

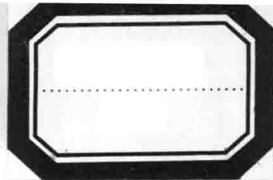
Journalism and
Communication Studies:
Category & Paradigm

◎ 刘立刚 / 著

新闻传播研究： 范畴与范式

中央民族大学出版社
China Minzu University Press

JOURNALISM &
COMMUNICATION STUDIES:
Category and Paradigm



◎ 刘立刚 / 著

新闻传播研究：
范畴与范式

中央民族大学出版社
China Minzu University Press

图书在版编目 (C I P) 数据

新闻传播研究: 范畴与范式/刘立刚著. —北京: 中央民族大学出版社, 2013. 10

ISBN 978 - 7 - 5660 - 0531 - 1

I. ①新… II. ①刘… III. ①新闻学—传播学—研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 250268 号

新闻传播研究: 范畴与范式

作 者 刘立刚

责任编辑 满福玺

封面设计 布拉格

出 版 者 中央民族大学出版社

北京市海淀区中关村南大街 27 号 邮编: 100081

电话: 68472815(发行部) 传真: 68932751(发行部)

68932218(总编室) 68932447(办公室)

发 行 者 全国各地新华书店

印 刷 厂 北京市宏伟双华印刷有限公司

开 本 880 × 1230 (毫米) 1/32 印张: 19.75

字 数 275 千字

版 次 2013 年 10 月第 1 版 2013 年 10 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5660 - 0531 - 1

定 价 58.00 元

版权所有 翻印必究

序

新闻学的理论创新一直困扰着学术界。总体上看，现有新闻理论体系存在诸如理论体系的开放性不足、重经验论证而轻学理分析等方面的问题。正是由于这些问题，在逻辑、历史地解释新闻现象和新闻媒介的发展历史以及新闻事业与社会变迁之间的复杂互动时，新闻理论常常力不从心，不能体现其在解释实践方面的彻底性。同时，由于缺乏问题意识和学术上的自我革新能力，新闻理论不能从容地和日新月异的新闻传播实践对话，新媒体传播实践的突飞猛进，更使原有的新闻学研究体系和理论建构遇到了空前的挑战。在这样的传媒生态和学术背景下，不断尝试以新的视角、新的方法寻求新闻理论研究的突破，成为新世纪以来新闻学界的一道风景。

按照现行的学科建制，新闻学是新闻传播学下面的二级学科，与传播学并列，但很显然，从逻辑关系上看新闻学实际上是指新闻传播学。新闻是传播的结果，新闻生产的所有奥秘都隐含在传播关系、传播过程之中，可以说，无传播则无新闻。只不过，和其他的传播方式相比，新闻传播有自己独特的传播理念与传播方式，传播的效果更加强大、隐蔽而持久。因此，新闻学的建构必须置于传播这个关系框架中，这样，新闻理论的研究才有可能找到新的出发点。从这个意义上说，本书是对现有新闻理论研究体系的一种整体反思，作者以新闻传播结构、传播关系以及媒介生产的逻辑作为分析的起点，考察新闻生产和新闻传播的学术研究路径，从新闻传播过程中的基本矛盾入手，确立新闻传播研究的基本范畴，进而利用新闻学和传播学丰富的学术研究资源，以象征性符号系统生产中的权力生产为主线，全面梳理、论证了新闻传播研究的三个范式和流派。作

者对这些基本范畴和研究范式的论证与确立，为新闻传播学方法创新提供了一种可能性和思考的资源。尤其值得赞许的是，作者没有拘囿于传统的研究定论和思维惯性，而是大胆地将各个学术流派的研究成果为我所用，重新思考、归类，紧紧围绕新闻传播中的基本问题和权力生产，展开学术思索与探讨，体现了对新闻传播学的深层次思考。

在对各种学术资源和研究成果进行梳理的同时，本书将新闻传播放置于更广阔的社会关系背景中去思考。法国社会学家布尔迪厄曾说过，语言交换过程就是象征性权力的生产过程。或许我们可以更进一步说，象征性权力的生产实际上也是现实社会关系的再生产和再调整。这样一来，新闻生产和新闻传播过程同样可以看作是权力的生产和调节过程，由此，葛兰西的“文化霸权”理论和哈贝马斯关于“市民社会”的构想，在新闻的生产和传播的过程中，就有可能获得实证性的阐释。

