

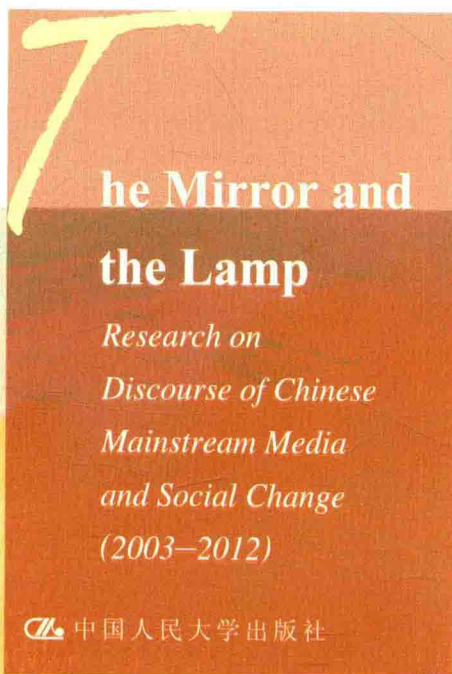


新·闻·传·播·学·文·库

“明镜”与“明灯”

中国主流媒体话语与社会变迁研究
(2003—2012)

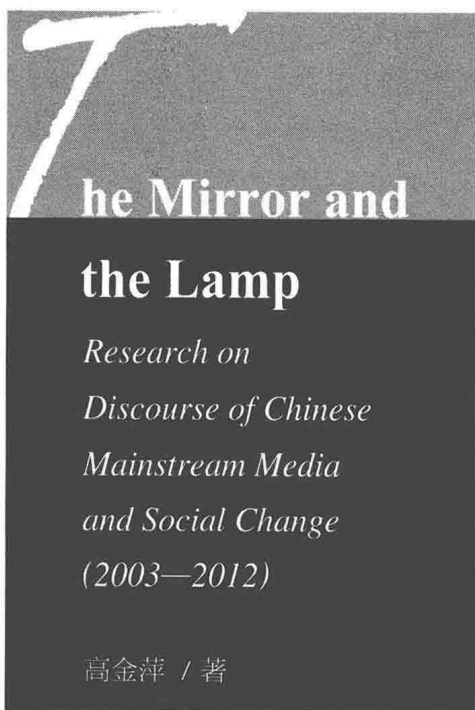
高金萍 / 著



新·闻·传·播·学·文·库

“明镜”与“明灯”

中国主流媒体话语与社会变迁研究
(2003—2012)



中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目(CIP)数据

“明镜”与“明灯”:中国主流媒体话语与社会变迁研究(2003—2012)/高金萍著. —北京:中国人民大学出版社, 2017.1

(新闻传播学文库)

ISBN 978-7-300-24166-1

I. ①明… II. ①高… III. ①新闻导向—关系—社会发展—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第025089号

新闻传播学文库

“明镜”与“明灯”

中国主流媒体话语与社会变迁研究(2003—2012)

高金萍 著

“Mingjing” yu “Mingdeng”

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242(总编室)

010-62511770(质管部)

010-82501766(邮购部)

010-62514148(门市部)

010-62515195(发行公司)

010-62515275(盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 170mm×240mm 16开本

版 次 2017年3月第1版

印 张 14.25 插页2

印 次 2017年3月第1次印刷

字 数 205 000

定 价 49.80元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

北京语言大学

出版基金资助

总 序

自 1997 年国务院学位委员会将新闻传播学擢升为一级学科以来,中国的新闻传播学学科建设突飞猛进,这也对教学、科研以及学术著作出版提出了新的、更高的要求。

继 1999 年中国人民大学出版社推出“21 世纪新闻传播学系列教材”之后,北京广播学院出版社、华夏出版社、南京大学出版社、中国社会科学出版社、新华出版社等十余家出版社纷纷推出具有不同特色的教材和国外新闻传播学大师经典名著汉译本。但标志本学科学术水平、体现国内最新科研成果的专著尚不多见。

