

何纯◎著

意义的建构与扩散

——新闻叙事学视域下舆论引导研究

CONSTRUCTION AND DIFFUSION OF MEANING:

*A STUDY OF PUBLIC OPINION GUIDANCE FROM
THE PERSPECTIVE OF NEWS NARRATOLOGY*

中国社会科学出版社

何纯◎著

意义的建构与扩散

——新闻叙事学视域下舆论引导研究

CONSTRUCTION AND DIFFUSION OF MEANING:

A STUDY OF PUBLIC OPINION GUIDANCE FROM

THE PERSPECTIVE OF NEWS NARRATOLOGY

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

意义的建构与扩散：新闻叙事学视域下舆论引导研究 / 何纯著.
—北京：中国社会科学出版社，2017.6
ISBN 978-7-5203-0130-5

I. ①意… II. ①何… III. ①新闻写作—叙述学—研究
IV. ①G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 074454 号

出版人 赵剑英
选题策划 刘 艳
责任编辑 刘 艳
责任校对 陈 晨
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2017 年 6 月第 1 版
印 次 2017 年 6 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 21
插 页 2
字 数 279 千字
定 价 99.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话：010-84083683
版权所有 侵权必究

目 录

绪 论	(1)
一 文献梳理	(1)
二 研究的前提与研究的意义	(8)
(一) 研究的前提	(8)
(二) 研究的意义	(15)
三 研究的主要内容及方法	(15)
(一) 主要内容	(15)
(二) 研究方法	(17)
第一章 新闻叙事与社会知识建构	(18)
第一节 新闻叙事寓意与社会知识	(19)
一 意识形态视域下的社会知识	(20)
二 新闻叙事与社会认知框架	(23)
三 新闻叙事与社会知识体系	(30)
第二节 新闻叙事话语与“世界图景”	(31)
一 新闻叙事话语与脑海图景	(31)
二 新闻叙事话语与拟态环境	(42)
三 新闻叙事话语中的社会知识环境	(49)

第三节	个案分析:新闻叙事功能与社会主义核心价值观	(51)
一	新闻叙事人的思想功能	(51)
二	社会主义核心价值观的价值理性	(52)
三	新闻叙事与社会主义核心价值观传播	(54)
	本章结语	(63)
第二章	新闻叙事与社会规范塑造	(65)
第一节	新闻叙事倾向的表述:“用事实说话”	(67)
一	新闻叙事的本源和对象	(67)
二	“用事实说话”	(71)
三	新闻叙事的事实再现	(76)
第二节	新闻叙事倾向的话语呈现:“从场面和情节中自然而然地流露”	(92)
一	新闻叙事中的场面	(92)
二	新闻叙事中的情节	(103)
三	新闻叙事中的母题	(109)
第三节	舆论引导:新闻叙事倾向与社会规范塑造	(113)
一	新闻叙事倾向与舆论引导	(114)
二	新闻叙事倾向与社会规范	(121)
三	新闻叙事的叙事化与社会规范	(135)
	本章结语	(138)
第三章	新闻叙事与社会共识形成	(140)
第一节	社会共识的内涵及新闻传媒的作用	(141)
一	社会共识的界定	(142)
二	社会共识的种类及重要性	(144)
三	新闻传媒在凝聚社会共识中的作用	(147)