这本专著是刘立刚副教授在他的博士论文的基础上修改、补充完成的。还记得在博士论文的写作过程中，他经受了痛苦的煎熬，时常陷入山穷水尽、推倒重来的境地。好在他还是完成了自己的这次思想之旅。作为导师和同行，我期待他以此书作为新闻传播研究的新起点，孜孜以求，大胆探索，有更多的研究成果问世。

是为序。

中国传媒大学传播研究院院长、教授
全国新闻学研究会常务副会长
雷跃捷

2013年10月于北京

前 言

新闻是意识形态栖身和抗争的场域，在这个场域中，各种资本包括政治资本、经济资本、文化资本和象征性资本或强横或含蓄地展示着自身的存在和存在方式。透过新闻传播场域对权力的生成和运作进行考察，我们发现新闻学的研究范畴和研究范式逻辑地、现实地展现出来，这为争取新闻学的话语权和提高新闻学研究的理论自觉提供了可能性。

一门科学，倘若没有取得共识的话语规范、研究旨趣、研究对象和研究方法，或者表明这门科学依然处于前科学时期，或者表明它陷入了范式危机时期。目前，国内新闻学的研究和学习者阵容庞大，看表象新闻学似乎已经成为显学，而另一方面，“新闻无学论”依然被很多人认同，甚至有业内研究者也在苦恼于新闻的无学。这些都说明，新闻学必须尽快确立自己的研究旨趣、学科定位和研究方法。为此，本书试图跳出新闻学研究中自己说明自己、自己论证自己的圈圈，从对权力的分析入手，全面考察新闻传播过程中权力的存在形式和权力来源，并以此为立足点建构新闻学的研究范畴，即新闻与事实、新闻传播者与新闻接受者、控制与自由；提出新闻学的研究范式，即以传播者意图实现为中心的影响—控制研究、以意义生产为中心的文化—话语研究、以媒介为中心的控制—自由研究，以供研究者批评。本书的主要内容如下。

绪论部分主要分析新闻学研究中存在的三个困境：新闻学和新闻传播学的学术关系与通行的学科关系的矛盾；新闻传播的特殊规定性在哪里寻找；新闻学理论体系创新的突破口如何选择。随后，根据目前新闻学研究存在的问题，提出了理论创新的途径和方法，

并对本书所涉及的核心概念进行了学术梳理。

第一章，首先介绍了三种和新闻传播相关的权力观——作为控制力和影响力的权力、作为协商和同意的权力、作为反抗和抵抗的权力，并分析了新闻传播中的权力来源，即文本生产权力、关系生产权力、技术生产权力。之后，提出了新闻传播是权力争夺的场域这一观点。在这一部分，笔者借助布尔迪厄的场域理论和福柯的权力理论，分析了新闻传播场域中的权力存在和权力运行。最后一节，对社会化媒体出现后带来的权力重构进行了分析。

第二章的任务是提出新闻学研究的三个基本范畴，并对这三个基本范畴进行理论论证和学术梳理。新闻与事实这对范畴强调的是新闻是事实的建构、意义的赋予，而不是客观事实本身，进而对客观性问题进行了反思。在新闻传播者和新闻接受者这对范畴中，重点关注的是传播者与受众关系的变化与调整。在自由与控制部分，则重点介绍了媒介的控制与反控制。

第三章借鉴托马斯·库恩的范式理论，讨论了新闻学确立自身范式的必要性和可能性，提出了新闻学研究范式确立的原则。本章的重点是提出了新闻学研究的三种范式，即以传播者意图实现为中心的影响—控制研究、以意义生产为中心的文化—话语研究、以媒介为中心的控制—自由研究，并对三种范式进行了简单说明。

