

新闻与传播学译丛

CENGAGE  
Learning

# 媒介论争

数字时代的20个争议话题

[美] 埃弗里特·E. 丹尼斯 约翰·C. 梅里尔 / 著 王春枝 / 译

第4版

MEDIA DEBATES

Great Issues for the Digital Age, 4e



Everette E. Dennis  
John C. Merril

从文字传播时代  
电子传播时代  
到数字传播时代  
人们一直深切关注传媒  
在社会和文化中  
所承担的功能

中国人民大学出版社

CENGAGE  
Learning  
圣智学习

新闻与传播学译丛

# 媒介论争

数字时代的20个争议话题

[美] 埃弗里特·E. 丹尼斯 约翰·C. 梅里尔 / 著 王春枝 / 译

第4版

MEDIA DEBATES

Great Issues for the Digital Age, 4e



Everette E. Dennis  
John C. Merrill

中国人民大学出版社  
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒介论争：数字时代的 20 个争议话题：第 4 版/ (美) 埃弗里特·E. 丹尼斯, (美) 约翰·C. 梅里尔著; 王春枝译. —北京: 中国人民大学出版社, 2019. 3

(新闻与传播学译丛)

书名原文: Media Debates: Great Issues for the Digital Age (4th edition)

ISBN 978-7-300-26689-3

I. ①媒… II. ①埃… ②约… ③王… III. ①传播媒介—研究 IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 026017 号

新闻与传播学译丛

媒介论争

数字时代的 20 个争议话题

(第 4 版)

[美] 埃弗里特·E. 丹尼斯 著  
约翰·C. 梅里尔

王春枝 译

Meijie Lunzheng

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 北京宏伟双华印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2019 年 3 月第 1 版

印 张 17 插页 2

印 次 2019 年 3 月第 1 次印刷

字 数 320 000

定 价 65.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

# “新闻与传播学译丛”

## 出版说明

中华民族历来有海纳百川的宽阔胸怀，她在创造灿烂文明的同时，不断吸纳整个人类文明的精华，滋养、壮大和发展自己。当前，全球化使得人类文明之间的相互交流和影响进一步加强，互动效应更为明显。以世界眼光和开放的视野，引介世界各国的优秀哲学社会科学成果，服务于我国的社会主义现代化建设，是新中国出版工作的优良传统，也是中国当代出版工作者的重要使命。

在我们生活于其中的这个“地球村”，信息传播技术飞速发展，日新月异，传媒在人们的社会生活中已经并将继续占据极其重要的地位。中国新闻与传播业在技术层面上用极短的时间走完了西方几近成熟的新闻传播界上百年走过的路程。然而，中国的新闻与传播学教育和研究仍存在诸多盲点。要建设世界一流的大学、一流的学科，不仅要在硬件上与国际接轨，还要在软件、教育上与国际接轨，这已成为摆在我们面前的迫切的时代任务。

“新闻与传播学译丛”的创设，立意在接续前辈学人传译外国新闻学与传播学经典的事业，以一定的规模为我们的学术界与思想界以及业界人士、为我们的师生理解和借鉴新闻与传播学的精华，提供基本的养料，以便于站在前人的肩膀上作进一步的探究，而不必长期在黑暗中自行摸索。

译丛涵盖学术著作及经典教材读本。学术著作兼顾大师经典与学术前沿。所谓经典，采取观点上兼容并包、国别上多多涵盖、重在填补空白的标准，重在推介 20 世纪前期和中期新闻学的开创性著作和传播学的奠基性著作，也适当地关注产生广泛学术影响的新经典。所谓前沿，意在寻求当下研究中国问题所需要关注的研究对象、范式、理论、方法，有的放矢地寻找对中国的研究具有启发意义的典范作品。与我国新闻传播学专业所开设的必修课、选修课相配套，教材读本适合新闻与传播学专业教学使用，可作为重要的教学参考书以开阔师生的视野。

总之，我们希望本译丛能起到承前启后的作用。承前，就是在前辈新闻传播译介的基础上，拓宽加深。启后，是希望这些成果能够为中国的新闻传播研究提供新的思路与方法，促进中国的本土新闻传播研究。