第二节	叙事态度、事实选择与社会共识	(159)	目
一	叙事态度与事实选择在凝聚社会共识中的 意义	(160)	录
二	叙事态度与事实选择如何凝聚社会共识	(162)	
第三节	新闻话语与社会共识形成	(172)	
一	话语与新闻话语	(172)	
二	新闻话语如何形成社会共识	(173)	
三	不同历史时期新闻叙事话语对社会共识的 形成	(182)	
本章结语	(191)	
第四章	新闻叙事与生活方式引领	(193)	
第一节	生活方式是社会、文化的表征	(194)	
一	生活方式的含义	(195)	
二	生活方式是特定社会条件发展的产物	(196)	
三	生活方式是一定历史情境下文化发展的 外在形式	(199)	
第二节	新闻叙事与“生活景观”	(203)	
一	媒介发展与我们的生活	(204)	
二	媒体社会构造世界感	(207)	
三	新闻叙事与生活方式	(212)	
第三节	新闻叙事偏颇:消费主义对生活方式的 渲染	(220)	
一	消费主义简说	(221)	
二	消费时代新闻叙事的叙事偏颇	(222)	
第四节	新闻叙事引领文明健康科学的生活方式	(231)	
一	何谓文明健康科学的生活方式	(232)	
二	如何引领(一):凸显事实之价值	(234)	

三	如何引领(二):倾注叙事之态度	(238)
	本章结语	(245)
第五章	新闻叙事与文化消费观念	(246)
第一节	文化消费是文化认同与生活方式的 当代结合	(247)
一	文化消费的内涵、特点及功能	(247)
二	文化消费:一种“物化”的文化认同现象	(252)
三	文化消费:生活方式的符号化	(257)
四	文化消费是文化认同与生活方式的价值观 统一	(259)
第二节	新闻叙事对文化消费观念的建构	(260)
一	新闻叙事的文化意义与文化消费观念	(261)
二	新闻叙事对文化消费观念建构之 “叙什么事”	(264)
三	新闻叙事对文化消费观念建构之 “怎样叙事”	(269)
第三节	新闻叙事引导文化消费的过程	(282)
一	新闻叙事引导文化消费的起点:文本与 受众	(283)
二	新闻叙事引导文化消费的途径:观看与 模仿	(284)
三	新闻叙事引导文化消费的终点:理解与 接受	(291)
	本章结语	(296)
结语	融媒时代的新闻叙事与舆论引导	(297)
一	融媒时代的新闻叙事特征	(298)

(一) 新闻叙事声音的受众观参与·····	(298)	目 录
(二) 融媒时代新闻叙事的视听化·····	(299)	
(三) 新闻叙事接受的非理性倾向·····	(301)	
二 融媒时代新闻舆论场域的建构·····	(302)	
三 新闻叙事策略与舆论引导·····	(305)	
(一) 协调精英话语与大众话语·····	(306)	
(二) 重申传统文化道德价值观·····	(308)	
参考文献·····	(311)	
后记·····	(325)	

绪 论

关于“新闻叙事学视域下舆论引导研究”这一选题，主要是从新闻叙事学的视域内探讨新闻叙事对舆论引导的路径、形式与作用。就新闻叙事而言，主要在叙事声音、叙事语法、叙事话语、叙事修辞和叙事接受等范畴内探讨选择和再现事实的方式与方法，新闻叙事通过选择、再现、解释和评价等方式对事实赋予意义，是为意义的建构；就舆论引导而言，舆论引导必须落实到新闻报道中，亦即落实到叙事所形成的新闻话语中，作为话语，新闻叙事无疑是意义化的领域，并通过对话语的理解，从而引导舆论，即为意义的扩散。

一 文献梳理

新闻叙事学研究是建立在叙事理论、符号理论以及话语理论等相关理论基础上的，当其大体确立之后，即成为本研究的基本理论支撑，而“舆论引导”应包括意识形态建构和生活方式引领两大方面。因而，与本研究相关的主要文献包括：

（一）新闻叙事学研究。对新闻叙事学的研究，21世纪来临时国内才刚刚起步，仅偶有单篇论文刊行，如范步淹的《新闻叙事学刍议》（2000）、黄挺的《学好新闻叙事学》（2003）等。

