

媒介批评

Media Criticism

Origins, Criteria and Methods

—— 起源 · 标准 · 方法

王君超 著



北京广播学院出版社

媒介批评

——起源·标准·方法

王君超 著

北京广播学院出版社

序

郭镇之

第一次看到《媒介批评》的稿本,是在2000年夏天王君超的博士论文答辩会上。我一下子就被它吸引了。

“媒介批评”是近年来国际传播学界的一个热门课题,具有很强的现实意义和很高的理论价值。这个话题之所以变得越来越重要,我想,可能有这样两个原因,一个是,学界对媒介的作用、特别是消极作用,有了越来越深的认识;另一个是,媒介在社会中的影响越来越大,扮演着日益重要的“信息代理者”的角色。

在中国,新闻媒介历来是党和政府的喉舌,其权威地位自不待言;在欧洲国家,教育性的公共广播电视长期以来则是作为“上帝的声音”在发挥作用的,这些媒介的影响也不言而喻。但是在美国,一些学者曾经认为,商业性的传播媒介只是娱乐的工具,它对受众没有什么重要的影响。特别是20世纪40年代崭露头角的“有限效果”理论,更是采用实证研究的方法,证实媒介的传播其实没有什么效果。不过,人们仅凭经验便可以判断,“有限效果”论的发现者以“科学”的手段,得出的却是有悖于常识的结论。进一步的研究发现,并非媒介没有效果,而是有关学者对“效果”、“影响”的界定(“成功说服,使态度改变”)意义过于狭窄。“教养”理论的创始者乔治·格伯纳更是提出,现代人的一生,从摇篮到坟墓,都在接受媒介的教化,其影响是深入骨髓的。

学者发现,随着世界范围内大众传播媒介日益私有化和商业化,媒介传统的政治影响似乎日渐式微;而随着大众对传播媒介神秘感的消失,它的宣传鼓动作用的确也是越来越小了。但是,媒介在维护和散播商业意识形态中的“霸权”作用,却是不可估量的。它通过似乎“自然”的、“习以为常”的方式,每时每刻都在影响着人们的思想,发挥着“绳锯木断”、“水滴石穿”的作用。长期以来,西方国家的左派(在这里,我用的是国际通行的意义,而非中国独有的意义)大众传播学者曾尖锐地批评西方商业媒介所宣扬的商业主义、消费主义、物质主义和享乐主义,指责媒介导致此种意识形态在西方社会的泛滥。近年来,此类现象不也是中国每日都在发生的事实吗?

随着科技的发展和经济的全球化、信息化,媒介不仅使得“天涯变咫尺”,也使得人们之间的交往,越来越具有非直接的特征。当今世界,大多数的信息、形象来自媒介;大多数重要的交流通过媒介。媒介不仅影响着人们“头脑中的世界”,人们的环境,也已经名副其实地变为“媒介化的世界”了。各种声音一齐讲话,每个声音便不免十分微弱。在信息多元化的世界中,只有媒介的声音最响亮。于是,不甘寂寞的媒介幕后人纷纷涌上前台;连一向以坐“冷板凳”自许的读书人现今也以“上媒介亮相”为荣。媒介是巨大的资源;利用媒介以扩大影响,可以获得雄厚的资本。这个道理,大家是越来越明白了。

“批评”一词,本意是指一种分析性的见解,臧否功过,评论得失,既挑刺,又栽花,并不必然具有负面的、否定的特征。不过,一说到批评,人们还是怀有这种指向性的期待。

当然,媒介具有极大的积极作用。但是,对媒介神奇能力的溢

美之词已经大肆宣扬,舆论市场对它的肯定只多不少。同时,还有行政学派的“市场知识分子”在为全球媒介出谋划策,他们有动力,有回报,劲头十足。所以,媒介并不孤独,更不软弱。相反,它正在成长为一种新的权力,并与传统的政治经济权力体系互相结合,在更广的范围与更深的层次上对社会施加影响。传统大众传播理论认为,媒介是监督政府的“第四”权力,是相对的弱势者。现在人们要问:谁来监督这种日益变质的权力,谁来监督监督者?在这样的情况下,对媒介副作用的揭露性批评,便显得更为需要。这是媒介研究的批判学派在学术上更有价值的原因之一。

