己的理论观点甚至思想体系。这就是我们所说的研究视域。

[关键词] 新闻学;新闻事业;社会生活

新闻学是新闻事业产生以后发展起来的一门科学。新闻事业与社会生活有着千丝万缕的联系，与政治、经济、文化等重要社会领域存在着作用和反作用的互动关系。有学者将新闻事业与社会生活各个领域的这种结构功能关系的总和称之为“媒介的生态环境”。1学者们往往会从不同的角度来审视上述关系，进而将目光聚焦在某一关系层面上，并以此建立自己的理论观点甚至思想体系。这就是我们所说的研究视域。科学工作者在从事科学研究时，都有一系列“给定”的理论前提，这些理论前提常常被包含在培养职业科学家的教育机构和教科书中，它们被视为理所当然的真理，影响并制约着科学研究。托马斯·库恩（T·S·Kuhn，1970）用“范式”（paradigm）来描述这种支配特定时代、特定科学家群体科学研究的理论前提和理论假设。库恩认为，科学发展的标志并不在于各种科学知识的日积月累，而在于科学范式的发展变化。当一个时代的科学家们根据既定的范式努力工作时，往往会不可避免地遇到一些与既定范式不符甚至矛盾的情况和问题，随着矛盾的增加，原先那个破绽百出的范式将被放弃，代之而起的是一种充满希望而不是被显然无法克服的矛盾所困扰的新的范式。这就是库恩所说的“科学革命”。2在库恩看来，科学革命才是科学进步的真正标志。研究视域显然不同于科学范式，也不具备科学范式那样的革命力量。但它却影响着新闻学研究的发展方向，限制着新闻学研究的内容，规定着新闻理论的话语体系，甚至成为某些理论观点争论不休、某些工作原则和方法对立冲突的重要原因。例如，怎样看待新闻媒介与政府或执政党的关系？新闻单位究竟应该是事业性质还是企业性质？媒介自身的形式与媒介传播的内容何者更为重要？难道仅仅是内容决定形式吗？发行量和收听收视率能不能作为判断媒介优劣的标准？满足公民的“知情权”、行使记者的采访报道权、保护消息来源等要不要有个“边界”？如果要这些“边界”该怎样划？为什么这样划？凡此种种问题，不同视域的理论 and 学者往往会有不同的回答，由于不同的视域有各自不同的逻辑起点和归宿，一些看似对立的观点、原则和方法又各有其“合理性”；同一视域的学者，由于所遵循的理论前提不同，对上述问题也会做出不同的回答，而这些回答的“合理性”则体现在与所遵循的理论前提的逻辑关系上。纵观百余年中外新闻学发展的历史，我们可以大致梳理出四种不同的研究视域：政治视域；经济视域；文化视域；专业视域。在新闻学术史上，尽管四种研究视域并没有一条十分清晰的线形发展脉络，但其间仍能发现一些共性的东西。首先，政治视域在各国新闻学研究中始终或明或暗地占据着重要位置，甚至影响和左右着其他视域的研究。其次，专业视域是新闻传播由一种职业（occupation）发展成一门专业（profession）的产物，由于新闻传播的职业化进程不同，这种研究视域在各国出现的先后次序也不同，但就各国自身看，较之其他三种研究视域，它都是一种相对晚近的研究视域。第三，特定国家在特定的历史时期往往有某种占主导地位的研究视域，从而形成该国这一时期的主流理论话语体系；而其他边缘化视域一方面对上述主导视域起到辅助和补充作用，另一方面又对主流理论话语体系进行挑战，从而形成某种理论张力，推动新闻学研究的发展。第四，无论中外，新闻学的研究视域基本上沿着“政治-经济-文化-专业”这样一条大的主线发展，并且逐步由单一走向多元，由对立趋于融合和统一。一、政治视域：中国古代基本上把政治理解为治国安民的事务或者活动，孙中山先生说：“政就是众人之事，治就是管理，管理众人的事，便是政治。”西方“政治”一词源自希腊语Polis，即城邦或城市国家的意思。列宁说：“政治就是参与国家事务，给国家定方向，确定国家活动的形式、任务和内容”。3现代政治的基本内容是围绕着马克思所说的“政治国家”，即政治体系展开的。以国家形式出现的政治体系是政治活动和政治关系的焦点。新闻学研究的政治视域首先与这个“焦点”联系在一起。以印刷物和报纸为代表的现代传播媒介从诞生那天起，就涉及

