



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

由新闻学关键词看新时期新闻理论的变迁

<http://www.fristlight.cn> 2007-04-02

[作者] 秦志希

[单位] 武汉大学新闻学院

[摘要] 关键词可以说是特定话语价值取向的凝结,是语言实践过程中的纲目、骨骼。从一定意义上看,我国新时期新闻理论的变迁集中体现在人们对新闻学关键词的思辨、讨论和表述等语言实践中,表现在关键词的变化上。于是,考察新时期以来新闻学关键词的兑演,就可以透视新时期整个新闻理论乃至社会文化思想的变迁。新时期我国新闻学处于理论体系建构的探索过程中,确乎经历了一个由“党报”本位、“新闻事业”本位向“新闻”本位的转向。但从另一方面看,我国新时期新闻理论又在这种转向过程中,在“党报”本位的基础上逐步形成、积淀有一种理论结构模式,这种理论结构模式对我国新闻理论乃至新闻事业都起到或隐或显的规范、制约作用。

[关键词] 新闻学;新闻理论;新闻事业

一关键词可以说是特定话语价值取向的凝结,是语言实践过程中的纲目、骨骼。从一定意义上看,我国新时期新闻理论的变迁集中体现在人们对新闻学关键词的思辨、讨论和表述等语言实践中,表现在关键词的变化上。于是,考察新时期以来新闻学关键词的兑演,就可以透视新时期整个新闻理论乃至社会文化思想的变迁。新时期我国新闻学处于理论体系建构的探索过程中,确乎经历了一个由“党报”本位、“新闻事业”本位向“新闻”本位的转向。但从另一方面看,我国新时期新闻理论又在这种转向过程中,在“党报”本位的基础上逐步形成、积淀有一种理论结构模式,这种理论结构模式对我国新闻理论乃至新闻事业都起到或隐或显的规范、制约作用。这种结构模式具体表现为,新闻理论话语某一关键词意义的展现几乎都与另一关键词相匹配、对应,它们两相比较而存在,互为界限、前提,双方都不能失去对方的支撑。如论及媒介性质,既讲阶级性,又认定媒介具有社会属性;既承认媒介代表人民利益,又强调其党性原则;既坚持新闻事业的意识形态性,又看到新闻事业的商品性特征;既认定媒介属事业性质,又指出对媒介实施企业化管理等。在论及媒介功能时,既强调社会效益又注重经济效益;既坚持新闻的指导性,又不忽视其服务性;既重视舆论引导,又注重舆论监督等。论及新闻报道,就有时宜性与时新性、倾向性与客观性等关联性的解析。论及新闻真实时,就有关于现象真实与本质真实之说,或代之以宏观真实/微观真实的辨析。论及新闻选择,就有宣传价值与新闻价值的相互制约。论及新闻传播,就有社会控制与新闻自由、新闻自由与新闻自律的权界阐释。如此等等,我们可以把新闻理论关键词这种结构模式称之为“二元对应式”。这种“二元对应式”是以党报为基点的必然的理论架构,是政党理论、要求与新闻规律二者的耦合。这“二元”中的一方,诸如“阶级性”、“党性”、“意识形态性”、“事业性质”、“指导性”、“舆论引导”、“时宜性”、“倾向性”、“本质真实”、“宏观真实”、“宣传价值”乃至“社会控制”、“新闻自律”等等,大多是政党政治理论及其要求的体现,另一方诸如“社会属性”、“人民性”、“商业性”、“企业化管理”、“经济效益”、“服务性”、“舆论监督”、“时新性”、“客观性”、“现象真实”、“微观真实”、“新闻价值”、“新闻自由”等等则都属于新闻本身的规律及其必然表现。可以说,新时期新闻理论关键词的“二元对应式”构成了一种奇特的理论结构景观。在中国,它与哲学、法学、文学、伦理学等大异其趣;对比外国新闻学,这种理论结构形式更是绝无仅有,显示出中国新闻理论的鲜明特色。二这种关键词“二元对应”的结构模式的形成表明新时期新闻理论历史性的进步。回顾新时期前期新闻理论的变迁,实际上是从“一元政治化”走向这种“二元对应式”的。新时期之前,高度集中的计划经济和政治体制,使当时我国的新闻媒介品种单一,全为党报性质,其时新闻理论主要围绕“老五性”展开。在阶级性、党性、战斗性、真实性、群众性等“老五性”这些关键词中,又以阶级性为其理论基础;党性是它的升华与集中,战斗性是它的具体要求,它统驭真实性,同时它泛化并吁求群众性。这就是说,阶级性这一关键词成为新闻理论的基石,政党政治理论入主新闻学,所谓新闻学事实上是在一种政治化的语境中敷展开来的。改革开放伴随思想解放,新闻理论的变迁具体体现在关键词两个方面的变化之中。一方面,人们对新闻学中的一些政治性关键词大都进行重新审读,其内涵被转换、拓展乃至更新。粉碎“四人帮”,新闻界首先围绕新闻事业性质展开讨论。讨论的结果,逐渐否定媒介“阶级斗争(专政)工具论”,确认媒介是“社会舆论工具”。这种由“阶级斗争(专政)工具”到“社会舆论工具”的关键词的转换乃是新闻政治性内涵的一种质变。稍后,人们又围绕新闻党性这一关

