

21世纪 传播学 研究丛书

21st Century Communication Studies

媒介批评论

陈龙 著



苏州大学出版社

21世纪传播学研究丛书

媒介批评论

陈 龙◎著

◆ 苏州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介批评论/陈龙著. —苏州:苏州大学出版社,
2005.3

(21世纪传播学研究丛书)

ISBN 7-81090-413-2

I. 媒… II. 陈… III. 传播媒介—批评
IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 124413 号

21世纪传播学研究丛书

总策划 吴培华 陈 龙

媒介批评论·

陈 龙 著

责任编辑 周 敏

苏州大学出版社出版发行

(地址:苏州市干将东路200号 邮编:215021)

丹阳教育印刷厂印装

(地址:丹阳市西门外 邮编:212300)

开本 720mm×940mm 1/16 印张 25.25 字数 436 千

2005年3月第1版 2005年3月第1次印刷

ISBN 7-81090-413-2/G·194 定价:38.00 元

苏州大学版图书若有印装错误,本社负责调换

苏州大学出版社营销部 电话:0512-67258835

出版者的话

Editor's words

大众传播事业正以迅猛的速度改变着人们的生活，世界“地球村”的特征也越来越明显。网络传播时代所暴露出的现实问题也变得越来越尖锐、复杂，迫切需要有新的理论与方法来加以研究，

找到新的应对策略。我国传播学研究经历了一个从引进外来传播学理论、概念到消化吸收的过程。二十余年来，学术界大力翻译介绍当代西方传播学的最新成果，与此同时，传播学理论的本土化建设进展也在不断加快，出现了一股传播学研究的新热潮。本丛书正是在这样的背景下面世的。

本丛书试图就传播学理论和相关问题作一深入研究。丛书共有五种，其中三种是台湾五南图书出版有限公司授权出版的，两种是大陆学者的最新研究成果，我们把它组成“21 世纪传播学研究丛书”，目的就是为了说明海峡两岸学者正在共同努力着眼于传播学前沿问题的研究。本丛书就传播的一般原理、研究方法、传媒的影响力、传播效果、传媒批评、电子媒介的发展现状与未来走向等作了深入的探讨，对新闻传播涉及的热点、难点问题，本丛书也结合本土实际予以充分的分析、阐释。

作为海峡两岸学者共同研究的成果，本丛书起点高，视野开阔，注重吸收相关学科最新理论成果，努力体现学术研究的最新进展。本丛书侧重理

论层面,体现了全面、详尽、通俗易懂的特点,适合作为传播学专业研究人员,新闻专业本科生、研究生以及传播媒体从业人员的参考书籍,也可作为新闻爱好者学习新闻传播理论的教材和进修用书。

也需要说明的是,由于两岸存在的差异,我们在取得台湾五南图书出版有限公司授权的基础上,对三种台湾学者著作中的某些提法作了必要的修改。至于在语言章法的问题上,尽管两岸也存在诸多的不同,除了对其中明显的差错作了纠正外,对其余的我们还是尽量保持原貌,这也就是本丛书之所以在语言风格上有不统一的缘由所在,相信读者是可以理解的。

