

柯
泽·
著

理性与

REASON AND MEDIA DEVELOPMENT

传媒发展



上海三联书店

柯
泽·著

理性与

REASON AND MEDIA DEVELOPMENT

传媒发展



上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

理性与传媒发展/柯泽著. —上海:上海三联书店,
2009.4

ISBN 978-7-5426-2993-7

I. 理… II. 柯… III. 新闻—传播媒介—研究
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 012657 号

理性与传媒发展

著 者 / 柯 泽

责任编辑 / 冯 征

装帧设计 / 范峤青

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(200031)中国上海市乌鲁木齐南路 396 弄 10 号

<http://www.sanlian.com>

E-mail: shsanlian@yahoo.com.cn

印 刷 / 上海展强印刷有限公司

版 次 / 2009 年 4 月第 1 版

印 次 / 2009 年 4 月第 1 次印刷

开 本 / 890×1240 1/32

字 数 / 230 千字

印 张 / 9.625

ISBN 978-7-5426-2993-7/C·298

定价:32.00 元

序

柯泽君的博士论文《理性与传媒发展》终于出版了，我为他的学术成果得到社会承认而感到欣慰，同时，也为他在我主持的教育部人文社科基地重大课题“西方传媒的社会控制研究”中贡献如此具有创造性的思想而深感快意。

柯泽君乃有理想的电视人，在湖北电视台辛勤工作十余载，和同事们一道在电视节目制作方面开拓创新，慧解特出，不让时贤。年近不惑时，极具反思与批判精神的他不满于传媒界使人困惑的种种乱象，决意跳出来反观传媒发展的问题，遂走进珞珈山，与我等切磋学问，在比较新闻学的视野中探讨中国传媒的发展之道，以此安放愤世嫉俗的心灵。柯泽君天生一个读书人，痴迷学问，以至在为生活而四处奔波时也不弃书本，不离思考，且尤能在理论与现实的结合点上做学问，不落俗套，别有会心，最终成就了他近几年心血所寄的博士学位论文。

摆在读者诸君面前的这本书便是作者在博士论文的基础上认真修订而成的。它值得大家去阅读，首先在于作者构筑了一个笼罩日常生活的思想空间：面对作为人类生存环境的媒介，我们

如何理性地发展它，把它变成人类的精神家园，而非窒息人类的坟墓？或许有人会说，世界既已疯狂，为何要寻找传媒发展的理性？我只能说，这是我们每一个人的责任，这是拯救我们自己的重要路径，如果我们不去提升传媒的理性，就会成为制造“娱乐至死”的同谋，毁灭的是我们自己。在电影《疯狂小镇》中，新闻媒体毫无节制地寻找冲突性细节的疯狂毁掉了作为新闻事件主角的黑人雇员，从某种角度而言，那千千万万乐于把电视新闻报道当娱乐片欣赏的观众，同样是毁灭者。可怕的是，很少有人能想到，这场媒体谋杀，最终指向的是我们自己！

在提倡新闻的真实性的过程中，有人曾经发问：世界充满谎言，为何要求新闻真实？我欣赏这样的回答：正因为世界充满谎言，所以新闻必须真实。这便是新闻的理性。人们或多或少地向往权利，最起码害怕失去权利，被剥夺权利，可是人们很难体会到，要解决无权的问题，首先要解决无知的问题，因为不能真实、清晰、明白地了解世界，我们就无法面对权利、争取权利、维护权利。所谓聪明才智，指的就是判别真假是非的理性，又名良知或自然光明，与盲目信仰对立，并不与感觉对立，这便是广义的理性。一般说来，感官只能得到个别的、片面的知觉，只有理性才能获得普遍的、必然的认识。如果新闻媒介只停留在感官的层面，甚至追求感官刺激，那就无助于人们去认知权利、平等地获得权利，只能接受蒙昧、欺骗、奴役，而这一切，人类是可以靠理性的怀疑精神、去伪存真的精神去冲破的。理性不仅仅是一个与感官（感性）相对的概念，而且是一种求真的认识方法，回到笛卡尔的话语中，我们可以得到理性的明确内涵：