键词展开讨论。尽管当时出现重大争议，但随后所形成的共识是：党的意志事实上是人民意志的集中体现，为人民服务是党的基本内涵。[1] 我们历来强调党报的指导性，重视由上而下的舆论引导及教育作用，新时期提出“舆论监督”的问题，显示公众舆论对于上层建筑的制约、影响，集中表达了新闻政治民主的性质。“舆论监督”这一关键词也有着全新的意义。仅此我们即可发现，新时期人们在对新闻学政治性关键词的解读时，使新闻学政治话语的内涵实行转换、拓展和更新，其结果是欲使媒介回归社会，趋近新闻的本来属性。如果说十一届三中全会以前新闻政治话语是一种窄化新闻的话语，那么，改革开放以来的政治性概念则可以说是一种具备兼容性、趋向新闻本体的话语，二者具有完全不同的性质。另一方面，对新闻学一些学术性关键词的解读、确认，从而敷化为一套新闻学术话语。改革开放之初，新闻界开展了对“真实性”关键词的普遍讨论。人们批判“四人帮”搞“假、大、空”新闻，其本质也是在否定先在的政治理念对于新闻真实性的干扰、破坏，力图使新闻回归新闻本身，从而体现一种专业关怀的精神。特别是80年代初“信息”关键词的引入，给传统的新闻观念以巨大冲击，从而导致新闻理论更大层面的变迁。一是“信息”关键词的引入直接触发了新闻与宣传关系的讨论。过去人们往往把新闻等同于宣传，且把宣传无条件地置于新闻之上，认为宣传是目的，新闻只是手段，新闻在理论上处于附庸地位。而当确立新闻信息资源观，认识到开发、传播新闻信息是媒介的主要职能时，也就要求改变单从精神和狭隘的政治角度去认识新闻作用的观念。通过讨论，人们认为新闻与宣传二者既是相互交叉、渗透的，同时宣传又是以新闻信息传播为基础的，是通过新闻事实本身说话的。这种结论调整了新闻与宣传的关系，提升了新闻信息的理论地位，同样也体现了一种学术精神的跃升。二是“信息”关键词的引入连带触发了90年代新闻商品性的讨论。通过讨论，人们逐步认识到，新闻除了是一种意识形态，还带有一种经济实践和商品的特性。新闻报道与经常实践、新闻生产与物质生产不是分离而是交织重合的。有关新闻商品性讨论的深入，引起人们对新闻媒介性质的重新定位。既然媒介把信息的开发、采集、传播当作自己最主要的职能，努力面向全社会提供各种信息、知识和娱乐服务，那么，媒介本身就具备社会第三产业的特性。如果说媒介的意识形态特性强调的是新闻的指导性，那么，媒介的第三产业特性则强调的是信息的服务性，因为第三产业就其实质而言是一种社会服务行业。于是，服务性紧依指导性，遂在新闻理论中占居一席之地，而且对新闻媒介功能作了新的诠释。再则，媒介既是第三产业，那么，媒介在原有事业性质的同时，又兼具企业特性。为在市场经济条件下增强媒介的经济实力和竞争能力，人们提出“事业性质，企业管理”的命题。企业管理所体现的经济运行规则、服务意识、新闻竞争、资产增值等也就成了媒介运作的新的机制，为我国媒介的蓬勃发展注入了新的活力。总之，“信息”关键词的引入，有力更新并极大丰富了新闻学术话语的内涵。新时期新闻理论正是在这两条线索的历时性的演进中更新、发展的。三我们可以从文化的角度对这一过程进行具体分析。新闻学关键词演变过程本身蕴含着某些耐人寻味的文化思想内涵。