第四章主要是对以传播者意图实现为中心的影响—控制研究进行学术梳理和理论论证，对影响—控制研究的理论流派进行介绍，并对影响控制研究范式的演变进行梳理。在这个基础上，重新考察了新闻学研究中的两个基本问题——新闻与宣传的关系、新闻与舆论的关系。

第五章考察以意义生产为中心的文化—话语研究这一范式的学术渊源和学术流变，重点介绍、分析的内容包括：文化研究中的“意义”发现，文化研究的理论演进和理论传承、理论转向；作为话语的新闻，新闻话语研究的方法、流派和研究瓶颈，罗兰·巴特的神话理论以及新闻传播中的神话运作。

第六章对以媒介为中心的控制—自由研究这一范式进行介绍和

论证，主要包括，探讨新闻自由观的嬗变，揭示新闻自由与媒介控制的矛盾，运用麦克卢汉、英尼斯、哈贝马斯等人的理论，分析新媒介引发的自由与控制问题。

第七章和第八章则是重新思考宣传和舆论引导中的权力运作，探讨新闻、宣传和舆论错综复杂的关系，从而进一步解释新闻生产权力机制的形成。

目 录

绪 论	(1)
第一节 问题的提出	(1)
第二节 本研究的创新点和研究方法	(6)
第三节 概念的界定	(7)
一、关于范畴	(7)
二、关于范式	(10)
第一章 新闻传播——权力争夺的场域	(16)
第一节 与新闻传播相关的几种权力观	(16)
一、作为控制和影响力的权力	(16)
二、作为“协商”或者“同意”的权力	(18)
三、作为反抗或者抵抗的权力	(20)
第二节 新闻传播中的权力来源	(23)
一、文本生产与权力生产	(25)
二、传播关系与权力生产	(29)
三、传播技术与权力生产	(33)
第三节 新闻传播——权力争夺的场域	(37)
一、新闻传播作为权力场域	(38)
二、话语即权力	(41)
第四节 社会化媒体时代的权力关系重构	(46)
一、社会化媒体的传播特征	(47)
二、基于共享的社会化媒体权力重构	(48)
三、福柯权力观下的新媒介权力重构	(51)

第二章 新闻学研究的基本范畴	(55)
第一节 新闻与事实	(55)
一、新闻事实与客观事实	(55)
二、事实与诠释	(56)
三、新闻:事实的建构、意义的赋予	(59)
四、作为神话的客观性	(68)
第二节 传播者与受众	(71)
一、传播者:永远的把关人	(71)
二、受众:从被动到主动	(79)
三、传播者与受众之间:从单向到交互	(83)
第三节 自由与控制	(85)
一、被控制的媒介	(87)
二、媒介的反控制	(92)
第三章 新闻学的研究范式	(94)
第一节 确立新闻学研究范式的必要性	(94)
一、社会科学研究中的范式	(94)
二、确立新闻学研究范式的迫切性和必要性	(96)
第二节 确立新闻学研究范式的原则	(99)
一、历史视角	(99)
二、学术逻辑	(101)
三、实践需要	(103)
第三节 新闻学研究的三种范式	(104)
一、以传播者意图实现为中心的影响—控制研究	(104)
二、以意义生产为中心的文化—话语研究	(106)
三、以媒介为中心的控制与自由研究	(108)
第四章 以传播者意图实现为中心的影响—控制研究	(110)
第一节 新闻传播中的多重权力把关	(110)
一、从事实到事件:意识形态把关	(111)
二、从事件到新闻:传播者把关	(113)
三、从新闻到反馈:接收者把关	(117)