凡是我没有明确地认识到的东西，我决不把它当成

真的接受,也就是说,要小心避免轻率的判断和先入之见,除了清楚分明地呈现在我的心里、使我根本无法怀疑的东西以外,不要多放一点东西在我的判断里^①。

柯泽君努力以这种理性精神审视新闻传媒业在世界各国的发展历程,辨析它所处的制度环境、文化环境和政策环境,认真求证不同国别形态、制度形态和文化形态中的新闻传媒业发展的普遍的理性原则,探讨新闻传播活动如何反映和认识世界。他在总体上把传媒理性分解为传媒政治理性、传媒文化理性和传媒经济理性,从而形成了一个立体论述框架。在认知传媒发展的普遍法则方面,他呈现了一种更具综合性的见解。比如,他指出,传媒政治理性建立在国家政治理性的基础之上,二者彼此依赖和制约,构成一种共生关系,这种共生关系包括制度保障、理性互构以及公民的心理结构,虽然他所讨论的传媒理性的内容还局限在传统的普适性价值里,但是,有了这种共生关系作为理解的基础,就能创新传媒政治理性的问题意识,得到这样的新见解:传媒政治理性所要解决的问题是以理性为切入点,将传媒置于政治控制与反控制的背景之中,去揭示传媒与政治之间深刻的互动关系,从而揭示传媒生存的政治意义。

在探讨传媒的文化理性时,作者展现了独特的思维方式,认为传媒文化在本质上是一种人类认识社会、认识自我的精神活动,这一活动的目的依然是求得人们对历史与现实的准确把握,求得人与人、人与社会合乎理性的互动,求得一种理性的社会制度的实现,并最终求得人自身精神的完善。这一论说导出传

① [法]笛卡尔:《谈谈方法》,王太庆译,商务印书馆2000年版,第16页。

媒文化的道德理性、价值理性,启发人们从人的内在精神上去建构传媒文化,走出传媒的荒谬处境。同时,又使人的文化精神在传媒文化的流通机制、传媒文化产品的构成、传媒技术的发展、传媒符号的表现等日常传媒活动中分殊展开,形成文化理性的张力。

柯泽君在论文写作之初就表现出对理性精神的崇拜,后来,在开题答辩和论文答辩过程中,他部分地接受我和其他老师的意见,注意辩证思考理性问题,警惕理性主义的负面影响,但读者诸君依然可以在现在的文本读到这样的论述:媒介所有者的逐利本质并不会造成媒体的堕落,这不仅仅因为人是有理性的,人类在整体上来说总是会对包括新闻产品在内的精神文化产品做出理性的选择,而且还因为人类的伦理道德与市场本身具有内在的统一性。虽然我和部分读者一样对这样的论述持怀疑态度,但还是乐于去以理性的态度思考:这如何可能?

仔细读他的论述,我们会发现,他在谈及传媒理性的时候,并不像有些论者那样设置一些僵硬的教条和框架去窒息新闻传播活动的勃勃生机,而是为了开辟丰富多样、与时俱进的理性之路。而且,只要你注意到中国传媒发展理性不足、价值缺失的现实,你就会理解他的用心。

不过,我还是要在这一页向柯泽君交流我对理性的看法。理性不仅把控制人的非理性当作目的,还把征服自然、改造自然、调节社会当作目的。在理性主义看来,世间万物转瞬即逝、变化万端,只有一种影像一类的实在性,真正实在的事物是共相或理念。人为了追求确定性的认知,为了超越自我的限制,不得不服从理性的控制,并把理性的控制当作生活据以运行的基本方式和常轨,