目 录

目 录

绪论 媒介批评界说_____ 1 ~ 24

第一章 媒介批评的历史与现状_____ 25 ~ 66

第一节 以报业为对象的媒介批评 · 27

第二节 以电视为对象的媒介批评 · 38

第三节 以图书为对象的媒介批评 · 59

第四节 以电影为对象的媒介批评 · 62

第五节 我国早期的报学批评 · 64

第二章 媒介批评的现实特性_____ 67 ~ 92

第一节 媒介批评意识的现代性 · 71

第二节 媒介批评的批判精神 · 76

第三节 批评主体的广泛参与性与批评 知识的综合性 · 82

第四节 传媒生态变迁与当代媒介批评 的转向 · 86

第三章 媒介批评的伦理原则 与衡量尺度_____ 93 ~ 111

第一节 新闻报道与“真相”揭示的评价与 衡量尺度 · 95

第二节	公平与公正报道的评价与衡量尺度	· 400
-----	-----------------	-------

第三节	媒介活动的社会责任评价与衡量尺度	· 404
-----	------------------	-------

第四节	媒介批评中对媒介权力的考察	· 408
-----	---------------	-------

第四章 媒介批评的社会力量:舆论监督 113 ~ 127

第一节	作为伦理监督的媒介批评	· 445
-----	-------------	-------

第二节	作为法律监督的媒介批评	· 449
-----	-------------	-------

第三节	舆论监督媒体的主要对策	· 424
-----	-------------	-------

第五章 媒介批评的类型与范式 129 ~ 150

第一节	媒介批评的主要类型	· 434
-----	-----------	-------

第二节	媒介批评的范式	· 439
-----	---------	-------

第三节	媒介批评范式的当代选择	· 447
-----	-------------	-------

第六章 媒介批评中的人文精神 154 ~ 165

第一节	人文精神与媒介批评	· 453
-----	-----------	-------

第二节	人文关怀批评视阈及其批评取向	· 455
-----	----------------	-------

第七章 媒介批评主体与媒介素养 167 ~ 189

第一节	媒介素养在当代社会的重要性	· 472
-----	---------------	-------

第二节	媒介素养的基本理论	· 476
-----	-----------	-------

第三节	媒介批评主体的媒介素养建构	· 478
-----	---------------	-------

第四节	全球化与媒介批评者媒介素养结构的调整	· 480
-----	--------------------	-------

第八章 媒介批评的对象与标准_____ 191 ~ 211

- 第一节 对媒介行为进行的批评 · 193
- 第二节 对媒介从业人员行为进行的批评 · 197
- 第三节 对媒介内容与媒介现象进行的批评 · 206
- 第四节 媒介批评的对象与批评的出发点 · 210

第九章 媒介批评的理论建构_____ 213 ~ 224

- 第一节 媒介批评理论建构的必要性 · 215
- 第二节 媒介批评理论资源的发掘与整合建构 · 219
- 第三节 媒介批评理论的体系建构要素 · 221

第十章 媒介批评的理论视角_____ 225 ~ 247

- 第一节 文本分析的理论视角 · 228
- 第二节 意识形态分析的理论视角 · 235
- 第三节 机构与制度分析的理论视角 · 239
- 第四节 政治经济学的理论视角 · 242
- 第五节 文化研究的理论视角 · 244

第十一章 精神分析与媒介批评_____ 249 ~ 262

- 第一节 作为释义论的精神分析学 · 251
- 第二节 精神分析学媒介批评与电影研究 · 254
- 第三节 精神分析学媒介批评与电视研究 · 257

第十二章 文本研究的媒介批评(一):

符号学分析_____ 263 ~ 284

- 第一节 符号学与索绪尔语言学基础 · 265
- 第二节 毗邻轴的分析模式 · 268
- 第三节 系谱轴的分析模式 · 272
- 第四节 费斯克的符号学个案研究 · 275

第十三章 文本研究的媒介批评(二):

结构主义分析_____ 283 ~ 294

- 第一节 “结构”与结构主义批评 · 285
- 第二节 二元对立与叙事体分析 · 290
- 第三节 神话结构分析 · 294

第十四章 叙事学与媒介批评_____ 295 ~ 314

- 第一节 叙事体与叙事分析 · 298
- 第二节 叙事话语分析的一般规则 · 304
- 第三节 叙事结构与叙事技巧的分析 · 303
- 第四节 新闻叙事学批评 · 309

第十五章 女性主义与媒介批评_____ 315 ~ 329

- 第一节 女性主义及其媒介批评理论的形成过程 · 317
- 第二节 女性主义理论如何运用于媒介批评 · 320
- 第三节 女性文类研究 · 322
- 第四节 女性形象的媒介再现研究 · 324

