

21

世纪新闻传播学研究丛书

鲍海波 著

新闻传播 的文化批评

中国社会科学出版社

中国社会科学出版社

91

203776
世纪新闻传播学研究丛书

G210
B295

(A146/08)

鲍海波 著

新闻传播 的文化批评



京电力大 00232403

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播的文化批评/鲍海波著. —北京:中国社会科学出版社, 2002. 5

(21 世纪新闻传播学研究丛书)

ISBN 7-5004-3385-9

I. 新… II. 鲍… III. 新闻学:传播学—研究

IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 028676 号

责任编辑 学文

责任校对 李云利

封面设计 任菊华

版式设计 李健

出版发行 中国社会科学出版社

社址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮编 100720

电话 010-84029453

传真 010-64030272

网址 <http://www.csspw.com.cn>

经销 新华书店

印刷 北京新魏印刷厂

装订 丰华装订厂

版次 2002 年 5 月第 1 版

印次 2002 年 5 月第 1 次印刷

开本 850×1168 毫米 1/32

印张 9.125

插页 2

字数 213 千字

印数 1—1500 册

定价 19.00 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发行部联系调换

版权所有 侵权必究

总 序

刘 路

新闻学、传播学无疑是当代社会文化领域中的显学。当人类迈入这个信息经济和知识经济占主导地位的新的世纪，新闻传播已渗透到社会生活的各个角落，构成了社会文明的万千气象。然而，面对日新月异的新闻传播景观，面对新闻传播业由功能性扩张向跨行业扩张、由媒体兼融、文体兼融向社会全方位综合发展渐成趋势，理论研究却并非那么显眼和显赫。究其原因，窃以为，一是所谓的“新闻无学”偏见长期禁锢着人们的头脑；二是传播学引进时间太短，本土化建设不足，泛传播学现象严重，并难以影响实践，因而呈现出研究动力不足、内容不深、角度不新的被动局面。

新闻传播教育是为媒体产业培养人才的。展望 21 世纪的新闻传播教育，无疑将呈现出开放、多元、迅疾、综合等趋势。显而易见的是，它与媒体市场的结合越来越紧密，与文、理、工交融的走向越来越明显，它冲破国界、全球化的联系越来越便捷。陕西师范大学新闻与传播学院是西北地区第一所学科齐全、文理融合、集人才培养和理论研究为一体的新闻与传播学院。在这个教师近百、学生过千的学院里，有一批功底扎实，又有学术锐气的

中青年学者，他们整体的素质和学术造诣较高，新闻学、传播学的专业知识比较全面，学术视野比较宽阔，研究方法相对先进。特别是他们具有大新闻观念、广泛涉猎了电子传媒的新闻经验，不囿于报学之一隅，在关注理论与教学的同时，对新闻、传播的最新发展相当敏感，从不放松与实践的联系，因而，他们的研究，总能显示出理论智慧对实践意义的思考，一般都具有取精用宏、探骊得珠的特点，其中南长森的敏锐思辨，高有祥的沉潜蕴藉，田大宪的隽永醇厚以及鲍海波智性的思考和知性的怡情，都显示出他们学术研究的文化风貌。

《21 世纪新闻传播研究丛书》的学术价值，具体说来，我以为体现在以下几个方面：

从文化批评的视点观照、分析了新闻传播的本质、过程及相关因素，以及媒介文化形态等诸多理论；

摆脱了新闻编辑研究重术轻学的惯常研究方法，完善了新闻编辑学的理论构架，提升了新闻学研究的思辨性与学理性；

提出了“规范口语是具有书面语言色彩的口语化语言”的见解，对最新的国内外重大新闻事件的报道方法，进行了富于学理性的评析；

立足于当代中国的实际，系统地分析了舆论监督的理论建构、运作机制、特点、规律、操作障碍与认识误区；

.....