2003年，著者发表《关于新闻叙事学研究的构想》一文，初步搭建了一个新闻叙事学研究的整体框架、提出了研究的基本思路。齐爱军亦发表《关于新闻叙事学理论框架的思考》（2006）一文，给出了三个基本的理论界面，即新闻文本及话语结构特征研究、新闻叙事行为研究和新闻叙事策略研究，并由此认为新闻叙事研究应该是一种“认识论意义上的研究”^①。2005年，曾庆香在其博士学位论文《试论新闻话语》（2003，中国社会科学院）的基础上改订出版了《新闻叙事学》，该著将新闻作为话语分析的对象，将符号学的方法与新闻研究结合起来，提供了一种科学方法论，其中，尤对新闻话语的意识形态建构作了重点探讨^②。2006年，著者的《新闻叙事学》出版，该著从新闻叙事的叙事声音、叙事语法、叙事话语、叙事接受诸层面拓展了新闻叙事学研究的范畴，提出了一些富有新意的学术见解^③。2014年，该著出版修订版，修订版运用了一些新的概念和新的表述。有学者的眼光更为开阔，研究视域亦渐次扩大：在可以说已经“众多”起来的相关研究中，王辰瑶的《嬗变的新闻——对中国新闻经典报道的叙述学解读（1949—2009）》（2009）一著别开生面，该著以经典性的新闻文本为研究对象，对其“叙述选择”“叙述主题”“叙述逻辑”“叙述方式”“叙述风格”等方面的“嬗变”进行分析，“立志要从1949年至今的新闻经典报道入手，把六十年的新闻报道活动视为一种社会和历史现象，并在此基础上分析新闻观念的内在变化，展示新闻与时代的紧密而又微妙的联系。”^④由此看来，其所尝试的是一种历时性的、意识形态取向

① 齐爱军：《关于新闻叙事学理论框架的思考》，《现代传播》2006年第4期。

② 陈力丹：《新闻叙事学·序》，中国广播电视出版社2005年版，第2页。

③ 季水河：《新闻叙事学·序》，岳麓书社2006年版，第2页。

④ 王辰瑶：《嬗变的新闻——对中国新闻经典报道的叙述学解读（1949—2009）》，中国传媒大学出版社2009年版，第3页。

的新闻文本叙述分析；李凌燕的《新闻叙事的主观性研究》（2013）则另辟蹊径，该著立足语言本体，从词汇、句法、篇章三个层面对新闻叙事的主观性进行研究，总结出新闻叙事体的“低主观度”特征，分析了新闻叙事主观性对新闻叙事体程式化、规范化语言风格的影响；此外，更有“随着叙事学与新闻学研究的进一步融合，部分学者开始转入电子媒介新闻叙事的研究，除发表了一些相关论文外，也在尝试建构专门的电子媒介新闻叙事学”^①。近年来，不少学者对此兴趣益浓，国内权威专业期刊上有关新闻叙事学研究的论述时有可见，且研究对象已经覆盖到包括互联网和新媒体在内的所有现行媒介，以及包括文字、声音、图像在内的所有符号的新闻叙事文本。

（二）舆论学与舆论导向研究。2008年6月，时任党的总书记的胡锦涛在考察人民日报社时指出“舆论导向正确，利党利国利民；舆论导向错误，误党误国误民”，并指示新闻传播界“要把提高舆论引导能力放在突出位置”。2011年党的十七届六中全会通过的《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》也明确提出“加强和改进新闻舆论工作”。2016年2月，中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。他强调，党的新闻舆论工作是党的一项重要工作，是治国理政、定国安邦的大事。他指出，新闻舆论工作各个方面、各个环节都要坚持正确舆论导向。对这样的时代命题，新闻学界和业界积极响应并多有论述，已有大量的文献可征。如人民网和强国论坛的创始人蒋亚平就指出：“当代中国有自己的舆论圈，涉及参与者、社会形态、传播方式、媒体形态以及政治、经济、文