# 译者序

## Preface

媒介论争

### 论争：新闻传播理论出场的典型形态

社会是多元而复杂的，各群体和阶层之间在实践地位和利益诉求上存在差异，思想观点各不相同，从而形成不同的理论派别。社会中的每种学科都存在大量争论问题，甚至有些学科领域中没有一个问题是不存在争论的。<sup>①</sup>学术论争有着正面积极的意义，不同流派之间的观点交锋是推动学术理论创新的重要前提，因为正是那些具有深刻意义的分歧，才可能有破有立，形成理论的生长点，推动学术的发展。这“犹如在春天播下了种子，到秋收季节就会生出各类丰富的学术成果”<sup>②</sup>。对于学者来说，学派竞争意识是必要素质，而对于学科来说，学派竞争意识是学科保持旺盛生命力的重要表征。

各种学科都存在学术论争，新闻传播学自然也不能例外。不仅如此，和其他学科相比较，新闻传播学起步较晚，在概念体系、价值规范和理论框架等方面的话语生产能力相对较弱<sup>③</sup>，加之新闻传播又与社会诸多方面密切相关，研究覆盖面广泛，完全依靠本学科理论体系不足以解决所有问题，需要多种学科提供理论或方法的支持。例如研究媒体与战争的关系，就涉及舆论学、社会学、政治学等多个领域。一方面，这种来自外学科的支持使新闻传播学者能保持宽广的学术视野；另一方面，理论来源复杂也导致各种观点分歧层出不穷，学术论争成为常态。

① 宋惠昌. 学术论争与理论创新 [J]. 理论视野, 2006 (2): 55-58.

② 邵培仁, 廖卫民. 中国新闻传播学 30 年学术论争的文献统计分析 [J]. 当代传播, 2009 (1): 8-11.

③ 侯琰婕. 新闻传播学话语生产与话语权力分析 [J]. 中国报业, 2018 (2): 18-19.

中国新闻传播学科发展史就充分体现了论争常态化的特征,相关论争话题可以归纳为三种类型:

一是学科元问题,即围绕“新闻无学”还是“新闻有学”的争论。新闻是否“有学”,这种关于学科存在的合法性及学科属性的反思、质疑与求证,从20世纪初中国新闻学诞生伊始就已经存在,至今仍是新进入的研究者们需要面对并思考的问题。主张“新闻无学”的重要原因是人们以“科学”为标准审视新闻业<sup>①</sup>,认为新闻“从业无门槛”,认为新闻是一种技术技能,“有术无学”,认为新闻等同于宣传,没有独特的规律值得研究,认为新闻学的研究实践和研究对象距离太近,缺乏学术张力,等等。<sup>②</sup>然而,伴随着新闻业实践的发展,多种观点和立场持续交流对话,最终实现“从‘无学’向‘有学’微妙转换”。到1980年代中后期至今,“新闻有学”已成为共识,新闻学理论体系不断完善,研究方法日渐创新,学术成果丰富多元,学科地位不断巩固。新闻学已经成为一门显学,并且对哲学社会科学形成重要支撑。然而,从全球视野看,“新闻无学”的争论似乎没有那么容易平息。美国著名新闻研究者迈克尔·舒德森在接受中国学者常江、何仁亿采访时就指出,他从未将“新闻业视为一个独立自洽的领域”。他认为新闻业应当是社会学、政治学、历史学研究的对象,新闻研究的价值在于将新闻业与其他多学科关联。“新闻学”如果单独称为一个学科,就会阻断来自其他学科的有益支持,导致研究者视野窄化。<sup>③</sup>

二是西方学术成果引入中国过程中引发的论争。改革开放以后,许多西方新闻与传播学研究的相关概念体系、研究方法、学科理念被引入中国,这些西方学术成果与中国新闻学实践现实相互碰撞,产生了新的问题,引发了新的论争。最典型的是关于传播学的论争、关于新闻专业主义的论争。

“传播学”引入中国后,面临着一系列问题,起初是关于“communication”一词如何翻译、如何定义的问题。后来发展出新闻学与传播学关系的论争:持“学科替代”观点的学者认为可以用传播学替代新闻学;持“学科融合”观点的学者不同程度地认为应该把新闻学融入大众传播学的学科体系;持“新闻学学科独立”观点的学者认为新闻学与传播学两个学科可以存在合作,但各自独立存在,不能相互替代。随着传播学在中国学术地位的确立,更多争论产生了。例如:关于传播学研究是否应该“本土化”的问题,有人认为传

① 姜红.现代中国新闻学科的合法性建构——“新闻有学无学”论争新解[J].新闻与传播研究,2007(1):52-61,95.