同一时期,中国的新闻传播学教育有了长足进展。新闻传播学专业点从 1994 年的 66 个猛增到 2001 年的 232 个。据不完全统计,全国新闻传播学专业本科、专科在读人数已达 5 万名之多。新闻传播学学位教育也有新的增长。目前全国设有博士学位授予点 8 个,硕士授予点 40 个。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等一批研究型院系正在崛起。北京大学和清华大学的新闻传播学教育以高起点、多专业为特色,揭开了这两所百年名校蓬勃发展的新的一页。中国传媒大学以令人刮目相看的新水平,跻身中国新闻传播教育名校之列。武汉大学新闻

与传播学院等以新获得博士授予点为契机所展开的一系列办学、科研大手笔，正在展示其特有的风采与魅力。学界和社会都企盼这些中国新闻传播教育的“第一梯队”奉献推动学科建设的新著作和新成果。

进入新世纪以来，随着以互联网为突破口的传播新媒体的迅速普及，新媒体与传统媒体的联手共进，以及亿万国人参与大众传播能动性的不断强化，中国的新闻传媒事业有了全方位的跳跃式的大发展。人民群众对大众传媒的使用，从来没有像今天这样广泛、及时、须臾不可或缺，人们难以逃脱无处不在、无时不有的大众传媒的深刻影响。以全体国民为对象的新闻传播学大众化社会教育，已经刻不容缓地提到全社会，尤其是新闻传播教育者面前。为民众提供高质量的新闻传播学著作，已经成为当前新闻传播学界的一项迫切任务。

这一切都表明，出版一套满足学科建设、新闻传播专业教育和社会教育需求的高水平新闻传播学学术著作，是当前一项既有学术价值又有现实意义的重要工作。“新闻传播学文库”的问世，便是学者们朝着这个方向共同努力的成果之一。

“新闻传播学文库”希望对于新闻传播学学科建设有一些新的突破：探讨学科新体系，论证学术新观点，寻找研究新方法，使用论述新话语，摸索论文新写法。一句话，同原有的新闻学或传播学成果相比，应该有一点创新，说一些新话，文库的作品应该焕发出一点创新意识。

创新首先体现在对旧体系、旧观念和旧事物的扬弃。这种扬弃之所以必要，人文社会科学工作者之所以拥有理论创新的权利，就在于与时俱进是马克思主义的理论品质，弃旧扬新是学科发展的必由之路。恩格斯曾经指出，我们的理论是发展的理论，而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。一位俄国作家回忆他同恩格斯的一次谈话时说，恩格斯希望俄国人——不仅仅是俄国人——不要去生搬硬套马克思和他的话，而要根据自己情况，像马克思那样去思考问题，只有在这个意义上，“马克思主义者”这个词才有存在的理由。中国与外国不同，旧中国与新中国不同，新中国前30年与后20年不同，在现在的历史条件下研究当前中国的新闻传播学，自然应该有不同于外国、不同于

旧中国、不同于前30年的方法与结论。因此,“新闻传播学文库”对作者及其作品的要求是:把握时代特征,适应时代要求,紧跟时代步伐,站在时代前列,以马克思主义的理论勇气和理论魄力,深入计划经济到市场经济的社会转型期中去,深入党、政府、传媒与阅听人的复杂的传受关系中去,研究新问题,寻找新方法,获取新知识,发现新观点,论证新结论。这是本文库的宗旨,也是对作者的企盼。我们期待文库的每一部作品,每一位作者,都能有助于把读者引领到新闻传播学学术殿堂,向读者展开一片新的学术天地。

创新必然会有风险。创新意识与风险意识是共生一处的。创新就是做前人未做之事,说前人未说之语,或者是推翻前人已做之事,改正前人已说之语。这种对旧事物旧体系旧观念的否定,对传统习惯势力和陈腐学说的挑战,对曾经被多少人诵读过多少年的旧观点旧话语的批驳,必然会招致旧事物和旧势力的压制和打击。因此,执着于理论创新的学人们,又必须时时唤醒自己的风险意识。再说,当今的社会进步这么迅猛,新闻传媒事业发展这么飞速,新闻传播学学科建设显得相对迟缓和相对落后。这种情况下,“新闻传播学文库”作者和作品的一些新观点新见解的正确性和科学性有时难以得到鉴证,即便一些正确的新观点新见解要成为社会和学人的共识,也有待实践和时间。因此,张扬创新意识的同时,作者必须具备同样强烈的风险意识。我们呼吁社会与学人对文库作者及其作品给予最多的宽容与厚爱。这里并不排斥而是真诚欢迎对作品的批评,因为严厉而负责的批评,正是对作者及其作品的厚爱。