^① 华进：《云之话语，钟之逻辑：叙事学视域下的网络新闻研究》，博士学位论文，华中科技大学，2013年，第2页。

化、全球化等各种变量因子，这些因子间的动态关系，构成当代中国云谲波诡、跌宕起伏、气象万千的舆论图。在当代舆论的形成中，核心角色是政府和民众，其他诸如组织、媒体和意见领袖在舆论的形成中，处于从属地位。同时，又发挥着巨大的作用。”^①党和国家领导人有关舆论导向的指示以及众多的相关研究，极大地丰富了舆论学与舆论导向的内容。此前，刘建明《当代舆论学》（1990）论证了当代社会舆论产生、变化和发展趋势，研究了其主体和社会功能的一般范畴，探讨了舆论与社会生活、社会管理的关系。陈力丹《舆论学——舆论导向研究》（1999）建立了理论上较新、适合中国舆论特征的舆论学体系，并对各种引导方式进行了多学科的分析，为舆论导向的研究进一步打下了坚实的基础。郭光华的《舆论引导艺术论》（2000）对舆论引导实践作了较为全面的理性总结，并对诸种引导艺术作了厘清与探讨。正如作者所分析的，“舆论引导”与“舆论导向”是相关又相异的两个概念，“导向”侧重的是内容的静态定性，“引导”侧重的是社会网络中各种制衡关系里的动态博弈。作者还特别拈出“语境营构”这一核心概念，认为对于舆论引导而言，它是重中之重。有识于此，该著对“说话”语境中的客观性的叙事学研究，对社会语境反作用于传播过程的辩证思考等，便有了新的理论发现。丁伯铨等人所著《新闻舆论引导论》（2001）运用大量来自实践的材料，对新闻舆论引导的“本质”“主体”“原则”“方法”包括“误区”进行了认真的分析研究和理论概括，对诸多新闻传媒所做的新闻舆论引导工作的成败得失进行了名曰“跟进”实则富有创见的思考。胡钰的《新闻与舆论》（2001）分别从新闻和舆论的本体规律研究入手，重点挖

^① 《北大新闻学茶座（21）——蒋亚平谈〈人民网、强国论坛创办与当代舆论性质〉》，《国际新闻界》2012年第5期。

掘新闻效果的实现机制和舆论发散的传播规律，并在此基础上，对新闻舆论的引导意义和方法进行了一定的分析，该著还较早地关注到电子公告牌系统（bulletin board system, BBS）作为舆论的载体和互联网上的新闻舆论引导等新媒介的舆论问题。

（三）话语研究。话语是信息的载体，也是意识形态栖身的场所。其传统可以追溯到亚里士多德的《修辞学》。现代意义的话语研究则源于20世纪中叶的西方，主要以“话语分析”为基本形态。其代表人物福柯认为，“‘真’是遵循某种规则的话语互动产生的被‘当真’的陈述。这些规则不一定在场，不一定在文本中被描述或涉及，而是隐而不显的”。这对以“真实”为基本品格、以“作者的见解越隐蔽就越好”的新闻叙事便不无启迪，亦可视为其所开具的理论证明。国内外有关新闻传播学领域的话语研究大致有三个方面：一是也重点是将新闻话语作为公共话语的研究。其代表人物为荷兰学者梵·迪克，他的《作为话语的新闻》（2003）“提供了一种新的跨学科的报纸新闻理论。在话语分析理论发展的背景之下，本书认为新闻应该从作为一种公共话语形式角度来进行研究”（见中译本“作者前言”）。该著对新闻的话语分析方法超越了静态的文本研究，认为新闻必须立足于“理解、认知”才有可能发挥其效力，梵·迪克使用语用学框架把重点落在语言意义的生产过程中（意义通过命题间的逻辑结构被“说出”），即“语言的意义不只是文本的所指，更重要的是受众的解读”（陈力丹）。而费尔克拉夫《话语与社会变迁》（2003）理论显现出与梵·迪克的根本性差异，即他对文本所做的词汇学、语义学和语用学层面的所有分析，始终是为了揭示社会实践维度中的话语对主体的建构策略，而那个“说出”话语的“主持人、记者、访谈者、医生”等的主动性地位被忽略了。更确切地说，“说话者”也受到了关注，但那是将他们置于动态的话语关系之中，即在“记者/读者”“主持人/接受采访者”“医