② 梁骏.我们需要什么样的新闻学?——对“新闻无学”论争的再思考[J].编辑之友,2019(2):75-79.

③ 常江,何仁亿.迈克尔·舒德森:新闻学不是一个学科——历史、常识祛魅与非中心化[J].新闻界,2018(1):12-17.

播学研究应该具有民族特点，为中国大众所接受；有人认为传播学是科学，带有普遍性、规律性，不分国界。此外还有传播学研究方法问题，学者们也开展了实证主义与人文主义的论争、定性与定量的论争。这一系列论争的开展，逐步明晰了传播学的基本概念、理论体系、学科地位、学术道路、研究方法等基本问题，为传播学的建立、成熟与未来创新提供了开阔的思路。

“新闻专业主义”理念在西方兴起已有半个多世纪，它要求新闻业排除政治、社会力量的干扰，强调新闻报道的客观性与新闻业的独立地位，是新闻学领域关于传播者研究的一种重要视角，本书中讨论的新闻自由、客观性、公共利益等话题，从本质来说都与新闻专业主义相关。但“新闻专业主义”理念在西方一直存在争议，“精神产业和信息服务的独特性，使得新闻专业主义虽然成为业界重要的目标和手段，但它注定难以实现，因为它实质上是文化精英建构的乌托邦”<sup>①</sup>。1990年代，“新闻专业主义”理念被引入中国新闻界，“先天”概念模糊加之“后天”水土不服，新闻专业主义迅速成为中国实践界和学术界争论的热门话题。例如关于这种舶来品的中国适用性的问题，有学者直接建议整合“发展新闻专业主义”作为当代中国主导性的新闻观念，但也有学者认为中国新闻事业发展存在多条观念脉络和主流意识，并非简单移植“新闻专业主义”即可囊括<sup>②</sup>。在当前的新媒体环境下，新闻专业主义又面临公民新闻、社交化传播等新的冲击，分歧和讨论仍在继续。

三是伴随中国新闻学实践的现实问题出现的新闻论争。中国新闻学从1920年代以来经历了从无到有、从小到大的发展过程，伴随这一过程出现了多次论争，其中关于“新闻商品性”三个阶段的论争跨越了一个世纪，成为中国新闻学术论争中最为浓墨重彩的一笔。第一阶段是1930年代关于“新闻托拉斯”论题的讨论，当时中国报业初步呈现垄断现象，上海报业资本家、《申报》老板史量才收购《新闻报》股份，遭遇激烈抵触，反对者认为报纸不能作为商品被买卖，引起了新闻事业经营是否“营业化”问题的讨论。第二阶段出现在1950年代，复旦大学王中教授提出报纸具有工具性和商品性两重性，在当时特殊的政治环境下，这种观点被批判为“反动”的“资产阶级新闻理论”。第三阶段出现在1980年代，标志性事件是《新闻界》杂志1988年开展关于“新闻是不是商品”的讨论，刊发甘惜分教授的文章《精神产品不能提倡商品化》。这次讨论在比较宽松的社会环

① 吴飞，龙强．新闻专业主义是媒体精英建构的乌托邦 [J]．新闻与传播研究，2017（9）：5-25，126．

② 虞鑫，陈昌凤．政治性与自主性：作为专业权力的新闻专业主义 [J]．新闻大学，2018（3）：8-16，146．

境中进行，各种意见得到充分表达，新闻商品性得到了学理上的承认和实践上的认可。<sup>①</sup>

改革开放以来，中国新闻界不断探索新的实践形式，新的问题随之不断涌现，学术论争更加频繁。邵培仁等学者曾对中国改革开放30年间新闻传播学术论争的文献进行统计分析，结果显示，中国改革开放30年间的显性新闻论争共135个回合，平均每年有4.35个回合，而在1988年、1999年、2006年三个年份，更是分别有11、11、12个回合，可谓是“群星争辉”。<sup>②</sup>从涉及的议题看，学术论争也呈现出与时俱进、不断拓展和深化的过程，关于新闻与宣传的关系、典型报道、新闻散文化、新闻策划、体验式报道、媒体体制改革等各种问题争相进入学术讨论的视野，还有新闻真实性及“职业伦理”问题在新的媒体环境下被重新思考与定位。纷繁的学术论争体现了新闻传播实践中出现的复杂矛盾，反映出改革开放进程及媒体技术变革带来的巨大变化，同时也从一个侧面显示出中国新闻与传播学研究的繁荣蓬勃。