当然,“新闻传播学文库”有责任要求作者提供自己潜心钻研、深入探讨、精心撰写、有一定真知灼见的学术成果。这些作品或者是对新闻传播学学术新领域的拓展,或者是对某些旧体系旧观念的廓清,或者是向新闻传媒主管机构建言的论证,或者是作者运用中国语言和中国传统文化对海外新闻传播学著作的新的解读。总之,文库向人们提供的应该是而且必须是新闻传播学学术研究中的精品。这套文库的编辑出版贯彻少而精的原则,每年从中国人民大学校内外众多学者的研究成果中精选三至五种,三至四年之后,也可洋洋大观,可以昂然耸立于新闻传播学乃至人文社会科学学术研究成果之林。

新世纪刚刚翻去第一页，中国人民大学出版社经过精心策划和周全组织，推出这套文库。对于出版社的这种战略眼光和作者们齐心协力的精神，我表示敬佩和感谢。我期望同大家一起努力，把这套文库的工作做得越来越好。

以上絮言，是为序。

童 兵

序

郭庆光

改革开放 30 多年来，中国社会走出了一条独特的发展道路，不论称之为“中国模式”“中国制度”或是“中国道路”，其变革的内在理据、发展方式、客观效应，都值得社会科学研究者深入思考。在新闻传播学领域，对这一现象的探讨呈现为近年来逐渐增多的新闻传播与社会变迁的研究。

回首 21 世纪，可能没有哪个国家，尤其是大国，像中国社会这样经历了如此快速的发展。无论是社会经济和政治的迅速变革，还是互联网及媒体技术的广泛应用，在国际社会中中国都正由“大国”走向“强国”，在新闻传播领域中中国正由“表达”走向“建构”。在这个迅速变革的时代，新闻传播成为一个无比重要的领域，因为人们比以往任何时候都更需要新闻媒体来指明方向，即他们来自哪里、现在处于哪里、将来走向哪里。这样的导引，既存在于私人领域里的爱恨抉择，也发生于公共领域的一切混乱事件之中。而这种导引的实质是从社会变迁角度对于人类行为的梳理、评价和预测。由此来看，从新闻话语角度分析中国的奇迹般变迁，具有十分重要的理论价值和现实意义。

中国引入话语分析理论不过 30 年，新闻传播学界运用话

语分析理论解析中国媒体传播现象的时间更短。但中国新闻传播学者很快发现：话语分析强调互动的特征，对于分析互联网时代的媒体活动具有独特的优势；这样一种跨学科的理论研究视角和方法，虽然十分复杂，却具有极强的解释力。媒体话语的情境本质，将媒体研究直接导入社会变迁的宏观语境之中，更加深刻地阐发了社会权力的生产和宰制。

处于变革之中，新闻媒体话语的多元化特征更加凸显，社会变迁中的冲突与矛盾也时时发生。在此背景下，高金萍教授经几年积累，完成了学术著作《“明镜”与“明灯”——中国主流媒体话语与社会变迁研究（2003—2012）》，从媒体话语角度梳理胡温十年中国社会的变迁，探讨媒体话语对于社会主流价值观的呈现与建构，在宏观视域与微观呈现的融合中，为我们提供了一个认识中国社会变革的新维度。

主流媒体话语的价值在于其对社会核心价值理念的塑造和强化。在本书中，作者围绕中国主流媒体文本和话语实践，分析了新闻媒体话语的二重性，认为媒体话语的反映论与建构论并不是对立的，而是在人类社会实践中不断地交织交融。媒体话语作为人类社会实践活动的中介和结果，在受制于社会实践的同时也创造了制约它的社会实践。正如马克思所言，人们创造了自己的历史，但不是在他们自己选定的条件下创造的。作者认为：媒体话语的二重性根源于人类社会实践活动的二重性，媒体话语表达的领域受到社会实践的限制，社会实践和社会结构建构着媒体话语；同时，媒体话语也通过建构社会主体和自我形式，构建着社会关系、影响着社会实践。