1、新闻学关键词的演变与整个新时期社会历史变迁相联系。从话语角度看，十一届三中全会的重要意义在于它为全社会提供了通用的关键词：改革开放，解放思想，实事求是。没有改革开放的话语氛围，新闻学关键词不可能发生松动与更新。没有解放思想、实事求是的话语指示，新闻学也不可能实现传统话语的突围，回归科学。新时期新闻学关键词及话语的变更，正是新的社会话语的促动，同时也是它的功能的具体表现。话语是实现了的主体性。陈旧的关键词是陈旧的传统思想的聚焦，而新闻学关键词的更新则是新闻界思想解放的表征，它浓缩着社会文化变迁的身影。而且，关键词的兑演，伴随着不同意见的论争。在论争过程中，不乏简单、偏执或政治化的批判态度(如80年代中期对待传播学的态度)，但是就总的情形而言，则显示了与改革开放的新时期相适应的从容与大度。这种学术民主风气的形成，正是学科趋向成熟的主体性保证。它表明新闻学者具有较为健全的学术文化心态。

2、关键词二元对应关系改变了新闻政治话语一统天下的局面，表现了对新闻学术的正视。如前所述，在二元对应构架之中，这些关键词两两处于对应状态，即一方以另一方作为自己存在的前提，界限，相互制约、支撑，否则，就可能是一种片面的、不合理的存在。如有关媒介属性，要是只讲阶级性而不讲社会性，或只讲社会性而否认阶级性，这本身就被认为是不合理的。在市场经济条件下，如果只讲媒介的社会效益而不讲经济效益，或只讲经济效益而不讲社会效益，同样是不可取的。这表明相对应的关键词具有互补的意味，一方给予另一方以补充。不仅如此，双方还有一种互相渗透的关系。人们认为，媒介的阶级性就渗透于社会性之中并通过社会性得以凸现。媒介的社会效益只有在媒介经济效益实现的过程中才可能得以显露。同理，新闻选择既要以新闻价值为基础，但如果仅以新闻价值为限而漠视宣传价值，就不可能产生好的社会效果。实际情形是宣传价值往往渗透于新闻价值之中，并通过新闻价值以显示自身的价值，理想的选择正是两种价值的互渗共存。如此等等，这种对应关系不仅表现了一种避免片面、追求辩证全面的意向，而且两者对应互补，表明人们认可政党政治性理论是新闻学术的内在构成，并不是外在的因素。这正是我国新闻理论以党报为主体研究对象的必然表现。关键词的二元对应、互补，又并不是对立或对等的关系。就总体而言，人们认识到，新闻之所以是新闻而不是别的什么事物，新闻传播之所以是新闻传播而不是别的什么活动，正有其自身的特殊规定性，是以其自身的客观规律为基础的，失去了这种特性、基础，所谓新闻的政治特性和政治作用等等也就谈不上。这样的结论