到它们在政治体系中的地位问题，具体表现为与政府以及后来的执政党之间的关系问题。集权主义理论、自由主义理论、党报理论以及发展新闻学理论等，当代新闻学中这些带有“范式”意义的理论几乎都是这种视域的产物。约翰·梅里尔（John Merrill，1974）在总结新闻学各种主要理论的基础上，提出“政治-报刊圈”（political-press circle），认为所有这些理论无非表现为两大趋势——集权主义和自由主义，它们在意识形态上彼此独立，但在实际运行中却存在着经由“国家主义”而彼此相通的路径。4 政治视域关注的首要问题，即逻辑起点是新闻媒介在“政治国家”中的地位以及由这种地位而发挥的作用。媒介是独立于政府还是依附于政府？哪一种处理方式更有利于它们在政治体系中发挥积极作用？集权主义理论与自由主义理论正是在这个问题上存在着根本分歧。集权主义理论认为，国家是实体的存在，公共权威的代表，有着自身特定的目标和至高无上的权力，政府是国家权力的管理者和行使者，新闻媒介毫无疑问是政府管理和行使权力的工具之一，必须依附于政府；在政党政治中，就是党的工具，就应依附于党。自由主义理论坚持认为，国家只是由个人组合而成，它本身只是促进每一个社会成员充分发展的手段，新闻传播也是这种手段之一，作为一种手段的新闻传播没必要也不应该依附或服从另一种手段，相反它应该始终保持其独立性；只有独立的媒体在政治体系中才能发挥更加积极的作用。不管两种理论还有一些什么样的更根本的理论假设和前提，也不管它们还有多少花样繁多的变化形式，政治视域的逻辑归宿最终都会落实到上述根本分歧上。可以说，政治视域在各国新闻学研究中都是较早形成的一种研究视域。政治体系决定了新闻传播的运作形式。具体到一个国家，不同的政治信仰和政治体制规定了这个国家的主流新闻理论话语体系。我国从延安整风时期形成的新闻理论话语体系是中国共产党的政治信仰，以及建国后所建立的政治体制决定的。因此，在政治视域下追问一种新闻理论的合理性，最终必然涉及对政治信仰和政治体制合理性的追问，而这种追问已经超出新闻学研究的范围。“全球新闻好像一块透明的水晶石，世界各地不同的、有时甚至相互对立的政治体系在上面切割并打磨出了不同的侧面，而国际新闻交换领域里令人瞩目的技术进步，并没有为新闻编辑人员在了解新闻透过这块水晶石后将被如何理解方面，提供任何有益的帮助”。5 从政治视域的逻辑起点和归宿看，新闻媒介的事业属性与产业属性、社会效益与经济效益、政治倾向性与客观公正等并不构成矛盾，它们最多只能是后者服从前者的几对关系。造成上述矛盾的重要原因在于别的研究视域有其自身的逻辑起点和归宿。

二、经济视域

用经济学的观点看，劳动分工使每一个社会成员变成了交换者，这种交换关系把当代社会的人们牢固地联系在一起，也正是这种交换关系在人们中间创造了一个完整的权利和义务体系。媒介和社会生活的关系就是这种交换关系的反映和体现。“报纸是一种私人企业，社会既没有给他任何特权，它对社会也不负任何义务。因此它不受社会利益的影响。报纸很显然地是其业主的财产，报纸业主是自负盈亏地出售其产品的……。”6 当年《华尔街日报》发行人的这番话可以视为经济逻辑的典型代表。经济视域是西方“大众化报刊”出现，媒介逐步成为一种私营企业的产物。作为一种企业的新闻媒介自然以经济效益为目标，只要不是法律所明文禁止的，什么样的内容和形式能满足消费者的需要就采纳什么样的内容和形式。这种逻辑的极端表现形式既与政治视域相冲突，又为文化视域所不容。所以除了19世纪中后期的美国，新闻实践中以这种极端形式出现的媒介并不很多，以上述极端形式表现的理论也不很多。但在各种变化的形式中，我们仍然可以很容易地发现它们的身影。事业属性与产业属性以及由此而引发的一系列矛盾，根深蒂固地存在于政治和经济两大视域的不同逻辑中。