主流媒体话语如何通过建构社会主体和自我形式，影响社会实践？作者提出作为人类文化的一种表象——主流媒体话语的文化价值表现于四个维度：呈现社会实践、建构社会核心价值、塑造文化认同、影响社会变迁。主流媒体话语的文化价值在于它不仅作为人类交流的工具，更是一种影响人的思想、引导人的行为的文化手段或文化权力。对主流媒体话语价值四维的阐发，显示了作者对于理论建构的追求和实践关切的回应，有助于研究者深入理解新闻传播的使命与责任。

新闻传播力是一个国家和民族软实力的具象化表现。呈现于新闻媒体中的话语交锋、交流、交融，不仅有利于中华民族的文化创新，而且也是民族软实力喷涌的表征。当然，新闻媒体话语本身的开放性与自主性、关联性与多样性，决定了主流媒体话语研究的艰难。主流媒体话语分析要避免“强制阐释”的陷阱，即背离文本话语，消解新闻特性，以前置立场和模式对话语文本作符合研究者主观意图和结论的阐释，用话语文本来证明研究者的已有结论或既有理论的正确性。本书作者的分析，基于严谨的文本选择（“中国主流媒体十大流行语”、新华社年度十大新闻、中国新闻奖获奖作品）、客观的研究立场、审慎的结论推理，让我们从多侧面多角度观察我们每日面对的主流媒体。

高金萍在中国人民大学新闻学院攻读博士学位期间，我曾担任她的班主任。博士毕业后的十多年来，我目睹了她在新闻传播研究领域的不懈努力，目睹她经历了青年学者从稚嫩到成熟的蜕变。她的新著出版，一方面我为之作序以表祝贺，另一方面也希望中国的青年学者们和高金萍一道，继续坚持“文化自觉”，在西方传播理论中国化的进程中，关注中国如何在日益开放中寻求经济、政治、文化领域独特的变革道路这一现实问题，真实地理解中国的发展及面临的挑战。

（作者为中国人民大学新闻学院执行院长）

目 录

第一章 媒体话语与社会变迁研究	1
第一节 社会变迁视野中的媒体话语研究	1
第二节 研究框架与研究方法	11
第二章 主流媒体话语分析	17
第一节 主流媒体与主流话语	17
第二节 主流媒体话语体系及层次	28
第三节 主流媒体话语分析的向度	35
第三章 介于表现社会实践与建构社会意义之间的主流媒体话语	49
第一节 媒体话语是社会实践的表现	50
第二节 媒体话语是社会意义的建构	72
第三节 作为“明镜”与“明灯”的媒体话语	87

第四章 主流媒体话语对社会变迁的“明镜”式再现	96
第一节 新华社年度十大国内新闻对中国社会变迁的再现	96
第二节 主流媒体流行语对中国社会变迁的再现	107
第五章 主流媒体话语对社会变迁的“明灯”式指引	118
第一节 成就报道话语对中国社会实践的建构	118
第二节 灾难新闻话语对中国社会实践的建构	131
第六章 中国主流媒体话语的价值四维	142
第一节 主流媒体话语对社会实践的呈现	143
第二节 主流媒体话语对社会价值观的建构	150
第三节 主流媒体话语对文化认同的塑造	158
第四节 主流媒体话语对社会变迁的影响	167
附录1 “中国主流媒体十大流行语”年度流行语（2003—2012）	183
附录2 “中国主流媒体十大流行语”年度流行语	
专题类（2003—2012）	188
附录3 “中国主流媒体十大流行语”春夏流行语（2003—2012）	191
附录4 “中国主流媒体十大流行语”春夏流行语	
专题类（2003—2012）	195
附录5 新华社年度十大新闻（2003—2012）	198
参考文献	207
后记	213