处在新世纪的中国学术研究缺什么？可以说什么都缺，但我以为，最缺的还是思想和见解，以及那种踏踏实实进取，孜孜矻矻创造、力学自我突破的人生姿态。陕西师范大学新闻与传播学院几位中青年学者针对当前新闻学、传播学实践向理论研究提出的挑战，做出跨度较大而又自成一体的研究，堪称一次郑重而又及时的学术回应。读他们的书稿，感到兴味盎然，乐不可支。忝

为这个学院的院长，我的眼前油然显示出一片旖旎的春光，令人感佩，催人勃发，有这样一批才俊，我们学院的发展，是不可限量的！

是为序。

2002 年元月 10 日

前 言

新闻传播是一种社会现象，这在我们的新闻学论著中最有定论。问题是，究竟该如何认识这一现象。

伴随着新闻传播活动以及新闻事业的快速发展，对这一社会现象的研究领域也有了极大的拓展，对于新闻传播与新闻传播相关的政治学、经济学、社会学、心理学、法学、美学、文化学以及诸种自然科学的考察，已有不少内容被纳入当代新闻传播的研究领域。由此形成的新闻学及其相关的传播学，以及由新闻学与相邻学科组成的新闻边缘学科已有 30 多门！这说明，对新闻传播的研究已融合了不同的学科视野及领地，使得新闻学这门年轻的学科正呈现出勃勃生机。所以，对新闻传播的文化批评即是在此背景下的一种尝试。

除此之外，还有两个最基本的原因：

其一，新闻传播所涉及的文化问题需要对其进行文化关照。任何话语的展开必须有其具体的环境。在全球化的时代，传媒与全球化的关系也呈现出越来越密切的趋势，因此文化界有人声称，21 世纪将是大众传媒主宰文化生产、精英文化全面衰落的时代。此言是否有些危言耸听姑且不论，以现代传媒为依托的各种信息传播活动已成为一种重要的文化现象却是不争的事实。而且，随着我国改革开放与社会急速转型与发展，“第三世界”的中国的新闻

传播也发生了很大的变化。从某种意义上说,新闻事业作为巩固和发展具有中国特色的社会主义的强有力的舆论工具的同时,在新闻传播过程中也出现了一些别样的新闻文化景观。特别是以机械媒介和电子媒介为代表的现代传媒在为我们传播各种各样信息的同时,也营造了一个高度先进的、逼真的“超级现实”,使得新闻传播与日常生活以及其他文化形态复杂地交织在一起,难以截然分辨,从而引发起新的生命体验或本体论问题有待于我们去重新思考。

所以,本书将新闻传播活动视为一种文化现象,分别从其平面化的存在、新闻传播的过程以及功能的异化、媒介及其文化形态等方面展开批评。以期对其进行一定程度上的价值厘定。

其二,新闻传播的文化现象也是文化批评的题中之义。近十多年来,文化批评异军突起,并迅速地进入学术理论批评的前沿,成为新兴的文化学学科的一个分支。并且,也将原有的批评范围从对文学现象的考察,扩大到对包括文化理论本身、当代大众文化、消费文化以及传媒现象等文化现象的考察方面。正是因为文化批评的极大的包容性,我们才得以将新闻传播这一文化现象置于其中,对其进行从文本到生产过程本身的文化阐释。

以上两种互为关联的原因,促成了本书的写作。在此特别需要说明的是,对新闻传播的文化批评,不仅只是一种方法和手段的运用,它更多的是指寻求新闻传播研究的人文价值意向;更多的是指新闻传播研究如何进入广泛的文化背景,如何反映或体现人类文化精神的真实状况。从这个意义上说,本书非但不敢妄称为成熟之作,如果能有片言只语引起您的兴趣和注意,则已是大喜过望了。

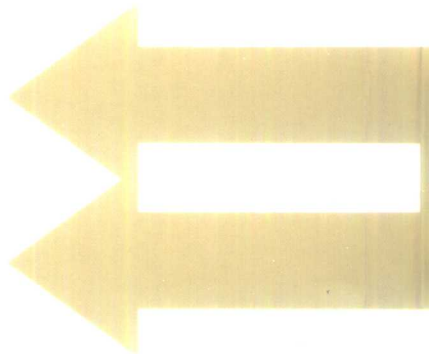
陕西师范大学出版基金资助项目

21

封面设计：任菊华

21世纪新闻传播学研究丛书

- A、刘 路《新闻标题论》
- B、田大宪《新闻舆论监督研究》
- C、南长森《新闻思维与主体运筹》
- D、程海波《新闻传播的文化批评》
- E、高有祥《电视新闻的理论与实践》