是关键词二元对应关系赖以存在的科学基础。3、语义的变化隐含价值的转移,词汇之间的关系表达着意义的结构。新闻学关键词所形成的政党政治话语与新闻学术话语虽界限分明,但又是相互交联的。如前所示,对政治性关键词的重审和阐释,刚好表现了对以往政治窄化造成新闻束缚的反驳,表现出对新闻本性的追寻与关怀。而对一些学术性关键词的深究又往往显示出返还意识形态的意向,学术关怀交织着现实功利。如对新闻价值在确认时,又往往否认新闻价值的绝对化,并表示对宣传价值的吁求;承认新闻的商品性和媒介第三产业特性时,又强调新闻事业所生产的是带有强烈意识形态的精神产品,新闻媒介具有意识形态特性,要讲求社会效益第一,经济效益第二等等。这表明,对新闻的学术追寻并不是完全纯正的学术关怀,仍割裂不了与政治事功的联系。这种现象说明新闻学既欲摆脱狭隘的政治理念的纠缠而又表现出对政治本身的倾羨与依托,为此形成了我国新闻学特有的意义结构:新闻学处于学术与政治的关联之中。关键词的二元对应关系既然表明我国新闻理论以党报为本位,那么,新闻机构及媒介功能也就势必成为研究的重点。新闻学关键词都是新时期以来人们普遍关注的新闻理论的一些基本问题。我们发现,这些关键词几乎都与新闻机构和媒介功能相关联,这也即是说,新闻机构及媒介功能被视为我国新闻理论的重心所在。无论是新时期前期媒介“工具论”的辩论、党性人民性的重提,还是市场经济条件下媒介意识形态性和商品性、产业性的讨论,或“事业性质,企业管理”的确认,所有这些都是人们随着时代的变迁在不断地重审媒介属性,这表明新闻机构的性质是人们时刻关注的理论中心。本来,新闻机构的研究空间应该是十分宽阔的,如新闻机构内部运行机制,新闻机构的历史发展过程与演变规律,新闻机构在社会总体中的地位,它与社会政治、经济、文化的关系,与社会公众的多方面联系,新闻机构在传播过程中的地位及运行规律等等,都可开展深入的探讨。应当说近年出版的新闻概论方面的著作有的已对这些问题做了程度不同的研究,但在二元对应关系中,政治性一方的牵连,又使对新闻机构的研究有所限定,更多局限于媒介属性、社会定位的范围之内,主要着眼于新闻机构与政治运作的关系及其作用。应该说,抓住新闻机构与政治运作的关系,也就抓住了新闻机构研究的重点,且具有直接的现实意义,但是,又应看到,这种由此及彼的线性思维又影响了媒介研究应有的深度和广度。除了直接指向新闻机构的关键词外,其余一些关键词,诸如倾向性/客观性(真实性),宣传价值/新闻价值,指导性/服务性,舆论引导/舆论监督等,人们在读解中不仅与新闻机构相关联,且大都直接间接地涉及媒介功能,这表明,媒介功能也是新闻研究的重点内容。本来,媒介功能的表现是多方面的,除传播新闻、引导舆论外,还有社会沟通、知识播散、提供娱乐、刊登广告等等,但由这些关键词的一方如倾向性、宣传价值、指导性、舆论引导可见,人们关注的主要是媒介功能中的政治功能。这些关键词相对应的另一方,如客观性、真实性、新闻价值、服务性、舆论监督等所反映的是新闻特性及职业使命,但是人们对这方面的探讨又多着眼于媒介的政治功能的发挥,并不为学术而学术,而是思考如何利用新闻规律更好地为社会政治服务,将学术直接指向现实功利。如人们探讨客观性这一新闻报道特性时,并不仅仅将客观性理解为让公众了解事实的全部真相,而往往是为了探求如何将主观寓于客观,更巧妙地表达倾向性。在提出新闻真实性问题时,人们又要求这种真实应当反映社会的本质和主流,即所谓“本质真实论”。在否定“本质真实论”后,人们改提宏观真实、广义真实或整体真实等等。其实,不论是老的或新的提法,同样都纳入了功用范畴,都在着眼于真实性的政治意义。再如,人们强调新闻的服务性,又不仅仅停留在满足受众的各种信息、娱乐等需求上,同时还强调要在服务中实施指导,从正确的方面去积极影响公众,也表现出一种功用目的。由此可见,关键词的二元对应体现了“学以致用”的思路,“一切的学术运作都以实际为轴心,以实践为本位,以实用为指归。”[2]在我们看来,这种为现实状态规定法则、提高策论和进行督导,对媒介运作实施直接影响并没有什么不好,反而有极强的现实意义。然而,仅仅“学以致用”,“学而为用”,追求直接的功利之术又似乎不利于新闻摆脱“术”的层次上升到“学”的境界。关键词所体现的政治与学术的二元对应,在注意发挥理论的立竿见影的作用的同时,又应着眼于新闻学术向深度和广度的进展。

4、关键词二元对应的结构形式,既有现实的成因,又有文化的渊源。新时期的改革开放,广泛而深刻的社会变革,要求新闻有效地与之配合,起到昭示政令、上下沟通、凝聚民心的积极作用。而且注重新闻的政治功能与实用功利,又与我们民族的传播文化传统有某种承传关系。在传统中国政治德性文化的大背景下,传播活动的独立性、信息价值的中立性显得异常微弱,人们在很大程度上重视的是传播政治训化、道德教化功能而不是信息本身。古代人际传播,讲究“道之以德,齐之以礼”,致力于“广教化,美风俗”,恪守“非礼”的内容既不传也不受的古训。古代教育不单传授知识,尤其教人以德行智慧,修身自律。古代驿传同样是“置邮”而为“传命”。总之,一切传播都被纳入到德政事功的范围之内。至近代,报纸可以说是配合政治的产物,被视为兴民振邦、“以言报国”、“有益国事”的“利器”,被当做是“政本之本”、“教师之师”,同样承受着道德教化、政治鼓动的重大责任。虽然新文化运动中邵飘萍、徐宝璜等人致力于“以新闻为本位”的学术倡导和理论创建,但他们实际的影响又显得相当微弱。西方的新闻理论与我们的注重政治功能与实用功利的传统大异其趣。严格说来,现代西方新闻学并没有完备的体系,其基本原理在很大程度上已消融于大众传播学之中。如果说我国新闻学者有着浓重而单一的政治背景和实用传统,那么,西方融入了新闻学的大众传播的理论基础则显得复杂多样化,包括有哲学、政治学、社会学、社会心理学、符号学等等。西方融入新闻理论的大众传播学,较之于我们的