第一章 媒体话语与社会变迁研究

社会变迁,是指一切社会现象发生变化的动态过程及其结果,即社会的发展、进步、停滞、倒退等一切现象和过程的总和。媒体传播是记录人类社会实践和建构社会互动的一个重要载体,也是记录和促动社会变迁的动力之一。媒体话语的变化折射着社会的变化,媒体话语也总是与时代的发展如影随形。从媒体话语的变化中寻找社会变迁的脉络,是一种从细节入手考察社会重大历史变化的角度。媒体话语的产生、使用和消退往往需要一个比较长的过程,某种话语的出现往往体现着某种新的行为、思想和价值在人们社会实践中的应用。它的消失或淡化,同样是社会过程、社会结构中某种行为和价值理念的消长过程。本研究以十年作为一个考察时段,从媒体话语角度,分析 2003—2012 年中国社会发展进程中媒体话语的流变,及其折射的中国受众交流方式、冲突解决方式的变化,社会阶层与社会矛盾的纠缠与纾解,从中发现中国主流媒体话语的文化价值及中国社会变迁的宏观趋势。

第一节 社会变迁视野中的媒体话语研究

一、社会变迁与媒体传播

(一) 社会变迁的表征与动力

从社会学视角来看,社会变迁侧重于某一特定社会整体结构的变化、特定社会结构要素或社会局部的变化;从政治学视角来看,社会变迁是社会功能运行中利益关系、社会制度和社会控制之中的改变;从传播学视角来看,社会变

迁既包含社会的进步和退步，又包括社会的整合和解体，是传播技术及传播制度导引下社会关系的演变。

研究者们将社会变迁的表征分为：社会整体和局部的变迁、社会的渐变与突变、社会的进步与退步等。上述变迁的表征体现于社会生活的所有领域，从显在的自然环境变迁、人口变迁、经济变迁、生活方式的变迁、科技和社会制度变迁，到隐含的社会价值观变迁、文化变迁和社会结构变迁等多个层面。德国冲突理论大师拉尔夫·达伦多夫（Ralf Dahrendorf）认为，社会的常态就是社会冲突和变迁。从社会学角度看，社会变迁有两种基本形式：社会渐变和社会革命，有人称之为渐进式变迁和革命式变迁。其中，渐进式变迁是最普遍的和“正常的”变迁模式；革命式变迁是对既往规范或行为模式的“彻底的革新或决定性的颠覆”。^①

然而，致使社会变迁诸种表征愈显愈明的原动力究竟是什么？无数学者分析了各种至关重要的因素，大致可归结为两种观点：一是唯物的因素使然，如“硬的”技术、经济、环境或生存压力导致，如马克思的唯物史观强调推动社会变迁的主要因素是经济力量；二是唯心的因素造成，如意识形态、宗教、价值观和精神理念等因素导致，如马克斯·韦伯（Max Weber）坚信人类的动机和理念是社会变迁的主要力量，观念、价值和信仰推动着社会转型。从科学主义的角度出发，上述任何一者都不能作为社会变迁的根本原因，一元论往往容易陷入简约化泥淖。“人类社会从狩猎采集及游牧社会到传统文明，最后到今天高度复杂的社会系统，没有任何一种单因理论可以说明这种发展的多样性。”^② 影响人类社会变迁的因素是多元复杂的，不能孤立地赋予上述因素中任何一个以过度的重要性。21世纪以来，学者们日趋达成共识，认为人类社会的变迁是多种因素相互作用并彼此制约的结果。社会学者认为，政治与经济、科学技术、意识形态、冲突、全球化和媒体传播，是促动社会变迁的主要动力。

① 瓦戈·社会变迁·王晓黎，等，译·北京：北京大学出版社，2007：5.

② 吉登斯·社会学：5版·李康，译·北京：北京大学出版社，2009：36.