第二节 影响与控制中的权力实现	(120)
一、说服与控制	(120)
二、议程设置与控制	(124)
三、沉默的螺旋与控制	(127)
第三节 影响与控制的隐蔽性	(132)
一、意识形态的实践性	(132)
二、召唤理论:意识形态对主体的建构	(135)
三、新闻文本作为象征性权力	(138)
四、知识生产与权力生产	(142)
第五章 以意义生产为中心的文化—话语研究	(146)
第一节 诠释学视阈中的文化研究	(146)
第二节 作为话语的新闻	(151)
一、新闻话语研究描述	(151)
二、新闻与神话	(162)
三、新闻话语的神话运作	(172)
第六章 以媒介为中心的控制—自由研究	(180)
第一节 新闻自由与控制	(180)
一、新闻自由观的嬗变	(180)
二、自由与控制的矛盾	(185)
第二节 新媒介引发的自由与控制问题	(190)
一、新媒介中的控制问题	(190)
二、作为公共领域的新媒介	(196)
第七章 新闻传播与宣传中的权力运作	(201)
第一节 新闻中的“宣传”与宣传中的“新闻”	(201)
一、新闻与宣传	(201)
二、新闻与宣传关系再思考	(207)
第二节 新闻传播与宣传:	
价值理性与工具理性的迷思	(216)
一、宣传研究中的“工具理性”	(216)
二、新闻传播研究中的“价值理性”	(220)

第三节 新闻传播与宣传中的权力生产	(222)
一、宣传:权力和权力的生产	(222)
二、新闻传播图式中隐含的宣传	(228)
三、以新闻面目呈现的宣传	(241)
第八章 反映—引导舆论:新闻传播的权力隐喻	(246)
第一节 关于舆论的思考	(246)
一、舆论一律与舆论多元	(249)
二、三个舆论场:真命题还是伪命题	(252)
三、舆论会消失吗	(256)
第二节 舆论形成中的新闻传播	(257)
一、舆论形成的阶段分析	(257)
二、舆论形成中的新闻传播	(262)
三、舆论对新闻传播的制约与影响	(265)
第三节 反映—引导舆论:新闻传播的权力隐喻	(268)
一、新闻传播对舆论的反映与重构	(268)
二、舆论引导中的权力运行	(270)
三、新闻传播与控制舆论	(273)
第四节 微博传播对公共舆论形成的负面影响分析	(276)
一、微博空间:一个可能的公共领域	(276)
二、微博的匿名性:对主体性的消解	(278)
三、去中心化:隐蔽的控制	(279)
四、信息的碎片化与理性危机	(281)
余 论	(284)
参考文献	(286)
致 谢	(299)

绪论

第一节 问题的提出

新闻学、传播学和新闻传播学究竟是怎样的关系？看似简单的问题，却没有人说得清楚，或者干脆就不再说。按照现行的学科关系，新闻传播学是一级学科，新闻学和传播学是其下属的两个二级学科。“传播学”这个词，不过是因为外国有一个传播学理论，硬从词句上设计了一个与“新闻学”不同的“传播学”。^①可问题是，这样的划分必然导致逻辑上的死结：新闻传播学脱胎于新闻学，而按照传播学基本理论，新闻传播只是传播的一种形态，所以新闻传播学逻辑上只是传播学的一个分支。学科划分的混乱必然导致学科研究对象、方法的混乱。新闻学的研究近年来裹足不前，茫然地站在传播学的十字路口，地位难继、突围不得。这种尴尬既有新闻学研究传统的前世之因，又是新媒体出现后对新闻学研究方法逼问的现实结果。

即便抛开新闻传播学科和它的二级学科在关系划分上的混乱，新闻学研究面临的困境仍有三个：

第一，是新闻学还是新闻传播学？

确定新闻学的学科属性和学科特点，离不开学科研究逻辑起点的确立。历史地看，人类的传播活动远在新闻实践之前，传播是人

① 陈力丹著：《解析中国新闻传播学》，人民日报出版社2012年版，第347页。

类特有的现象，是传播使人类社会成为可能。“人类关系赖以存在和发展的机制，是一切心灵符号及其在空间上的传递、在时间上保存的手段。”^① 我国的新闻学研究一直沿用新闻——新闻传播——新闻事业——新闻工作者的线性研究传统来构建理论新闻学，把新闻作为新闻学研究的逻辑起点。这看似合理，但不能解决新闻传播和语言传播、文字传播、印刷传播、电子传播以及互联网传播的关系问题（实际上新闻学研究源于印刷传播时期的报学），更不能清晰地展示新闻和传播的关系。显然，新闻是传播的结果。无传播则无新闻，新闻在传播之中，研究新闻必先研究传播。我国新闻学界长期沿用的传统模式以新闻为新闻学的逻辑起点，割裂了新闻与传播的关系，将复杂的新闻传播活动抽象化、静态化、意识形态化，使新闻学失去了理论解释力和自身革命的活力。早在 160 多年前，马克思就指出，报纸“具有连植物也具有的那种为我们所承认的东西，即承认它具有自己的内在规律”，并且强调说，“这种规律它不能而且也不应该由于专横暴戾而丧失掉”。^② 可问题是这种规定性或者规律性是内生于新闻之内呢，还是存在于传播结构及复杂的互动关系中呢？新闻生产及其发展规律，新闻自身何以解释？这种规律应当并只能在新闻传播活动中寻找。