一定程度上，可以说新闻传播学术史同时也是学术论争史、学术问题史，中国如此，美国亦是如此。本书两位作者正是基于这种考量，将教学过程中讨论的重大问题以论争的形式集中呈现出来，用独特的角度展示美国新闻学实践与研究历程。

形式方面，这种著述方式有两个方面的优势，可供中国研究者参考：其一，启迪思考的优势。本书最初的用意是为教学提供辅助，用论争的方式使各种观点充分交锋，展现出学术生态的多元和复杂性，突出不同学术论点之间的矛盾冲突，再现学术争论的气氛，容易启发学生思考，引导他们汲取各方面观点，从而形成自己的见解。其二，文献集纳的优势。关于新闻行业和学科的不同观点散落在不同专家学者的著述中，资料丰富，但不成系统，很容易遗漏。本书以重大学术问题为线，将散落在各处的珠玉之言串联起来，正文中处处旁征博引，每章结尾又提供大量参考文献，不仅展现了学术传承的脉络，而且自身成为一份极有分量的文献索引。

内容方面，由于社会背景、政治制度、文化取向等多方面的差异，中国新闻业与美国新闻业的发展历程大相径庭，所面临的问题也不尽相同，本书中所讨论的一些问题可能并不符合中国的具体语境。但从学术思维和理念方法层面展开交流仍然非常有必要，正如胡适在中外文学的比较研究中曾提出“互相照明”的概念，主张打通中西的学术思维方法，因为不同文化之间的相互对话，会拓宽彼此的学术视野、活跃学术氛围。<sup>③</sup>例如本书中讨

① 段钢.“新闻商品性”之争与新闻学术史建构[J].探索与争鸣,2011(9):64-66.

② 同①.

③ 陈文忠.论人文学科的学术提问[J].安徽师范大学学报(人文社会科学版),2015(5):537-548.



论的媒体所有权集中问题，中美两国媒体体制不同，具体问题需要具体分析。但两位作者关于媒体运营的商业规律、社会责任等基本问题的思考，对研究中国媒体仍有借鉴意义。除此之外，本书聚焦数字时代，提出了当前传媒业面临的一些新问题，例如公民新闻、数字化战略等。这是全球媒体面临的共性命题，针对这些问题，中国研究者应该具备世界眼光，以开放的态度了解不同理论和方法，在中外学术的互相照明中获得启迪。

在学术视野、思维方式、著述方式等方面，达成中外新闻传播学术研究的“互相照明”，这就是翻译本书的最初用意。

本书翻译出版工作得到了多方师友亲朋的支持：北京师范大学喻国明教授，中国人民大学钟新教授和王斌博士等师友为翻译工作提供了智力和精神支持；中国人民大学出版社翟江虹、汤慧芸、王一名等多位编辑老师付出了他们的辛劳和智慧；北京第二外国语学院2016届毕业生朱晓宛、李京泽参与了部分章节的资料收集和基础翻译工作；北京第二外国语学院的多位领导和同事在工作中提供了启发和激励……对于他们的贡献，我表示衷心感谢。