一定政治体制下的社会意识形态决定着该社会占主导地位的研究视域。当一种视域被一定社会意识形态不断强化，变成一种“视域霸权”后，其他视域的研究自然就会受到压制或排斥。1958年，王中因提出“报纸是一种商品”而受到压制，西方“新闻价值”理论相当长一段时间内在我国受到排斥等，都是这方面的例子。同样，西方一些学者长期拒绝承认新闻传播的宣传作用，坚持新闻媒介是完全独立的“社会公器”等，也有这方面原因。然而，政治与经济毕竟不是两块完全分割的领地。马克思主义认为，政治是经济的集中表现，反过来又影响并制约经济。政治与经济的这种密切关系，使两种研究视域又可能相互利用对方的理论，服务或加强自己的观点，从而把对方的逻辑纳入自己的逻辑体系中。比如，根据一定的政治逻辑，媒介的独立有利于民主政治建设，有利于它在政治生活中发挥最佳效应；但到了经济逻辑中，媒介的独立则成为有效经济运作的可靠保证。在政治逻辑中，受众（读者）观念是实现宣传效益的前提；但在经济逻辑中则成为争取广告客户、赢得更大利润的手段。从经济视域着眼，媒介集团是市场竞争中经济运作的产物，做大做强是为了提高自己的竞争能力；从政治视域着眼，媒介集团化是应对世界经济-政治一体化趋势的重要举措，目的是在全球化、信息化时代坚守和巩固自己的舆论阵地。毫无疑问，党报理论是政治视域的产物。中国共产党领导出版的第一份周刊，在其发刊词中就明确宣布：“我们的周刊不是营业的性质，是专门本着中国劳动组合部的宗旨，为劳动者说话，并鼓吹劳动组合主义。”7 党报理论拒斥经济视域的传统一直延续到1992年党的十四大召开以后。从20世纪90年代初期开始，中国新闻学研究视域发生重大转移，经济视域的研究论文和学术著作明显增多，而且随着形势的发展，尤其是媒介实践的发展，这种研究视域开始占据越来越重要的地位。新闻学研究视域的转移是我国意识形态发生变化，以及由此产生的媒介实践变化的反映。经济视域是对政治视域的重要补充，但不能替代政治视域，更不应变成一种新的“视域霸权”。总体上

看，经济和政治都是促进社会发展，推动人类文明、进步的手段。因此，包括这两种视域在内的各种研究视域的逻辑，最终应服从于人类社会实践的逻辑，即服从于人类社会的全面发展，人的尊严和人的价值的全面实现。三、文化视域：人是文化的动物。从人类制造的器物用品到行为方式、社会制度以及思想观念等都可以归入文化的名下。可以说，不论是有形的还是无形的，一切由人创造的、对人类构成意义的事物都可以视为文化。因此文化的本质就是意义以及意义的创造、交流和理解。这也正是哲学社会科学中文化视域所涉及的主要内容。新闻学研究中的文化视域基本上借鉴了传播学中的“媒介文化”研究理论，就像媒介文化理论基本上借鉴了哲学、社会学、文化学中的“大众文化”理论一样。媒介文化这个概念可以从两个方面来理解：一是从媒介所制造和传播的内容方面，一是从作为人类创造器物的媒介本身方面。当然，许多研究者在对媒介所制造和传播的内容进行深入研究时，也大量涉及到媒介在彰显这些内容时所处的各种所有制形式和控制形式，以及人们在解读这些内容时的各种意识形态背景。但文化视域与政治、经济视域的区别还是十分明显的，这种区别从英国文化学者雷蒙德·威廉斯（Raymond Williams）的基本观点中可以看出：只有在体制上从政府和市场分离出来，在言论自由的语境下，大众传播媒介才会作出文化上的贡献。8 20世纪30年代后，法兰克福学派的兴起使“媒介文化”研究得到广泛重视，其代表人物包括霍克海默（Max Horkheimer）、阿多诺（Theodor Adorno）、马尔库塞（Herbert Marcuse）、本雅明（Walter Benjamin）等。随后英国的伯明翰学派对此作出进一步贡献，代表人物有威廉斯、霍尔（Stuart Hall）、本尼特（Tony Bennett）、沃勒考特（Janet Wollacott）、费斯克（John Fiske）等。