批评虽不专以否定的意见出现,但在目前的中国,却更需要指摘性的批评,其原因是,相对于铺天盖地的商业化炒作和“投桃报李”式的无原则吹捧,唯有这种批评可以成为公众意见的“平衡之轮”。特别是在娱乐性的传播界,更需要像王朔式的直率批评。王朔的批评属于广义的文化批评,与“媒介批评”范围不尽相同;他也有其商业炒作的动机与“看人下菜碟”的毛病(例如,他声言不批评他的“哥儿们”,也就是说,他的“不留情面”是有限的),但他毕竟说出了许多真话,而这种真话,在现今的媒介上,公开可见的并不多。在中国,“文革”前后,曾有“揪辫子、戴帽子、打棍子”式的大批判,因此,至今人们对批评还有些神经过敏,动辄以“侵犯名誉”和“诽谤”目之——人们的承受能力还不强。在一个人情、关系为重的社会,不要说漫骂性的批评,即便是尖锐的中肯意见,也极少见。

这里又涉及批评本身的合法性问题。我曾对君超在论文中所下媒介批评的定义(“媒介批评是一种价值的判断,它是为阐释新闻媒介系统的发展方向 and 促进其良性发展,而对新闻传播媒介系统及其要素进行批评的过程。”)提出意见,认为他的限制多了一

点,范围窄了一些。当然,对“新闻传播”的限定是出于论文容量的考虑,在此不论;我认为,君超似乎将“媒介批评”限定于持有“正确动机”和“良好态度”的那一部分,于是,就将那些“不正确的”、“不良好的”部分排除于“合法”的范围了。“正确”“良好”这些概念,是很难预先判定的;人们对它们的界定,也是见仁见智,不容易取得一致的意见。我的问题是,“媒介批评”所要研究的,究竟是整个批评的现象,还是一部分“合乎标准”的现象?而对于“够不够‘媒介批评’的资格”,应该由谁来确定,又根据什么来确定呢?更进一步说,如果一个人动机不纯,态度不好,或者意见不正确,他有没有发言的权利呢?这实际上是一个批评自由的问题。

我是主张更宽泛的观点的。我认为,有两种理论。一种是认识论的理论,也就是对客观的现状(“实际如何”)提出分析性的见解;另一种是标准化的理论,对理想化的奋斗目标(“应该怎样”)提出实施的标准。例如,马克思的《资本论》便基于认识论的理论;而他的其他一些著作,则提出了标准化的理论。我更倾向马克思的认识论。我觉得,好的、开放性的认识论是可以逐步丰富和完善的;而设定目标和标准却十分冒险,因为变数太多。

君超是有勇气的。他对“媒介批评”的现象进行了大胆的探索,提出了他自己的标准化理论,我认为他的努力十分可贵。我也完全同意他的意见:我们应该倡导良好的动机、善意的态度和中肯的批评。但我同时建议他,将关注的范围扩大到一切批评。据我看来,这种批评不仅是大量存在的,更是无法避免的。而在非绝对的意义上,所有的批评和反批评都有表达的权利。我相信,系统内的正确既有价值,系统外的平衡也有意义。社会的生态环境本来就不是那么纯粹的。

以上是在思考媒介批评这一课题时产生的一些个人想法,借题发挥而已,与评论这部著作不一定完全相关。相信每一位读者,在阅读这部视野广阔、论证清晰的著作时都会产生自己独特的感想和见解。我认为,建立一个理论领域,最重要的,也许并不在于得出了多少正确的结论,而在于提出了某些引人深思的问题,并带来积极的社会影响。媒介批评在西方国家传播学界的兴起,带动了社会的“媒介教育”运动;并产生了一系列与媒介监督相关的公共团体和社会组织,从而推动了公共领域的扩展。这是这一理论领域最重要的社会成果。