还要特别感谢我的家人和孩子，他们是我最大的动力。

王春枝

2019年3月

# 关于作者

## About the Authors

媒介论争

埃弗里特·E. 丹尼斯和约翰·C. 梅里尔是媒体问题、体制和行业研究的知名专家，也是享誉国际的作者、学者和新闻学教育界翘楚。丹尼斯博士是纽约市福特汉姆大学商学院传播与媒体产业的杰出教授，梅里尔博士是密苏里新闻学院名誉教授。丹尼斯博士曾创建哥伦比亚大学媒体研究中心并担任主任，创建柏林美国学院并担任校长，还曾在俄勒冈大学担任院长，在明尼苏达大学、堪萨斯州立大学、西北大学等学校任教。梅里尔博士的大部分学术生涯在密苏里新闻学院度过，同时也曾担任路易斯安那州立大学曼士普新闻学院院长和教授，并曾在马里兰大学和世界其他几个国家的大学任教。丹尼斯和梅里尔都属于媒体研究领域非常高产的学者和研究者，他们在媒体伦理、国际传播、媒体产业、媒体法和其他方面都著述颇丰，也都在各自领域获得各种学术组织的重要奖项。他们既是媒体领域热忱的学者，也是活跃的学生。梅里尔博士2004年曾在开罗的美国大学做访问教授。丹尼斯博士也于这一年完成了对于25个大型媒体公司数字化战略的重要研究，同年还获得美国新闻与大众传播教育学会（AEJMC）颁发的埃莉诺·布卢姆学术研究奖（Eleanor Blum Award），这是很多新闻学者梦寐以求的荣誉。

viii

# 关于本书

## About the Book

媒介论争

从图书到宽带，各种传播媒介刊登的内容都可能引发争论，争论的话题很广泛，包括传播内容的特征、信息采集的方式、信息被理解和使用的方式等。对于传播事业和媒体来说，由于人们观点相左而展开的争论具有重要意义。媒体存在的主要价值是描述自己周围的世界，关于这一点本身就常常是存在争议的。媒体公司无论规模大小，都是为受众生产内容，而受众很少完全被动地接受信息、观点和娱乐，他们会讨论自己看到和听到的内容，揣摩其含义，并且与亲朋好友相互转述，这个过程会呈现出不同视角、不同理念、不同观点，麻烦就这样产生了。受众的观点可能是温和的，也可能是激烈的，但它们都表明人与人之间存在差异，传播者应该认知并理解这种差异。除了媒体内容和媒体人自身的表现外，传媒作为社会系统的一个组成部分所能产生的更宏观的影响，也是争论的重要话题。

媒体受众自然愿意讨论他们获得的各种媒体信息，他们中的一些人知识丰富、富有洞察力。受众有权利表达自己的观点，阐述自己的印象和主张。本书呈现了由大众传播过程要素引发的一些争论，包括传媒业整体，报纸电视等媒体行业，记者、制片人、摄影师、公关人员、广告经理等个体传播者，同时还包括文字、影像等不同形式的媒体内容。

媒体本身是关于新闻的行业，因此，很多媒体话题看似新潮而短暂，但实际上很多问题都是更宏大持久的媒体争论的一部分，这些媒体争论可能已经持续了几十年，甚至几个世纪。一位地方检察官试图让一位记者报道一起案件的庭审；悲痛的父母希望媒体不要报道悲剧事件现场；政府要进行网络审查；一位电视制作人辜负了消息来源对自己的信任；地方冲突的一方抓住一位记者当作人质；一个广告主从热门电视节目中撤下自己的广告；一位批评家痛斥一家媒体公司；在老龄化程度加剧的社会，一些人报怨电视媒体歧视老年

群体；同性恋群体称电视媒体丑化了他们的形象；发展中国家报怨西方媒体上的不公正报道使其经济受挫……成百上千个诸如此类的问题每天都会出现，常常被热议。这些问题乍看是暂时的（有很多确实如此），但所有这些问题都与过去已经出现或者将来可能出现的类似问题存在关联。一本媒体教科书如果为了使内容更清晰而只为读者提供一致的意见，将是对读者不负责任的做法。这个领域的问题是不能被定性的，我们期望能引发更深入的争论和读者反响，相信争论的过程有助于激发读者的兴趣和理解。

与公共传播相关的话题很重要，能直接或间接地对社会生活产生影响。传播内容常常会引发批评。例如，媒体对非裔、亚裔、拉美裔美国人形象的塑造，媒体关于健康、经济或环境问题的讨论都常常会成为热议话题。记者和其他媒体人的工作方式不管是否遵循职业伦理道德，都常常会引发批评。广播电台、杂志和报纸等特定媒体在社区中的表现也是人们关心的问题。娱乐媒体、观点媒体、广告、营销和公共关系类媒体概莫能外。关于媒体的论争涉及传媒行业的各个领域，摄制间、录音棚、数字媒体的“飞地”、新闻编辑部、制作室、媒体公司会议室等，这些都是争论的发起地。美国民间有谚语称，“谁出钱，谁做主”，事实情况也是如此。因此，媒体所有权和传播控制权常常是关注传媒业人士的重要议题。除此之外，传播的社会效果也是人们关注和评论的热点，表达自由的媒体体制及其与政府和其他社会部门的关系也值得我们密切关注并深入思考。