从法兰克福到伯明翰的“批判理论”源远流长、内容庞杂、成分各异，一直影响至今。总体上看，它们都非常注重从社会意识形态控制形式和所有制形式来批判和审视媒介文化，9可以视为宏观媒介文化理论。对于新闻学研究来说，媒介组织的文化生产过程更值得关注，因为对媒介组织运作的这些描述方法，主要源于对新闻生产的研究。新闻生产（当然也可以推及其他媒介产品的生产）包括“选择”（selecting）和“加工”（processing）两个重要环节。前者关系到从材料的挑选到传递成品的一系列决策，后者则与影响这些产品性质的工作惯例的运用相联系。卢因（Kurt Lewin, 1947）提出的“守门人”（gatekeeper）概念，高尔图（Galtung）和鲁格（Ruge, 1965）表述的“新闻价值”（news values）概念，以及费什曼（Fishman, 1980, 1982）、塔奇曼（Tuchman, 1978）的相关研究成果，一直被广泛用于描述新闻选择的过程；滕斯托（Tunstall, 1971, 1993）、赫瑟林顿（Hetherington, 1985）、埃里克森（Ericson, 1987）、休梅克（Shoemaker）和里斯（Reese, 1991）等对媒介组织结构的研究，则被广泛用于描述新闻加工的过程。10 媒介不仅仅制造和传播文化，它自身也是文化的组成部分。媒介技术的发展对我们用什么方式认识社会和自我，对我们怎样体会意义，进而对各种社会关系的形成都有重大影响。加拿大学者英尼斯（H·A·Innis）和麦克卢汉（M·McLuhan）是这种“技术决定论”的代表人物。英尼斯（1950, 1951）认为，某种特定的媒介对时间和空间有自己的“偏倚性”（biased），与具体物质在场紧密联系的媒介，如羊皮纸、陶土、石块等偏倚时间，而那些轻便的、保存不那么长久的媒介，如印刷纸张、广播等偏倚空间。时间意味着历史、道德和神圣，空间意味着现在和将来、技术和世俗。麦克卢汉接受并发展了上述思想，并以自己特有的表达风格，对技术媒介的意义做了更加深入和极具启发性的解读。今天的一些学者，像美国的马克·波斯特（Mark Poster, 1990, 1995）、保罗·莱文森（Paul Levinson, 1999）等，仍在沿着他提出的一些思路对以互联网为代表的数字时代做进一步研究。从一定意义上看，文化视域是对政治、经济视域反思和批判的结果，所以较之政治、经济，它出现的时间相对又晚一点儿。对于中国新闻学术界而言，文化视域尚属一种新的研究视域，在这一视域下形成的科研成果还非常有限，总的来说这方面研究目前还基本处在译介阶段。但由这种视域所唤起的、国内学界对新闻理论和实践中人文精神、人文关怀的重视，已经产生出积极的作用。四、专业视域：直到如今，新闻传播是否已经成为一门专业，学术界还有争议。但我们认为，这种争议并不影响新闻学研究中专业视域的存在及其存在的意义。早在一百年前，普利策就“希望开展一场运动，把新闻提高到一个学术性专业的层次”。11但事实上，几十年来，西方关于新闻专业化问题的提出和讨论主要集中在实践层面上，包括近年来被国内一些学者津津乐道的“专业主义”（professionalism），其实是只有“专业”，没有“主义”。我们所说的专业视域是一种学术立场，一套思维方式，一种理论建构。它站在“新闻本位”的立场上，从实践唯物主义出发，致力于新闻学“元理论”（metatheory）的研究，并在此基础上努力建构理论新闻学的学科体系。我们认为，新闻学要想发展到“学术性专业的层次”，这种研究视域和理论建构是不可缺少的。如果说政治、经济、文化视域对新闻学研究来说还具有一定的外在性，那么专业视域则是新闻学研究的内在视域。它以新闻和新闻传播为自己的特定研究对象，通过研究新闻和新闻传播自身的逻辑和质的规定性来思考各种实践层面的问题。