于是,技术成了理性主义的一种物质化身,官僚政治成为理性主义的另一种化身,旨在对社会生活进行理性的控制和安排^①。

适度的理性总是与感性保持着辩证关系,但是,绝对的理性则追求绝对的控制,全面统治人的感觉世界,使人类生活组织不断理性化,常常使理性凝聚为空洞的理念或固化的意识形态,以致伤害理性自身。虽然理性会调整自身,回到感性世界,但反映着人对待自然的理性方式的媒介技术里已经嵌入了意识形态偏向,也就是用一种方式而不是另一种方式构建世界的倾向,或者说它给一种事物赋予更高价值的倾向^②。在柏拉图的《理想国》中,有一个著名的洞穴比喻来解释理念论:有一群囚犯在一个洞穴中,他们的手脚都被捆绑,身体也无法转身,只能背对着洞口。他们面前有一堵白墙,他们身后燃烧着一堆火。在那面白墙上他们看到了自己以及身后到火堆之间事物的影子,由于他们看不到任何其他东西,这群囚犯会以为影子就是真实的东西。最后,一个人挣脱了枷锁,并且摸索出了洞口。他第一次看到了真实的事物。他返回洞穴并试图向其他人解释,那些影子其实只是虚幻的事物,并向他们指明光明的道路。但是对于那些囚犯来说,那个人似乎比他逃出去之前更加愚蠢,并向他宣称,除了墙上的影子之外,世界上没有其他东西了。柏拉图在这里试图要说明的是,受限于影子一样的现象界造成了人的无知、愚昧,而只有超越影子一样的现象界,找到光(象征真理)与影(象征现象)的关系的理

① [美]威廉·巴雷特:《非理性的人——存在主义哲学研究》,段德智译,上海译文出版社1992年版,第285页。

② [美]尼尔·波斯曼:《技术垄断——文化向技术投降》,何道宽译,北京大学出版社2007年版,第7页。

性才能使人通向知识、智慧。吊诡的是,由于理性超越感性之后,建构了人对抽象性和普遍性的崇拜,使人们进入理性的抽象生活,受控于理性的人把理念当作真实,甘愿守在理念所构筑的洞穴里信奉理念的影像,而不愿越雷池一步。于是,在现代社会,人的政治、经济、社会、文化生活都得到理性安排,但是,理性的无限僭越和滥用,又使人生活抽象化、片面化,使人不得不遭遇李普曼所说的“拟态环境”,在自己的社会里成为局外人^①。一位美国作家所观察到的电视转播月食时的景象表征了理性生活的常态:人们本来把头伸到窗外就可以看到真实的东西,但是他们却宁愿在荧光屏上凝视它的“映象”^②。在某种意义上讲,我们落入“媒介洞穴”,在媒介所提供的映象世界里甘心过着抽象性的生活。

理性嬗变为技术理性的奥秘在于人追求确定性和将知识等同于技术。人不仅关注事实的确定性、生活的确定性,而且考虑意识的确定性、实现梦想的确定性,而科学似乎是唯一满足确定性标准的那种方法。但是,人偏偏疏忽了这样的问题:一是既然科学可以被制定为规则、原则、准则之类的东西,那么,理性就免不了落入对人的抽象规定;二是当不确定成为人的一种普遍存在状态的时候,普通人的理性能力就成了值得怀疑的事情,而在理性主义的出口处,就只剩下少数精英替我们把握社会生活的确定性了。这样一来,理性在人的疏忽处乘虚而入,实现对人的生活理性安排,而媒介就在理性嬗变为技术理性的过程中表现着理

① [美]威廉·巴雷特:《非理性的人——存在主义哲学研究》,段德智译,上海人民出版社,1992年版,第36页。

② [美]威廉·巴雷特:《非理性的人——存在主义哲学研究》,段德智译,上海人民出版社,1992年版,第286页。

性控制的本性。如果作者能充分地考虑这一点,理性地对待理性,也许对传媒的理性发展会增添更多的想象力。

我和柯泽君都是再平凡不过的读书人,有着读书人的倔强、偏执与局限,但这不妨碍我们像先贤那样向往理性和自由。我们为中国传媒的理性发展而苦苦思索,为的是让自由的媒介空间回归我们的生活。这也许是书生一梦,但我们为此而快乐着,并将继续为此而愉悦着。