所以抛开概念之感，正本清源，还新闻学研究以本来面目，发现新闻学的规定性和内在规律性，就应当重构新闻学研究的逻辑起点和价值体系，新闻学实质上应该也必须是新闻传播学，这是确立新闻学研究历史起点和逻辑起点的内在要求。

第二，新闻传播有着怎样的特殊规定性？

毫无疑问，新闻传播是传播的一种形态或形式，尽管传播学和新闻学是新闻传播学名下两个并列的二级学科。传播是新闻传播学研究的逻辑起点和历史起点。那么，传播的本质是什么呢？传播学

① [美] 威尔伯·施拉姆著：《传播学概论》，中国人民大学出版社 2011 年版，第 3 页。

② 《马克思恩格斯全集》第一卷，人民出版社 1956 年版，第 190 页。

的研究者们从各自的经验、理论领域和旨趣出发,以各种话语方式建构传播。有人认为传播是传递,传播学中著名的拉斯韦尔模式是典型代表。在这些学者看来,传播就是信息的位移,但这只是个不准确的隐喻。新闻传播中的信息必然借助符号和有着“固定成见”和不同文化背景、价值立场的人来传播和接收,这就决定了对符号的理解和阐释是复杂的和多维的,准确的意义和情感移动难以做到。有学者认为传播是控制。这实际上是把传播者作为控制方,把信息接受者看作被动的靶子和全盘照收的容器,这种假设在一定程度、一定历史阶段具有合理性,但忽略了传播现象的复杂性和传播效果的长期性。有学者则在反击控制观的同时提出了传播是游戏的观点。这些学者强调人在传播中的内在感受和自我体验,甚至看到了文本接受者对抗控制和主流意识形态的可能性。“大众传播最好的一点是允许人们沉浸于主动的游戏之中,也就是说它让人快乐。”^①但在现实世界中,主观游戏很可能异化为控制的另一种形式,游戏也有自己的规则,有时候,社会控制和自我陶醉是一回事。也有学者把传播看作共享和互动,在强调传播关系的真诚与平等的基础上提出了传播的仪式论。美国学者詹姆斯·凯瑞提出,传播就是仪式,是一个制造、保持、修补和转换现实的象征性过程,传播仪式是通过对主体的召唤,使他们获得生活中的角色。在这些学者看来,新闻不是简单的信息,是对现实的再现与建构,重要的不是我们通过传播获得了什么信息,而是通过传播,我们获得了对现实共同理解。^②

这些关于传播本质的话语方式都是对所谓传播本质的一种思考,方法不同、对象不同、旨趣不同。“话语就是围绕特定语境中的特定文本所形成的传播实践和社会实践。”^③刘海龙把几种传播观都看作话语,认为“话语研究不是研究一个事物是什么,而是研究为什么

① 刘海龙著:《大众传播理论范式与流派》,中国人民大学出版社2011年版,第16页。

② 刘海龙著:《大众传播理论范式与流派》,中国人民大学出版社2011年版,第28页。

③ [英] 诺曼·费尔克拉夫:《话语与社会变迁》,华夏出版社2003年版,第4页。

人们用某种方式对该事物进行表述，是什么社会条件导致了这种话语，这种表述是否能够自我证明，它导致了什么后果”。^①从这个意义上说，对传播的不同理解不过是不同的话语方式，是人们在不同历史阶段和不同侧面对传播活动和传播现象的阐释。也许，传播的本质一直都在传播结构的变动之中，传播的结构决定了对传播本质的理解，而不是传播这个形式能指规定本质所指。那么今天我们该如何历史地、逻辑地建构新闻传播的规定性呢？