关于君超的论文,专家学者有许多肯定性的意见,例如,认为它具有理论上的开拓性,在西方的传播学界和国内,虽有几本这方面的著作,但多偏重媒介具体现象的批评,缺少理论构架,而《媒介批评》从历史、标准和方法各个方面,在宏观、中观和微观各个层次对这一课题进行了全面、系统、深入的论述,填补了一项学术空白;认为“媒介批评”的话题对目前中国具有特别的意义,因为实践中的媒介批评呈现情绪化和感性化的特点,与当前极大丰富的媒介实务相比,媒介批评的理论和实践明显滞后。学者们特别肯定,君超治学态度严肃认真,材料充实,论点明确且具可操作性,特别是,他倡议量化的批评方法,具有创新性。这些我都是赞同的,在此不一一赘述。

总而言之,我祝贺王君超博士的《媒介批评》一书的出版,希望这本开拓性的著作可以引起对一个重要理论课题的广泛关注和深入研究,并在与实践结合的过程中,产生积极的社会效果。

(作者系北京广播学院电视系研究员、博士生导师)

2001.01.27

目 录

序.....	郭镇之(1)
绪 论.....	(1)
第一章 媒介批评概说	(10)
第一节 媒介批评的定义探讨	(10)
一、概念释义.....	(10)
二、诸种定义评析.....	(13)
三、媒介批评的定义.....	(15)
第二节 媒介批评的属性	(16)
一、媒介批评的本质和特性.....	(16)
二、媒介批评的对象、任务和功能	(21)
第三节 媒介批评的类型及特点	(27)
一、从层次上分.....	(27)
二、从批评对象上分.....	(30)
三、从批评内容分.....	(30)
四、从批评主体分.....	(45)
第四节 媒介批评的实现及异化	(52)
一、媒介批评的实现过程.....	(52)
二、媒介批评的异化.....	(53)
第五节 媒介批评人的修养	(54)
一、宏深的思想.....	(55)
二、广博新颖的知识.....	(58)
三、坚持真理的勇气.....	(59)
四、严谨科学的批评态度.....	(60)
五、审美能力.....	(62)

第二章 媒介批评溯源	(63)
第一节 西方媒介批评的源头	(63)
一、西方媒介批评的起源	(63)
二、媒介批评人溯源	(68)
三、西方的媒介批评团体	(70)
四、美国媒介批评的模式和主要内容	(75)
第二节 马列主义媒介批评的起源	(78)
一、马克思是无产阶级媒介批评的先驱	(78)
二、马克思、恩格斯、列宁的媒介批评观	(78)
第三节 我国媒介批评的萌芽	(85)
一、我国媒介批评的萌芽	(85)
二、梁启超的媒介批评实践	(86)
三、李大钊的媒介批评实践	(87)
四、邹韬奋的媒介批评实践	(88)
第三章 西方媒介批评理论透视	(93)
第一节 传播批判理论评析	(94)
一、法兰克福学派对文化工业的批判	(95)
二、哈贝马斯的批判理论	(102)
三、霍尔的当代文化研究	(109)
四、阿特休尔的批判模式	(113)
五、传播批判理论评析	(116)
第二节 传播科技批判理论评析	(121)
一、传播科技发展的轨迹	(122)
二、传播科技批判理论	(124)
三、媒介帝国主义	(131)
第四章 媒介批评的标准	(145)
第一节 媒介批评标准确立的原则	(145)

一、在统一性与多样性统一的基础上强调标准的统一性	(146)
二、在客观性与主观性统一的基础上强调标准的客观性	(148)
三、在动态与静态统一的基础上强调标准的动态性	(155)
第二节 影响媒介批评标准设立的因素	(158)
一、受众	(158)
二、传播学领域的专家和社会权威人士	(159)
三、法律、道德等社会规范	(159)
四、媒介文化氛围	(161)
第三节 媒介批评的标准探讨	(162)
一、政治标准	(163)
二、业务标准	(166)
三、受众标准	(173)
四、效益标准	(178)
五、不足取的“双重标准”	(185)
第五章 媒介批评的方法	(190)
第一节 马克思主义分析的方法	(190)
一、阶级分析法	(191)
二、矛盾分析法	(196)
第二节 内容分析方法	(197)
一、内容分析方法的定义	(198)
二、内容分析方法的历史	(199)
三、内容分析方法的分类	(201)
四、内容分析方法的步骤	(205)
五、内容分析方法的局限	(212)
第三节 参与观察法	(213)