生/患者”等关系情境中，对“说话者”“如何说”的分析还是为了探究具体的主体建构策略，以及话语实践中的权力对抗与抵制过程。二是对电视话语的专门性研究，包括电视谈话节目、电视纪录片的叙事结构等，如吴为章的《广播电视话语研究选集》（1997）。三是对其他媒介的话语研究，如胡春阳的《话语分析：传播研究的新路径》（2007）等。话语理论在新闻传播学领域的延伸，为本研究提供了重要的理论和方法支撑。

（四）生活方式研究。对生活方式的引导是舆论引导的重要方面，也是本著研究的重要内容。对生活方式的研究目前还只是也主要是社会学研究的内容。国内研究可以追溯到我国社会学研究奠基人之一的费孝通先生。他的经典之作《乡土中国》（1937）和《生育制度》（1947）都与生活方式相关。如作者所言：“《乡土中国》里讲的“乡土中国”，并不是具体的中国社会的素描，而是包含在具体的中国基层传统社会里的一种特具的体系，支配着社会生活的各个方面。“搞清楚我所谓乡土社会这个概念，就可以帮助我们去理解具体的中国社会”^①；而《生育制度》主要论述了家庭所担负的有关生育子女的若干理论问题。但该著所论述的也不只是生育问题，凡是与种族延续有关的包括配偶的选择、婚姻关系、家庭组织、父母的权力、世代的隔膜等一套活动体系都讨论到了，这无疑是生活方式的重要内容。正式的研究起步于于光远发表在《中国社会科学》的文章《社会主义建设与生活方式：价值观和人的成长》（1981），该文对“生活方式”作为学科研究对象有首倡之功。对生活方式研究用力较勤的学者是王雅林，他有《生活方式研究评述》（1995）一文，对生活方式研究的历程、理论、应用作了比较全面的梳理，他主编的《生活方式概论》（1989）主要论述生活方式范畴的含义、结

^① 费孝通：《乡土中国》，生活·读书·新知三联书店1985年版，第3页。

构、社会变迁以及研究生活方式的理论和现实意义，阐述了生活方式各领域，如劳动生活方式、消费生活方式、交往生活方式、政治生活方式、家庭生活方式、闲暇生活方式等的特殊性问题，以及论述了社会主义初级阶段文明健康科学生活方式形成的途径和机制，作者还与时俱进地探讨了商品经济对于生活方式的影响及其在新型生活方式的形成中所起的重要作用。21世纪以来，方心清、王毅杰著有《现代生活方式前沿报告》（2006），该著基于中西方相关研究文献和问卷调查资料，探讨了现代化进程中我国城乡居民尤其是城市居民的家庭、消费、交往、休闲四方面的巨大变迁，有选择地描述了几类群体的生活方式状况。李霞著有《生活方式的变迁与选择》（2012），该著注重从中西社会及文化的角度，对东西方人的生活态度、生活观念、价值取向等方面进行了多维度的比较，对生活方式包括物质生活、文化生活等的特质和心态、观念的历史嬗变作出了描述，并对生活方式的未来前景作出了颇有根据的预期。国外的研究大多与“日常生活”的研究相关，如瑞典学者奥维·洛夫格伦和乔纳森·弗雷克曼的《美好生活：中产阶级的生活史》，该著展现了中产阶级、农民和工人阶级丰富的日常生活画面并对社会文化的复杂性、冲突与抵牾进行了深入的思考。其他有关“日常生活”的研究文献，下文略有涉及。

（五）文化消费与消费文化研究。文化消费是生活方式的重要表征，从而也是舆论引导的重要方面。约翰·斯道雷在《文化消费与日常生活》（2002）中将文化消费与日常生活理论融合起来，进行了批判性思考。相关的还有戴维·英格利斯的《文化与日常生活》（2010），该著把那些形塑我们的日常生活、同时又被日常生活所形塑的各种文化模式娴熟地糅合在一起并进行了分析和梳理。而消费文化大体说来是随着资本主义生产方式和生活方式的新变化而提出的，是同后工业社