西方媒介政治经济学者和话语分析学者发现传播在人类历史上曾经深刻地映现了社会变迁，他们认为传播对社会变迁的特征、程度和速度产生着持续性的作用。媒体传播已经成为社会变迁研究者不能忽视的一个重要因素。

（二）媒体传播对社会变迁的反映与建构

媒体传播是记录人类社会实践和建构社会互动的一个重要载体。借助媒体传播，一个社会或一个国家的人们达成共识，这是社会或国家赖以存在的基础。这种共识（观念意识）在很大程度上以意识形态为表现形式——一般性意识形态和政治性意识形态。马克思认为，任何社会的主导观念都是其统治阶级的观念。人们对于特定问题或事件的价值观或意识形态，往往需要通过有权力的群体和机构来加以确定和实现交流。在现代社会中，主导性价值观或意识形态的确定和交流往往是通过大众传播来实现的。于是，媒体，特别是一个社会或国家的主流新闻媒体，理所当然地成为了反映和影响社会变迁的载体。意识形态或价值观的支配性作用，借媒体之手四处散播，成为民众态度的发祥地。主流媒体话语作为一种中介物，居于社会主流意识形态与民众态度之间，建构着人们对于社会的知识、树立着社会的规范、涵养着社会的价值，从某个角度来看，实质上成为支配他人的权力、影响社会的变迁的理据之一。

对于大众媒体特别是新闻媒体来说，其本质是客观、真实地报道社会，是客观现实与人的主观现实之间的一种中介性存在。但是，新闻传媒又是一种主体性的组织，新闻媒体的报道是新闻框架选择的结果——刻意强调、阐释和呈现的符号、日常生活，经过媒体组织、传播者个体和传播制度的层层过滤，以对新闻事实的选择、突出或埋没的形式最终呈现在受众面前，“新闻框架不仅组织新闻生产，而且实际还起着组织生活现实并赋予其秩序的作用”^①。作为具有主体性的中介，主流新闻媒体对社会变迁的折射，既有“明镜”式的反映，也有“明灯”式的指引。

媒体对社会变迁的折射，鲜明地体现在媒体话语中。媒体话语是指媒体在传播活动中运用的语言表述以及与之相关的传播活动。这种传播活动既包括语

^① 塔奇曼·做新闻·麻争旗，刘笑盈，徐扬，译。北京：华夏出版社，2008：导读。

言文字、图像声音，也包括蕴含于背后的传播模式。媒体话语的显在形式是人们常见的媒体报道、节目栏目、媒体语言；其隐含内容则囊括媒体的价值判断、态度选择、褒贬倾向等。以新闻媒体的话语为例，在其表面客观、真实的报道背后，彰显着这一媒体的意识形态属性和价值立场。

社会建构主义认为，语言本身就是一种社会实践，它是人们互动过程中的一个动态社会产品，当人们相互交流时，世界即被建构，人们运用何种语言即昭示某种行动形式。现实经由叙事、谈话和故事组织并维持，它们构成不同的话语体系。话语就是特定社会语境中人们进行沟通的具体言语行为，即一定的说话人与受话人在特定社会语境中通过文本而展开的沟通活动。

法国思想家福柯（Michel Foucault，1926—1984）从权力和意识形态的角度对话语进行了研究，认为所谓“话语”实质上是语言与言语结合而成的、更丰富和复杂的具体社会形态，是指与社会权力关系相互缠绕的具体言语方式。基于福柯的话语分析理论，本研究所指涉的媒体话语关注的是操持和控制特定语境的话语之规则、价值立场和意识形态，以及媒体与受众之间、受众与受众之间的交往互动。

话语在社会变迁中越来越重要、越来越突出的地位，与社会诸种力量对话语的控制越来越鲜明、越来越强烈是互相吻合的。换言之，人们越来越清醒地认识到，“在话语实践中造就出的各种变化，使之成为有关社会变化和文化变化的设计过程的组成部分”^①。

二、媒体话语研究

（一）西方话语分析的流变

话语分析，起源于西欧语言学研究，是20世纪以来出现的语言学转向的结果之一。1952年美国结构主义语言学家泽里格·哈里斯（Zellig Sabbettai Harris）在《语言》杂志上发表《话语分析》（Discourse Analysis）一文，分

^① 费尔克拉夫：《话语与社会变迁》，殷晓蓉，译。北京：华夏出版社，2003：7。