是为序。

单 波

2009 年春于珞珈山

(注:序言作者为武汉大学新闻与传播学院珞珈学者特聘教授、哲学博士、中国外国新闻史学会副会长)

中文摘要

理性主义是西方思想史上占据主流地位的重要思潮,它是人类探索自然规律、探索社会发展规律的智慧结晶,理性主义主导了近代以来西方政治思想的基本走向,催生了现代民主政治制度,它所内含的世界观和方法论也深深渗入到现代民主政治的基本原则中。

理性主义思潮也极大地影响了包括新闻传播在内的其他人类精神创造活动。人们从理性主义的精神目的论出发去研究和探讨新闻传播活动的本质意义,从理性主义的道德论出发去研究和探讨新闻传播活动是否符合道德理性,从理性主义的认识论出发去研究和探讨新闻传播活动如何反映和认识世界,总而言之,人们从理性主义的规律论出发去研究和探讨新闻传播活动所具有的内在规律,理性主义也成为人们评判人类新闻传媒业发展是否合理,是否合乎理性的一个重要价值坐标。

现代民主政治制度的建立并非仅仅基于经验,同时也基于理性法则,那些基于理性精神而在政治理论和实践中所确定的一些基本原则,如政治权力的合法性、政治权力目的正当性、宪政法

治、权力制衡以及保护少数等实际上体现为政治理性。如果说在政治理论和实践中存在这种政治理性的话,那么在传媒理论和实践中也就一定存在相互对应的理性精神和理性原则,在后一领域中存在的那些相互对应的基本原则可以称之为传媒理性,传媒理性不仅仅表现为传媒政治理性,同时还表现为传媒文化理性和传媒经济理性。

传媒政治理性是在政治权力与媒介权力博弈的历史过程中滋生和成长的。传媒政治理性首先体现在人类言论和思想的表达自由之中,新闻传媒业生存的最根本价值在于人们能够通过这一行业去表达思想和意见,只有通过这种自由的表达,人类才能够去发展个性,发现真理,人的精神自由的本质也便在这一历史进程中显现出来;传媒政治理性其次还体现在建构公共舆论等方面,人们借助于传媒表达民意,伸张权利,表达诉求,由此形成公共舆论,舆论成为民意的基础,而民意则是现代民主政治的基础。

传媒文化理性构成了传媒理性的另外一个重要层面。近代以来当传媒文化兴起并开始取代传统的民间文化、官方正统文化成为社会主流文化范式之后,传媒文化理性问题变得格外触目。历史上传媒文化理性不断遭受扭曲,大众趣味、消费主义对传媒文化理性构成持续的威胁;战争期间,传媒文化被扭曲为宣传性文化,历史和现实之中,传媒附庸于纳粹主义、极权专制主义和形形色色的现代封建主义,使传媒文化沦为威权文化、颂德文化和奴性文化。传媒文化创造活动的核心是精神价值,这种文化创造活动一方面要符合某种人类精神价值目标,同时这种目标本身也要符合世界发展的历史理性。现代传媒应当持有某种优先追求

的精神价值目标,同时也承担着民族人文精神的传承、改造和重建等重大使命。

传媒理性还体现为传媒经济和市场理性。近代以来兴起的新闻传媒业同样是社会经济活动的一个门类,这一经济活动同样不能游离于普遍的市场法则,其生存的基础是自由市场和自由竞争。自由市场具有独特的分权功能,新闻传媒业作为一个承载权利和义务的精神产品生产行业,确保其置于多元化的经济结构中意义尤其重大,因为只有这样才能够确保意见的自由市场,才能够确保公民有效行使宪法赋予的各项权利。自由主义新闻业依靠向特定受众提供信息、思想和观点而获得生存机会,自由市场具有自我平衡的功能,它可以兼容各种不同的信息、思想和观点,并使得意见市场的供需在总体上达到平衡。与此同时,媒介所有者的逐利本质并不会造成媒体的堕落,这不仅因为人是有理性的,人类在整体上来说总是会对包括新闻产品在内的精神文化产品做出理性的选择,而且还因为人类的伦理道德与市场本身具有内在的统一性。