3 本书探讨了一些持续争论的话题，这些话题长期困扰着报纸编辑、广播电视工作者、媒体批评家、教育工作者、普罗大众和美国其他关注大众传媒理论和实践的人。我们选取了媒体、传播和新闻领域内 20 个最具普遍、持久意义的争议话题。传统印刷媒体和广播电视媒体之间的界限已经被全新兴起的数字媒体抹除，在互动的多媒体时代，所有媒体都开始真正融合，成为巨型媒体公司，我们后面会一一解释这些问题。我们希望本书能激发学生和媒体从业者思考他们所面对的问题，多年以来，这些问题持续困扰并激励着新闻人。本书所讨论的话题旨在激励读者探索美国大众传媒的特征、使命和实际运行状态。一些话题具有深远的社会意义，而另一些话题则只是街谈巷议。这些话题共同帮助我们理解传播媒体与社会相互影响的关系。

为了选择这些话题，我们阅读了大量的书籍、文章、参考文献以及学术目录，确保我们所选取的话题是具有普遍价值、值得讨论的重要话题。这 20 个话题是从 100 多个话题中归纳出来的，并没有普遍接受、人人认可的概念和话题清单可供参考，因此，我们选择了传媒业界、学界和专业机构最常讨论的话题。我们试图分离出历史久远的概念和话题，我们相信，大部分短期的话题可以在当下或之前更宏大的话题中进行考量。传媒的基本功能和相关权利并没有发生重大变化，但它们显然要受到经济、科技和法律框架的制约，所

有这些要素都融入了我们的评论和争议中。

我们尽量指出各种新闻实践的问题与新闻学界的争论之间的关联，并解释它们为什么及如何相互影响。我们开篇讨论的是新闻自由，这是所有媒体体制中最基本的话题，和媒体与民主的关系问题密不可分。然后我们讨论了媒体与政府的关系，紧接着是媒体的经济诉求与公众信任问题，其本质是关于传播者与受众关系的问题，与之相关的其他概念还包括知情权、媒体偏见、政治倾向性（关于媒体政治报道的重要话题）等。然后我们审视了数字革命和互联网的影响。前面的这些章节讨论的都是媒体体制的基本话题，但其重要性是由媒体确定新闻、表达立场和塑造职业道德的能力确定的。本书接下来讨论了以下话题：公共新闻学引起的新闻形态和标准的变化；关于种族、族群、性别传播的话题；舆论、广告、公共关系等说服传播的话题。然后我们聚焦新闻职业，探讨了之前和其他理论研讨中常提及的实践操作问题。再接下来是本版本新增加的一章，关于媒体和国家紧急状态时的关系问题，包括恐怖主义和战争等。最后，我们在世界视野中展望了媒体和传播行业的全球化问题。<sup>①</sup>

一般情况下，传媒业当前的某个争议话题都可以被置于美国媒体传统信条的语境中加以检验。对于论争双方来说，质疑当前的某种流行观点是否正确，是否有必要重新审视或定位，都是寻常事。我们努力在本书中发扬这种精神，以论争的方式呈现各个话题，以传统的辩论方式和组织证据的方式为自己的立场据理力争。

本书与传统的新闻教科书存在几个方面的区别。先是简单定义并解释一个话题，点明目前对于这个话题的普遍认识。然后由一位作者对当前普遍的看法发起挑战，另一位作者则展开回应。尽管我们每人都持有特定的立场，但我们表达的并不一定是个人观点，我们只是扮演持有不同立场的人，各自呈现最好的证据力陈己方观点。这种操作方式的关键是：厘清论题中存在的核心争议，展示人们如何把一系列复杂的问题简化为界限分明的正反双方，并阐明其原因。任何两个人在讨论或重大或琐碎的争议性话题时都自然而然会展开辩论，我们也采取了这种方式，主要目的是激发进一步的讨论。我们也指出，每个人在得出合理的结论之前，都需要对各种复杂因素进行深入思考，关于传媒领域的话题尤其如此。即使要通过妥协解决问题，这种妥协也必须是在充分了解相关证据、价值观和实践经验的基础上做出的。