一、参与观察法的特点	(213)
二、参与观察法的类型	(214)
三、参与观察法的效度和信度	(218)
第四节 比较分析的方法	(219)
一、比较分析方法的定义和类型	(219)
二、比较分析方法的作用	(221)
三、比较分析方法的原理	(223)
第五节 受众-反馈批评方法	(226)
一、概念界定	(226)
二、在媒介批评中的重要性	(227)
三、受众调查	(229)
四、受众-反馈批评方法评析	(230)
第六章 中国当代媒介批评评析	(232)
第一节 改革开放前的媒介批评:历史的考察	(233)
一、注重宏观的媒介批评	(234)
二、与革命斗争实际和政治运动紧密结合	(236)
三、重视媒介的自我批评和受众的批评	(238)
四、媒介批评组织始终没有形成	(241)
五、在“反右”和“文革”中异化为批判	(241)
六、“文革”时期出现特殊的媒介批评形式	(244)
第二节 新时期的媒介批评:现实的评点	(246)
一、媒介批评和受众调查受到重视	(246)
二、媒介批评总体状况的“少而浅”	(253)
三、媒介批评的科学性不足	(258)
四、媒介批评的分布不平衡	(270)
五、专门的媒介批评机构尚未出现	(286)
第七章 建立有中国特色的社会主义媒介批评学	(297)
第一节 命题的提出	(298)

一、新闻媒介系统发展的内在要求	(298)
二、社会主义传播事业健康和有序发展的要求	(299)
三、新闻传播学学科建设的要求	(301)
四、社会主义文化建设的要求	(303)
第二节 建立媒介批评学的现实条件评估	(304)
一、媒介批评的论、史、方法系统尚未形成	(304)
二、理想的媒介批评环境尚未出现	(307)
第三节 怎样建立媒介批评学	(310)
一、在马克思主义指导下借鉴西方的批评理论	(310)
二、以系统科学的原理和方法为指导	(312)
三、确立建设性的原则	(315)
四、加紧培育媒介批评人才	(316)
参考书目	(318)
后 记	(326)

绪 论

批评大众媒介就是对人类的探索,这在孕育人类命运的用意上,比登陆月球重要。

——美国媒介批评家谢昂(Robert L. Shayon)

什么是媒介批评?

让我们先看一个例子:

这是1999年7月的一个晚上,电视剧《还珠格格》(续集)正在某电视台的黄金时段播出。屏幕前,一对青年夫妇因为看电视而引发了一场争论:

丈夫:这么俗的东西你也看,再看就关电视!

妻子:什么,俗?这在古装戏里算是好的了。嫌俗,你拍一部不俗的给我看看!

丈夫:哼!“你是风儿我是沙”我看歌词应该改成“你是疯子我是傻子”!

妻子:电视台也疯了傻了?人家可是花55万元1集的高价买断的?

丈夫:媚俗!

.....

上面的对话是对一部流行电视剧的评价,尽管评价双方各执一词,互不相让;评价内容有褒有贬,针锋相对,但始终是围绕该剧

这个中心的。评论的对象:新闻媒介及其产品——某电视频道及其买断的《还珠格格》(续集);评价内容:该剧的质量优劣以及对电视频道的看法。像这样对于大众传播媒介及其产品的分析和评判,就是媒介批评。当然,上面的例子并未公开刊播,只能算作非正式的、微观的媒介批评。

媒介批评(Media Criticism),简言之即对大众传播媒介系统的批评(准确定义见第一章),它在我国新闻界还是一个比较陌生的概念。从20世纪80年代我国台湾的学者开始引进西方的媒介批评理论,到90年代中期进入内地传播学者的视野,媒介批评逐渐引起中国学术界的重视。作为大众传播学的一个重要分支,严格意义上的媒介批评理论在西方盛行已达30多年之久。西方许多大报都开设有“媒体”或“媒介批评”的专栏,而且许多国家还设立了“新闻评议会”(Press Council)之类的媒介批评组织或实行“媒体监察人”(Press Ombudsman,又译“新闻投诉专员”)制度,它们像“哨兵”和“船长”一样监督着大众传播媒介及产品的优劣,规划着传播媒介的宏观走向。论及媒介批评的作用,美国媒介批评家罗伯特·L·谢昂(Robert L. Shayon)说:“批评大众媒介就是对人类的探索,这在孕育人类命运的用意上,比登陆月球重要。”^①