新闻学的学理内涵要宽泛、丰富得多。李良荣先生在《西方新闻事业概论》中指出，如果说新闻理论研究的重点是新闻媒介内部的运行，包括新闻体制、新闻及新闻媒介的特性、功能，新闻工作的原则、技巧、技能等，大众传播学的研究重点则是大众传媒与社会的互动，即社会(包括政治制度、经济制度、文化价值观、社会结构)和社会变迁对传媒的决定作用，以及传媒对社会、社会变迁的反作用，尤其重点的是关注传媒对于受众的效果研究。宽泛的学理内涵，多学科理论的滋养，使西方大众传播学在有关传播媒体、传播控制、传播模式、传播效果等方面总结、创立了许多富有规律性的范式和理论结论。大众传播学虽然理论体系也未臻于完善，但它却跳出了经验性的“术”的层次，具备了现代科学的某些性质。西方大众传播学政治色彩大为消褪，它主张新闻的客观性、公正性，宣称“超阶级”、“超党派”。可实际上西方媒介在与政府、政党的复杂联系中又发挥着特有的政治作用，特别是在一些国际新闻、战争新闻、体育新闻中，都很好地体现其所在国的意志和利益。西方传播在理论与实践上并不一致，有表里不一的虚伪，但他们却娴熟地掌握了将舌头藏于事实背后进行宣传的技巧，体现出“表里不一”的巧妙。我们社会主义的新闻媒介在理论上公开声明自己的政治主张，显示了新闻应有的真诚，毫不隐瞒新闻具有宣传的功能，但不少的新闻宣传又表现了一种令人厌倦的“表里如一”的笨拙。我们应当吸取他人的长处，以提高新闻宣传的技能水平。值得说明的是，此前一些新闻学者论述学术与政治的关系，企望学术与政治保持适当的距离，以保证新闻学术的独立品格。仅从学术发展规律上讲，这种思路无疑是对的。但是，从另一方面看，学术建设又不仅仅是一个学术自身的问题，在很大程度上是由当下社会总体情势所决定的。戈公振说过：“商人以为报纸是商业上的工具，政客以为报纸是政治的工具，推而言之，多因各人职业之不同，观察报纸的眼光亦因之而异。”新闻媒介乃至新闻理论的现状正处于社会文化的合力之中。当前，我国正处于由农业社会、工业社会向信息社会的转型期，由计划经济向市场经济的过渡，巨大而深刻的社会变革不能不对新闻传媒寄托着时代的厚望与重负，同时，幽深弥坚的古代文化传统、显著而强劲的近、现代新闻事业的实用理性精神，都使新闻学注重于学术与政治的联姻。学术与政治保持密切的联系，具有了当下社会文化的合理性。再就学科特性而言，如果说哲学、宗教、文艺等是“更高地悬浮于空中的思想领域”(恩格斯致康·施来特的信)，那么，新闻则是直接贴近生活、交融于政治的文化意识部门。它与政治的距离最近，为经济基础服务更直接，这在客观上也易于将政治融入学术原理，使学理呈现实用倾向。恩斯特·卡西尔在《语言与神话》中指出，语言是人类文化的产物，“但正是这种语言的创造过程又把人类束缚起来。每种语言都给语言的主人划定了一个不可逃脱的魔圈。”由本文分析可知，关键词——话语不仅是一种工具，且在交流过程中被赋予了主体性，是人们的一种社会文化实践活动。关键词的兑演与新闻理论、与人们的文化思想的变迁具备同一性。新时期以来，我国新闻事业实现了重大变革及长足发展，但其学科建设仍处于相对滞后状态。我们应当重视新闻学关键词及话语的更新，以加快新闻学术自足与完善的步伐。作者：武汉大学新闻学院参考文献 [1]李卓钧：《新闻理论纲要》，武汉大学出版社，1995年，139页。 [2]李彬：《学统与学院派》，《现代传播》1995年第1期，8页。

[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