会等命题一道体现着当代人类社会本质特征的重要命题。国内金世和的《文化消费学》(1991)从经济学的角度界定了文化消费的相关内容,着重探讨了文化消费在社会和生产中的地位和作用。刘士林的《阐释与批判:当代文化消费中心化与危机》(1999)将文化生产与文化消费作为一对范畴,对当代中国文化消费中产生的异化与危机问题作出了思考。戴元光等著《当代文化消费与先进文化发展》(2009)从调查“九五”期间城乡文化消费状况入手,揭示文化消费和先进文化发展的关系。而消费文化研究主要源于西方学界,鲍德里亚、费瑟斯通等著名学者都曾从消费文化入手,全面论述后现代社会的特征,以及消费文化对后现代社会的影响。国内学者周宪、陶东风、金元浦等在翻译介绍的基础上也多有本土化的理解与建树,其中周笑冰的《消费文化及其当代重构》(2010)解析了20世纪以来中国先进文化的研究与传播进程,并针对电视、影像、报纸、网络、广告等不同的文化消费领域,透视了文化产品的生产、传播、消费过程及其特点。蒋建国的《消费文化传播与媒体社会责任》(2011)通过对传媒消费主义的分析,指出在市场经济背景下,我国媒体应担当的责任与义务,为推动我国新时期的传媒文化和先进文化建设作出了策略性回应。

二 研究的前提与研究的意义

(一) 研究的前提

本研究就新闻叙事与舆论引导的关系而言,主要探讨的是“如何”“怎样”,至于“为何”,我们认为,“新闻叙事必然引导舆论”是本研究预在的前提,是在当下的语境中不证自明的问题,虽可以从略,但从逻辑自洽的角度考虑,亦有必要稍作陈述。

1. 舆论和舆论引导

(1) 何谓舆论。关于什么是舆论，历来的说法是义出多门、莫衷一是。有说是“意见”的，有说是“信念与态度”的。关于舆论是信念与态度，早有一个古老的例证，在《国语·召公谏厉王弭谤》中有“国人莫敢言，道路以目”，“道路以目”即以目示意、心照不宣，形容人民对残暴统治的憎恶，也就是通过行为表明态度，的确也是一种舆论形态。我国最早明确表述“舆论是意见”这一观点的是梁启超，他说：“夫舆论者何？多数人意见之公表于外者也。”为明确这个观点，他还进一步解释道：“是故少数人所表意见，不成为舆论，虽多数人怀抱此意见而不公表之，仍不成舆论。”^①按梁启超说法，舆论就有这样几个要件，一要是多数人，二要公开发布，三就是意见。后人多从此说，大多数都是用“意见”包括“意见综合”“一致意见”“共同意见”“倾向性意见”“大体一致的意见”来定义舆论。但对于“舆论是意见”的定义，也有人认为这是“犯了同语反复的错误”，这种观点认为，舆论和意见本是同一概念，用“意见”来定义“舆论”，“实际上是用同一概念的不同说法来解释概念自身”^②。而我们认为，其实这种“同语反复”恰恰证明了舆论就是意见这个占据多数的主张。更有力的证明是，为了避免在定义上争论不休，学者开始转向舆论应该包含的若干要素的探讨，其中“议题”“公众”和“共同意见”是学者们提出的众多要素的交集，也就是说，不管如何定义舆论，“意见”始终是舆论研究的核心，也就是舆论的本体，舆论传播所着眼的也是意见的流动问题。

那意见又是什么？社会心理学家们明确地把意见定义为“对

^① 梁启超：《梁启超选集》，上海人民出版社1984年版，第559页。

^② 曾庆香：《对“舆论”定义的商榷》，《新闻与传播研究》2008年第4期。