1969年7月20日,美国“阿波罗11号”宇宙飞船成功登陆月球,宇航员阿姆斯特朗在月球上迈出了“个人的一小步,人类的一大步”,从而实现了人类千百年来的梦想。虽然登月计划耗资巨大,并有很强的政治意味,但它对科技发展起到了巨大的推动作用,因而被称为世界航天史上划时代的事件。谢昂以此作比,无疑是想凸现媒介批评对于大众传播媒介以致整个社会的重大意义。因为对大众传播媒介进行理性的思考和批评,无异于检视我们每天摄入大脑的精神食粮,其意义是不言而喻的。

^① 黄新生《媒介批评——理论与方法》第3页。五南图书出版公司印行,1990年9月再版

众所周知,西方非常看重大众传播媒介的功能。美国传播学者斯蒂文·小约翰(Littlejohn, S. W.)认为:

“任何大众传播研究的核心都是媒介。媒介阻止传送影响和反映社会文化的信息,向大量不同的观众提供信息,使媒介成为塑造社会制度力量的一部分。”

丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)的精彩比喻更是广为人知:

“媒介是使我们看到身外世界的窗口;是帮助我们领悟经历的解说员;是传送信息的站台或货车;是包括观众反馈的相互作用传播,是给予指示和方向的路标;是去伪存真的过滤器;是使我们正视自己的明镜;是阻止真理的障碍。”^①

在18世纪的欧洲,英国辉格党人政论家埃德蒙·伯格将大众传播媒介称为“第四等级”(The Fourth Estate)^②,认为其作用比贵族、教士、平民三个等级加在一起还重要;美国新闻评论家道格拉斯·卡特于1959年著书立说,提出传播是除行政、司法和立法之外的“政府的第四部门”,此说更是风行一时;20世纪80年代,美国广告与政治传播大师唐尼·史契瓦滋(Tony Schwartz's)甘冒宗教之大不韪,著书称传播媒介是人类的“第二位上帝”。^③

但这只是问题的一个方面,人类创造了大众传播媒介,大众传播媒介却像一柄双刃剑,在惠及人们心智的同时,又将许多负面的影响加诸人类:

——暴力、色情、虚假的新闻泛滥成灾。在西方,新闻与娱乐的界线已经模糊,以至于出现了一个新词——infotainment[information(信息)和entertainment(娱乐)的合成词]。“犯罪、毒品和

① 以上两段话引自斯蒂文·小约翰编著,陈德民、叶晓辉译《传播理论》第575页,中国社会科学出版社1999年版

② 法国大革命后不久,法国形成贵族、平民和教士三权分立的局面。伯格有一次在下议院抬头望见记者席说:“那边坐着第四等级,他们比以前三个等级加在一起还要重要”。见英国杰弗里·阿彻尔著《报业巨头》一书《序》,译林出版社2000年版。

③ Tony Schwartz's 著《传播媒介——第二位上帝?》译序及原序,美国教育出版社1987年版

流氓团伙已经成为新闻报道和娱乐节目的主要内容。媒体将戏剧性、武打、暴力和冲突,尤其是戏剧性的电视节目当做提高收视率和赚取更多利润的有力工具”。^①据美国全国电视暴力联盟的统计,美国全国无线、有线电视节目中,有 37% 含有大量暴力,家庭影院有线台的节目中,86% 含有暴力,美国孩子长到 18 岁时,将观看到 20 万个暴力镜头。^②