正如律师会奋力为自己的委托人辩护，我们也竭尽所能组织证据力证各自所代表的立场。正如律师们知道自己的委托人并不一定是对的，我们也清楚所有的问题都有多面性，

<sup>①</sup> 本段提及的正文内容安排顺序与实际略有出入。——编注

争议几乎不可能用这样非此即彼的方式得以解决。然而，大多数人在面对这些媒体问题时，最终都会站定自己的立场。人人都可以就某篇报道质量高低、某位记者的做法是否符合伦理道德、某次公关行为是好是坏等问题持有自己的看法。媒体问题是全体社会成员的问题，不是机构、政府、读者或者批评家自己的问题，这些问题影响着我们每个人，因为我们大都是广告主、评论版面、电视娱乐节目、广播新闻和诸多媒体内容瞄准的目标受众群体。更重要的是，用批判的眼光看待公共传播过程各要素及传播效果，对于我们成为更好的媒体消费者至关重要。我们每个人都要参与这样的论争，讨论对每个人都有影响的传播，努力对传播施加我们的影响，与传播者对谈。

我们可以从认识媒体领域的这些重要争论开始，最终，我们都应该为我们自己的目标，以我们自己的方式陈列证据，与不同意见辩论。如此一来，我们就能得出自己的结论，并认识到关于这些问题的立场没有对错之分。

# 序言

## Preface

媒介论争

当前被称为后“9·11”时代，一切人类活动都在某种程度上受到了国际恐怖主义的实质性影响。媒体是社会与文化的中枢神经系统。在急剧变化、高度互动的信息时代，媒体，特别是新闻和信息类媒体，一方面作为独立的社会机构与商业、政府等社会机构互动，另一方面又承担着为个人、机构和社会本身传递信息的功能。

因此，在互联网和新媒体时代，涉及传播和社会的根本性辩论既有老问题，也又新变化。尽管关于新闻界和新闻媒体的概念本身有待重新审视，但关于媒体应该如何实现其功能、媒体内容的可信性如何等问题的讨论依然非常热烈。

从文字传播时代、电子传播时代到数字传播时代，人们一直深切关注传媒在社会和文化中所承担的功能，包括传媒如何塑造人们的态度、观点，如何影响人们的政治和商业行为等。媒体是变得更好了，还是更糟了？为什么？除了媒体的社会、商业和政治角色之外，人们尤其关心他们从媒体中获得的内容，包括从报纸、杂志、电视获得的新闻资讯，从广播获得的观点，从电影或有线电视上获得的娱乐信息。例如，人们关于媒体自由和公正的普遍担忧在当前的媒体环境下有所减弱，但仍然是关于媒体讨论和争议的一个核心议题。

在经济全球化背景下，美国人时常思索，其媒体体制与世界上其他国家有何不同？是更好还是更糟？政府与媒体的关系也是人们关心的重要问题，包括谁影响了谁，为什么，

媒体的可信性，获取多元化信息和观点的权利等。我们关心媒体公正性的问题、民族和种族问题、新闻的本质及基础、新闻专业主义以及跟媒体存在密切联系的行业——广告和公共关系。

本书并不是历史书，我们在自己的观察之外，还引用了诸多学者、媒体评论家的观点，从历史视野中受益。在本书刚开始写作时，媒体和政府的关系问题是我们讨论的一个核心问题。但随着时间的推移，所有权集中加剧，媒体垄断程度日益严重，经济要素变得更加重要，甚至起决定性作用。渐渐的，任何关于媒体的理解及相关问题都围绕经济、科技和管理等方面展开，包括金钱、新闻机器和法律的互动关系等，它们都是相互关联的。例如，数字媒体日新月异的变化极大地拓展了我们的传播选择空间，同时也加剧了传播领域的困境。那些有时被视为技术发展和变革的问题，并不是孤立存在的。互联网的新传播平台万维网以及各种宽带和卫星频道，都与人们的媒体使用习惯、欲求与恐惧等问题密切相关。

当就有偏见的消息来源、草率的报道或者信息和娱乐界限模糊等问题开展讨论时，大部分人着眼于现在和未来。本书试图提出当前争议环境下和未来媒体图景中的重大论题，我们也希望读者在阅读本书中所提到的问题时，能立足当下，放眼未来。我们今天所讨论的对当前至关重要的问题，也是未来我们都将身处其中的更宏大媒体图景的一部分。