ISBN 7-5004-3385-9



9 787500 433859

ISBN7-5004-3385-9/G · 2

定价：19.00元

目 录

前言	(1)
第一章 新闻传播的文化学认识	(1)
一、关于文化	(2)
二、新闻传播的文化学认识	(4)
三、新闻传播：平面化的存在	(7)
第二章 新闻传播过程及其异化	(18)
一、新闻传播过程	(18)
二、新闻传播过程中的异化现象	(19)
第三章 新闻传播社会功能的行使与异化	(45)
一、大众传播的社会功能概括	(45)
二、新闻传播的基本功能	(48)
三、新闻传播功能的异化	(50)
第四章 都市报现象的文化分析	(92)
一、都市报产生的社会文化心理根源	(93)
二、都市报的当下文化形态	(97)
三、反形式：当代都市报的形式特点	(101)
四、都市报与都市文化建设	(110)
五、都市报人的文化自觉	(112)

第五章 电视神话的文化解读·····	(116)
一、电视：一个新的神话·····	(117)
二、解魅电视·····	(120)
第六章 文化研究视野中的大众文化研究（上）·····	(138)
一、法兰克福学派对大众文化的批判·····	(139)
二、利维斯主义与麦克唐纳的批判·····	(146)
三、大众文化研究的文化主义范式·····	(148)
四、大众文化研究的结构主义范式·····	(154)
第七章 文化研究视野中的大众文化研究（下）·····	(159)
一、大众文化研究的“葛兰西转向”·····	(159)
二、一种新的大众文化理论·····	(162)
三、霍尔的视点·····	(169)
第八章 大众文化研究与中国现实（上）·····	(174)
一、大众文化及其在中国的发展·····	(179)
二、当代大众文化的生成与发展背景·····	(181)
三、大众文化的生产·····	(186)
四、大众文化的“文本”及其形象特征·····	(199)
第九章 大众文化研究与中国现实（下）·····	(205)
一、大众文化的消费·····	(205)
二、大众文化的本质特征·····	(215)
三、大众文化消费中的价值误区·····	(217)
四、一种共有的文化？·····	(226)
第十章 传媒中的女性话语困境·····	(237)
一、女性在新闻传播中的三重缺席·····	(237)
二、女性在大众传媒中的在场与话语困境·····	(244)
三、传媒对女性象征性地歼灭·····	(252)

附录 试析大众传媒的媚俗性.....	(261)
主要参考书目.....	(271)
后记.....	(277)

第 一 章

新闻传播的文化学认识

新闻传播是一种社会现象，这在我们的新闻学论著中早有定论。就目前来看，作为社会现象的新闻传播活动基本上是在三个层次上进行^[1]：

1. 人际新闻传播，即个体之间所进行的新闻传播；
2. 群体新闻传播，即指群体之间或个体与群体之间所进行的新闻传播；
3. 大众新闻传播，即指通过某一特定传播工具同时向社会公众发布新闻及人们通过传播工具获得新闻的活动。

这三重活动不仅同时存在，而且此消彼长，互相补充，使人类社会的新闻传播不断呈现出丰富与多样的色彩。除此之外的问题是，究竟应该如何认识这一社会现象？“在当代哲学由方法论转向本体论研究的今天，新闻理论也存在着从经验性研究转向本体论研究。……我们对于新闻本体论的研究，应注重对人的社会存在与新闻关系的研究，即新闻文化的研究。”^[2]这的确是一种有益尝试，因为当人们对某一社会现象进行重新思考的时候，并不仅仅是停留于对社会现象的思考，而是开始对这一现象作文化的思考，即人类对自身认识的一种进入。对新闻传播这一社会现象作文化学认识之前，必须对文化有所理解和认识。

一、关于文化

近些年来,“文化”这个概念已经越来越多地进入人们的语言叙述之中。一方面,人们把文化视为一种形态独特的精神世界的创造;另一方面,人们又把文化这一概念延伸到人类生活的方方面面,把人类创造或打上人类痕迹的所有形态都称作文化。文化成为一种万能的语言。然而,具体地说,什么是文化?这又是一个异常难解的问题,的确不是三言两语就能解说清楚的。美国人类学家阿尔弗雷特·克洛依伯和克莱德·克勒克荷思 1963 年出版的《文化:概念和定义批判分析》对于澄清文化的性质与意义做出了卓越的贡献。他们对一百六十多条五花八门、形形色色的文化定义进行了逐一解析,并根据其“基本主题”进行归类。归类的结果是得出九种最基本的文化概念:它们分别是哲学的、艺术的、教育的、心理的、历史的、人类学的、社会学的、生态学的和生物学的。当然,这九种基本类型并不一定对历史文献之中或今日正在流行的文化定义能够悉数概括,但大多数文化定义是可以在这九个门类下得到说明。这也说明了以上众多的文化定义,基本上是有规律可循的。所以,有文化学者对此进行归纳,发现下面这些方式是给文化下定义时最常见的:即现象描述性、社会反推性、价值认定性、结构分析性、行为取义性、历史探源性、主题立意性等文化定义方式。^[3]如果从另一种角度来看,中西学者关于文化界定的以下几种不同的方式,给我们的启示就更多。第一,从文化的构成因素着眼,把文化视为诸多因素构成的“复杂整体”。如英国“人类学之父”泰勒认为:“文化或文明,就其广泛的民族学意义来说,乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂

整体。”^[4]《中国大百科全书·哲学卷》对文化的界定也是从构成因素着眼的，并把文化的构成因素做了概括性的描述：“文化(culture)即人类在社会实践过程中所获得的能力和创造的成果”，“广义的文化包括人类物质生产和精神生产的能力、物质的和精神的全部产品。狭义的文化则指精神生产能力和精神产品，包括一切意识形式，有时专指教育、科学、文学、卫生、体育等方面的知识和设施，以及世界观、政治思想、道德与意识形态相区别的方面。”第二，从人与文化的互建关系着眼。德国哲学人类学家米夏埃尔·兰德曼认为：“文化按定义是由人自身的自由的首创性所创造的，而正是由于这个原因，人赋予文化如此多样的形式：一个民族不同于另一个民族，一个时代区别于另一个时代。但是，在创造文化的过程中，人创造了自己。”^[5]《中华文化史》对文化的实质性含义也作了类似的阐释，认为“文化的实质性含义是‘人类化’，是人类创造的文化价值，经由符号这一介质在传播中实现过程，而这种实现过程包括外在的文化产品的创造和人自身心智的塑造”。^[6]第三，从人的生存需求着眼，把文化视为“人的生活方式的表现”。荷兰哲学家C. A. 冯·皮尔森认为：“人不是生活在一个纯粹的自然世界中，而是生活在一个历史世界中，因而如果他不愿意被纯粹的传统或自然所强加的规则的固有性所羁绊的话，他就必须不断地争取更新。”^[7]所以，“文化不再是一种外在于人的、在历史中自动发生作用的非人格力量”。^[8]而是“所有的文化，即使是最原始的民族文化也不例外，都可以看作是人对其周围力量施加影响的方式”。^[9]“现代人开始领悟到人性正在走向一种包罗万象的世界文化；这种文化不是自动出现的，而是必须不断地由人自己来指导和驾驭。比起以往任何时候来，今日的文化更是一种人的战略。”^[10]

可见，“关于什么是文化的提出，其实并不仅仅是人类开始了

对文化的思考，而是对人类自身认识的一种进入。因为，当人们在谈论文化时，人类必然要牵涉到‘人’这一主体，思考人与人、人与动物、人与环境、人与传统、人与历史、人与创造等各种问题。”^[11]这也正是上述对文化的不同界定给我们的启示。它使我们认识到文化是一种社会历史现象，它对人的生存和发展有着全面的联系。人创造了文化，文化也塑造了人；没有与人无关的文化，也没有与文化无关的人；文化与人永远同在。并且，从构成上看，文化实际上包含着两大方面的要素：人的创造物（包括物质的和精神的）与人的创造活动（包括创造能力、行为方式和过程）。作为人的创造物，不论是物质产品还是精神产品，文化是确证人的本质力量对象化的存在，是人进行再创造活动的前提条件。作为人的创造活动，文化不仅能够对人掌握的世界和人所具有的各种尺度不断进行新的整合，是“人的世界”走向文明和完善的基本动力，而且是使人自身得以解放和全面发展、把人的本身给予人的终极关怀的对象化的活动。所以，从文化的整体看，人的创造活动既创造了物质产品，也创造了精神产品，两种产品在持续发展的人的创造性活动中必然会成为一种文化建构力，塑造着它们所需要的人。

二、新闻传播的文化学认识

如果我们从文化学的视角来考察新闻传播活动，就会发现，与人类同生共荣的新闻传播活动本身就是一种文化活动，这主要体现在新闻传播是一种属人的典型性的创造活动。

首先，新闻传播活动是满足于人类社会化生活与生产需求的信息传播活动。从新闻传播活动的起源来看，它既非起源于人类的“好奇心”也非起源于人类本能的“新闻欲”，而是“起源于人