人类思想史上的理性主义并非纯粹思辨之物,并非形而上学的一套奇思幻想,理性主义尽管在其内部也存在着紧张矛盾和冲突,其理论主张本身也存在着不可避免的局限甚至缺陷,但是就其主流而言,理性主义代表了人类智慧发展的一个难以逾越的高度,现代民主政治制度的建立,现代市场经济观念的建立,现代传媒观念和传媒体制的建立都在极大程度上受惠于历史上的理性主义思潮。

理论的构建最终是为现实服务,理性主义对中国当代社会实践,对中国当代新闻传媒实践仍然具有独特和重要的启发意义,

建构理性主义语境中的新闻学核心理论,其重要目的也是为当下和今后中国新闻业传媒业的理性发展提供一点理论思考。

关键词: 理性主义 传媒发展 政治理性 文化理性 经济理性

Abstract

Rationalism takes a dominating position in western intellectual tradition. It is the intellectual outcome of human endeavour in probing into the natural laws and laws for social development. Rationalism has taken a leading position in western intellectual tradition since modern times. It has given birth to modern political system of democracy, with its world outlooks and methodology penetrating into the fundamental principles of modern politics of democracy.

Rationalism also has great impact on other human intellectual activities, news communication included. The significance in essence of news communication is dwelled upon in light of the mental orientation of rationalism; the moral validity is discussed in light of the morality of rationalism; the mechanism of news communication in reflecting and understanding the world is probed into in light of epistemology of rationalism. In short, the internal operating principles of news communication are being explored

based on the laws exposed by rationalism. Rationalism becomes a value axis for evaluating the validity and rationality of media development.

The constitution of modern political system of democracy not only comes out of experiences but rational principles. The fundamental principles established in theories and practices of politics based on rational mentality, such as the legality of political power, the validity of political power orientation, constitutional governance, power balances and protection of the minority, are in essence political rationality. If such political rationality exists in political theories and practices, rational mentality and rational principles are inevitably found in media theories and practices. In latter domain, the corresponding principles are supposed to be called media rationality, which is represented in forms of media political rationality, media cultural rationality and media economic rationality.

Media political rationality develops and springs up in the power play of politics and media. Media political rationality first manifests itself in people's free speech and thoughts. The underlying value for media existence is that people are able to air their ideas and opinions via media, with which people can stretch themselves out, develop themselves as individuals and become more enthusiastic in truth discovery and the spiritual freedom of human beings are revealed in the process. Second, media political rationality manifestes itself in construction of public opinions. Public opinions, rights and appeals,

the foundation of democratic politics take forms when people resort to media.

Media cultural rationality is another important aspect of media rationality. In recent years, media cultural rationality has become conspicuous as the rises of media gradually replace folk culture and officially orthodox culture becomes the paradigm for mainstream culture in society. Media cultural rationality in history has been constantly distorted, with the sustaining threat of mass tastes and consumerism. Media culture is warped into propaganda culture in warring times. In both history and reality, media culture is degraded to power culture, achievement raving culture or subjugation culture, with media tightly attached to Nazism, totalitarianism and feudalism of various forms. The core to the creation of media culture is its spiritual values, which are to be in conformity with the value orientation of human beings and the historical rationality of world's development. Modern media are supposed to have such spiritual values for priority and take the great mission of transmitting, revamping and reconstruction of humanity.

Media rationality manifests itself in media economy and market rationality as well. The newly forthcoming media industry is one of the categories in social economic activities, which denies the possibility of media activities deviating from the general market principles and sets the prerequisite of free market and competition. Free market has a unique function of dividing power. As a special industry of spiritual products bound with rights and obligations, media industry plays an significant role in diversifying economy. A