——垃圾信息(又称“垃圾食品新闻”^③)无孔不入,人们饱受“信息超载”之苦。据统计,美国平均一个家庭有 6.6 台收音机、平均每人每天有 8 小时 52 分的时间花在传媒上,但是,在人们每天接受的海量信息中,又有多少可以被称为“精神食量”? 许多人不知道他们州的州长是谁;不知道他们州的参议员、众议员是谁;不知道最近有什么提案被通过、被否决。^④

——在“新闻自由”的口号下,媒介权力极度膨胀,个人隐私在闪光灯的照射下无处藏身;20 世纪 70 年代电视兴起后,人们的识字率随之下降,青少年模仿“屏幕”犯罪更成为社会一大公害……

于是,人们对大众传播媒介的批评之声蜂起。美国的每一位总统几乎都是一方面尽力利用、拉拢新闻媒介,另一方面却又公开指责新闻媒介“不负责任”、“吹毛求疵”和“有破坏性”等。特别是电视,还被西方一些政治家冠以“颠覆性媒介”之恶名。^⑤

学者们对大众传播媒介的批评也毫不留情,正如马尔茨科索

① 彼德·菲利普斯、禁发新闻项目组著,张晓译《美国禁发新闻》第 248 页,光明日报出版社 2000 年版

② 俞燕敏、鄢利群著《无冕之王与金钱》第 35—36 页,中国社会科学出版社 2000 年版

③ 美国人把土豆片、炸薯条、巧克力糖这些热量高、没营养,但却能在短时间内吸引人的食品称为“垃圾食品”。而美国的新闻评论界则将色情、暴力和危机当成胡椒面和味精滥用的新闻称为“垃圾食品新闻”。见陈晓薇《美国新闻自由评析》一文,载《我看美国新闻媒体》第 83 页,光明日报出版社 2000 年版

④ 《无冕之王与金钱》第 7 页。

⑤ “颠覆性传播媒介”是美国著名的社会学家和未来学家阿尔文·托夫勒在《力量的转移》(新华出版社 1996 年版)一书第 27 章标题中所运用的一个概念。他认为:在全世界各地,人们在利用新的传播媒介或使用老传媒的新方法(在很大的程度上是指电视),来对国家的权力提出挑战,有时是推翻这种权力。

所说：“新闻也造就了人民的叛逆性。电影也许应对不断增长的青年犯罪负责。收音机可能使孩子在做作业时注意力不集中和烦躁不安。所有在社会中表现出危险的、坏的或令人忧虑的东西，在今天都可以归罪于电视。”^①

法国的著名媒介批评家皮埃尔·布尔迪厄认为，电视正对社会的文化生产形成巨大的威胁，揭露电视的象征（或符号）暴力，乃是一个社会学家不可推诿的责任。^②

以上批评不免带有非理性的成分，但是它毕竟代表了人们对传播媒介看法的一种另类声音。在西方发达国家，媒介批评几乎是与传播媒介的诞生而同步出现的，“埋葬电视”、“拒绝电视”的呼声至今仍清晰可闻。普遍的、激烈的媒介批评，为西方新闻界鼓吹的“批评自由”找到一个注脚。

然而，对于已成为我们“生态环境”的新闻媒介，谁又能真正地将其拒之门外呢？在西方，参加完“埋葬电视”活动的人们，还不是像其他人一样，回家饶有兴致地打开电视机，收看当天电视台有关“埋葬电视”活动的报道？

对资本主义传播媒介负面影响作出猛烈而系统批评的，是20世纪中期崛起的法兰克福学派。该派举起人文主义和反对物化的大旗，对西方社会泛滥成灾的“文化工业”以及为其推波助澜的大众传播媒介进行了不遗余力的批判。它力图从理论上阐释大众传播媒介的功用，正视其不容质疑的负面作用，对后来的西方媒介批评理论有很大的影响。今天，西方媒介批评的对象已囊括了包括媒介业务、媒介制度、媒介权力、媒介环境、媒介从业者等十分广泛的内容。由于其媒介批评的背景和目的与社会主义的媒介批评有

^①（德）阿特拉斯兰德著《经验性社会研究方法》中文版第199页，中央文献出版社1995年版

^②（法）皮埃尔·布尔迪厄著、许钧译《关于电视》周宪译序，辽宁教育出版社2000年版