新闻传播作为传播的一种，自然适用传播本质的不同话语方式，但新闻传播作为特定历史阶段出现的传播方式，有着自己独特的传播结构，在社会权力结构中有着特殊的位置。新闻传播通常被定义为“通过报纸、广播、电视、互联网向不确定的为数众多的人——读者、听众、观众传递新闻信息的过程”。^②从这个定义方式不难看出，新闻传播只是新闻信息的传递，沿用了传播观念中的传递观。对于类似的新闻传播规定性，我们不禁要问：新闻机构由谁来掌握，他们为什么要进行新闻传播？什么样的新闻会进入传播渠道？传播者和受众在怎样的传播关系中？受众如何看新闻、听新闻？显然，新闻传播的目的不再仅仅在于传递新闻信息，它同时关注意义和意识形态的生产。因此，新闻传播本质上是借助新闻信息而进行的权力博弈，传播者与受众之间的权力关系受制于特定的社会结构，但也推动着社会关系的变革，促使权力关系演变。

新闻传播的特点决定着新闻传播学的研究路径。从传播关系中的权力关系入手，有助于从总体上把握新闻的生产、传播和消费，也更便于确定新闻传播学的对象、范畴、范式和自身的价值体系，从而取得学科研究的自主性和革命性。

第三，新闻学理论体系创新的突破口在哪里？

哈贝马斯把科学知识分为三种类型，经验分析科学、历史——

① 刘海龙著：《大众传播理论范式与流派》，中国人民大学出版社2011年版，第5页。

② 何梓华、成美副主编：《新闻理论教程》，高等教育出版社1999年版，第34页。

阐释科学和以批判为导向的科学。在他看来,“经验分析科学的进路包含了一种技术的认知旨趣,历史——阐释科学的进路包含了一种实践的认知旨趣,而以批判为导向的科学进路则包含了一种解放的认知旨趣”。^① 考察中国新闻传播学的研究类型,不难发现,新闻传播学的研究路径大致包括体系建构型、历史解释型、对策建议型、经验总结型等几种。几种研究类型都形成了各自的研究传统,也取得了不俗的成绩,但由于种种原因,缺乏问题意识、科学意识,创新动力不足。以新闻理论研究为例,尽管社会科学和自然科学领域的新发现、新方法层出不穷,新闻实践取得的新突破、面临的新问题林林总总,但目前大学本科教学所使用的教材和20年前实际上并没有什么大的不同,理论新闻学的研究对象、研究方法和研究路径依然难有创新。学者们或孜孜以求或拔剑四顾,但新闻学所面临的尴尬和无奈仍难以解除——理论解释力不强、研究领域日益萎缩、自我革新动力不足等,甚至有专门著述,对“新闻无学论”进行反思。^② 是新闻学出了问题,还是我们的研究路径出了问题?答案是显然的。要解决新闻学的发展问题,尊重固有的研究传统固然应该,但不能瞻前顾后、裹足不前,如果没有强烈的问题意识和批判意识,新的学科体系建设或许很难有长足进展。这里所说的问题意识包括三个层次的问题:一是理论对实践的解释问题;二是理论自身的科学性问题;三是理论的自我革新能力问题,即关于问题的问题。卡尔·波普尔强调指出:“科学和知识的增长永远始于问题,终于问题——愈来愈深化的问题,愈来愈能启发大量新问题的问题。”^③ 新闻学必须正视这些问题和问题的的问题,打开自己的研究空间,确立自己的价值追求。

① 邓正来:《社会科学 with 知识类型——兼评荷曼斯的〈社会科学的本质〉》,载《中国书评》1994年第2期。

② 孔大为:《“新闻无学论”何以死而不僵——读〈对〈新闻无学论〉的辨析与反思〉一书的困惑》,载《青年记者》2011年第3期(下)。

③ [奥]卡尔·波普尔著:《猜想与反驳——科学知识的增长》,傅纪重等译,上海译文出版社1986年版,第318页。