从这个意义上说，我们也可以把专业视域称之为“本质视域”。没有“主义”的专业是难以立足的。这里的“主义”应该是由该专业自身的内在要求所决定，而不应该是为一些外部力量所强加；应该是新闻传播由自发走向自觉、“他由”走向自由的结果，而不应该是诸如“成名的想像”等外部因素影响和利诱的结果；应该是人类新闻现象和新闻活动发展历史和逻辑的统一，人类实践理性和精神理性的统一，而不应该是历史和逻辑的割裂，实践理性和精神理性的对立。因此，它必须建立在对人类新闻现象和新闻活动深入研究、理性分析、系统归纳的基础上。无论中外，新闻学似乎还缺少这

种深入研究、理性分析和系统归纳，与一些更为成熟的学科相比，新闻学还没有建构起自己的“元理论”，大量的经验性总结和太多的“拿来主义”，令一些人对它是否已成为一个学术性专业始终表示怀疑。宁树藩（1997）曾有感于此，提出需要加强“本义新闻学”研究，并在此基础上建立新闻学自身理论体系的设想。究竟什么是新闻？新闻属于社会存在范畴还是社会意识范畴？新闻能等同于新闻报道吗？人类社会何以需要新闻传播？新闻活动在社会实践中占据什么样的独特地位？发挥一些什么样的独特作用？新闻价值到底是由什么决定的？真实、客观、公正应该如何界定？新闻传播机构及其从业人员为何必须坚持这些标准？这些决不是一些“没有意义”问题，也不是一些可有可无的理论空谈。恰恰相反，只有在深入研究这些基本问题的基础上，新闻传播才真正有“学”可言，这门学科才能真正有自己的立足之地；也只有在深入研究这些基本问题的基础上，才能进一步在实践层面上厘清事业属性与产业属性、社会效益与经济效益、权利与义务、自由与责任、“公器”与“喉舌”等一系列关系，进而对新闻传播实践起到真正的理论指导作用。政治、经济、文化都是新闻学研究的重要视域，因为新闻传播，尤其是新闻事业与这些领域存在着天然的联系。但新闻传播毕竟有它自身的逻辑，正如马克思指出的那样，报刊“具有连植物也具有的那种通常为人们所承认的东西，即承认它具有自己的内在规律，这些规律是它所不应该而且也不可能任意摆脱的。”¹²其他不同视域的研究可以丰富、补充甚至完善新闻学研究，但不应该也不可能代替新闻专业视域自身的研究。因此，在新闻学研究的四种不同视域中，专业视域应该进一步发挥自己的轴心作用。当然，作为人类社会实践的有机组成部分，新闻传播自身的逻辑不可能是孤立的，如同其他社会实践领域的逻辑不可能是孤立的一样。从根本上说，社会生活各个领域自身的逻辑来源并服从于人类社会实践的总逻辑，同时又是这个实践总逻辑的组成部分。这也是各种研究视域可以而且应该由单一走向多元、由对立趋于融合和统一的根本原因和重要前提。注释： 1 李良荣《新闻学导论》，第210页，高等教育出版社1999年版。 2 参阅托马斯·库恩《科学革命的结构》，芝加哥大学出版社1970年版。 3 列宁《未写成的文章〈关于国家的作用问题〉的材料》，《列宁文稿》，第2卷，第407页。 4 参阅芮必峰《西方“媒介哲学”评介》，载《新闻与传播研究》，1996年，第4期。 5 [美]威廉·哈森《世界新闻多棱镜》，第20卷，新华出版社2000年版。 6 转引自《报刊的四种理论》，第84页，新华出版社1980年版。 7 《劳动周刊·发刊词》，1921年8月创刊于上海。 8 见[英]尼克·史蒂文森《认识媒介文化》，第28页，商务印书馆2001年版。 9 参阅时同宇《从法兰克福到伯明翰》，载《现代传播》，2002年，第4期。 10 参阅麦奎尔《大众传播理论》（上册）第八章，[台]风云论坛出版社1996年版。 11 转引自[美]EM罗杰斯《传播学史》，第24页，上海译文出版社2002年版。 12 《马克思恩格斯全集》，第1卷，第397页，人民出版社1995年版。

[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