我们二人一直致力于新闻传媒领域的学术研究和实践，在数十年间出版著作70多本，并在知名杂志和学术期刊上发表论文数百篇。我们致力于传播领域的研究，并与从刚入行的员工到大媒体公司的负责人等各层次的业界人士保持经常性联系。我们在近100个国家或地区开展媒体调查研究，成果也常常被媒体报道引用。我们在10所大学教过书，并为基金会、智库和其他需要媒体知识和经验的机构服务。我们也都乐于与自己的学生进行面对面交流，或者通过互联网进行持续讨论，本书每一版的写作过程中都有上千名学生通过邮件、电话和信件等方式加入我们的讨论。这些经验和信息在这一版本中也有所体现。

第四版《媒介论争》与之前版本有哪些不同？本书反映了传媒领域的一系列变化。当前的一些事件已经改变了传媒业态，从而改变了我们要讨论的话题。与此同时，还有一些变化正在发生，将对更长远视野中的传媒业产生影响，这些变化可能是细微的，但也值得我们关注。本书上一版本出版之后，传媒业数次陷入争议漩涡，主要包括以下话题：

- **杰森·布莱尔事件 (The Jayson Blair affair)**。《纽约时报》记者杰森·布莱尔存在严重造假和抄袭行为，最终导致报纸编辑部高层辞职，震惊新闻界乃至整个传媒行业。

- **反恐战争 (A war on terrorism)**。全球范围内的政府都在加大对媒体报道的信息控制，言论自由因此受到影响。



● **伊拉克战争和阿富汗战争 (Wars in Iraq and Afghanistan)**。两场战争使开放社会中的信息保密与公开的冲突重回人们的视野，并对新闻界产生影响。

● **传媒业所有权集中持续加剧 (Continued consolidation and concentration of ownership)**。这对媒体机构的运作、内容、人事和社会角色产生影响。

● **新闻和其他媒体内容的风格和标准发生变化 (Changing styles and standards of journalism and other media content)**。它引发关于公民新闻、媒体意识形态以及媒体是否存在偏见的思虑。

● **政治变局 (Political upheaval)**。2004年美国总统大选以及世界各地的各种选战引发的政治变局，都促使人们重新思考新闻媒体的社会功能。

● **观点媒体兴起 (The rise of ideological media)**。福克斯新闻网 (Fox Network) 以及各种持保守或者自由立场的脱口秀节目主持人和电视网兴起，成为急剧变化的媒体图景中的一部分，极大地挑战了美国新闻界中应该持客观中立立场的传统观念。

● **无所不在的全球化 (Globalization of almost everything)**。包括传媒业的全球化，引发了不易觉察的变化，同时也引发了街头骚乱，影响着世界变化的进程，并催生新的经济规则。

● **“多样性”一词被重新定义 (A redefinition of diversity)**。在民族和种族之外，又增加了性别、年龄等方面的含义，这对媒体的工作方式和受众定位都有影响。

● **媒体和民主关系困境这个老话题 (The age-old media and democracy conundrum)**。一个以促进他人自由为业的社会部门，自身怎能以独断的方式运作？因此引发另一个问题，媒体的自由应该有怎样的限度？

以上这些以及新闻业发生的其他重大变化，从电视网主持人的改变、真人秀的兴起到博客崛起等，都是这一版本中将讨论的话题。

很显然，如果你穿梭于各大新闻传播学院的讲堂，在聆听关于媒体所有者动机的演讲报告时，也可能会听到我们所思索的这些问题。但遗憾的是，这些演讲者可能从未步入过任何媒体公司的高层会议室，也从未和他们轻易就能“理解”并常常加以“批判”的那些人开展过对话。同样，我们也不难发现，报纸、广播、电视领域的媒体从业者会毫不犹豫地否定大学教授们所做的研究，断言“这些教授根本不知道自己在说什么”。我们二人长期以来结识了传媒业方方面面的人士，包括行业的领导者、知名或不知名的传播从业者、顶尖的学者、研究人员和其他评论者。我们在美国甚至世界几乎所有大洲旅行，研究美国

xiiv

这样的经历使我们对自己真正知道和了解的事情保持谦卑之心。新闻传播领域的研究