第五节 媒介“性别研究”	· 326
--------------	-------

第十六章 媒介批评的常用方法 331 ~ 350

第一节 内容分析方法	· 333
第二节 人类学参与观察法	· 338
第三节 社会学分析方法	· 343
第四节 比较分析方法	· 348

第十七章 媒介批评的修辞实践 351 ~ 366

第一节 媒介批评有效性的思考	· 353
第二节 文本批评、修辞批评与交往沟通	· 355
第三节 从媒介看批评形式的选择	· 359
第四节 从交流理论看批评形式的选择	· 362
第五节 修辞批评理论与媒介批评实践	· 365

结语:媒介批评发展走向瞻望 367 ~ 372

附录:当代电视剧批评模式的断想	· 373
主要参考文献	· 387
后 记	· 390

- 一、媒介生产观念与媒介批评观念
- 二、媒介研究与媒介批评
- 三、市场经济时代的媒介批评

媒介批评界说

绪论

要给媒介批评下一个十分确切的定义是相当困难的,我国学术界也有很多学者试图穷究这一概念,自这一学科在学界逐渐兴起以来,关于“媒介批评”的定义就不少于20种。就其定义的内容来看,有如下几种:

一为“思考、反思说”。这一派学者认为,媒介批评就是对新闻及媒介产品的思考或反思。这一观点在我国学术界出现较早。何谓媒介批评?“ (媒介批评是)分析媒介现象,反思新闻报道的得失,评价记者的作品,从而形成相应的新闻观念。”〔1〕“顾名思义,媒介批评就是对大众传播媒介的批评,是对媒介产品以及媒介自身作用的理性思考。”〔2〕也有学者将反思的内容进一步限定为“是对大众传媒和大众文化的反思活动”〔3〕。“思考、反思说”有其开山意义,它一开始就将媒介批评的视野放到整个大众传播事业上,而不仅仅是新闻事业,可以说观点持有者眼界十分开阔,在当时新闻批评取代媒介批评的时代,有这样的看法殊为不易。尤其是它指出媒介批评是一种理性思考,而不是泛泛的感性之论,这也使媒介批评上升到一个科学理性的层次。但这一观点只是将批评的对象限定于大众传播的客体层面的研究而忽视了对媒介中“人”的研究;“思考、反思”本身也未完成媒介批评的全部过程,而只不过是媒介批评活动的一个组成部分。可见这一观点也有先天的不足之处。

二为“价值判断说”。持这一观点的学者认为,媒介批评的任务就是对媒介内容的是非、好坏、美丑进行分析与评判。北京广播学院的雷跃捷教授认为,“媒介批评是以传播学为基础,按照一定社会和阶级的利益和理想,根据一定的批评标准,对大众传播媒介及其产品——大众文化的是非、善恶、美丑等问题所做的价值判断和理论鉴别”〔4〕。清华大学副教授王君超先生在他的新著《媒介批评——起源、标准、方法》中也以十分肯定的口吻说:“笔者认为,将‘媒介批评’的本质定位于‘价值的判断’,能准确地揭示出‘媒介批评’的内涵。”又说,“媒介批评在本质上是一种价值的判断,它是对新闻传播媒介系统及其各要素进行批评的过程”〔5〕。这一媒介批评观把握到了媒介批评的一些问题要害,如对媒介活动是非、美丑的判断,但似乎视野还不是十分开阔,就媒介批评的出发点而言,雷氏定义强调“价值判断”“以传播学为基础”,显然比较狭隘;而就“价值判断”的对象而言,雷氏

〔1〕 刘建明:《媒介批评通论》,中国人民大学出版社2001年版,第1页。

〔2〕 吴迪:《媒介批评:特性与职责》,《北京广播学院学报》1995年第5期。

〔3〕 雷跃捷:《媒介批评是对大众传媒和大众文化的反思活动》,《现代传播》2003年第3期。

〔4〕 雷跃捷:《新闻理论》,北京广播学院出版社1997年版,第266页。

〔5〕 王君超:《媒介批评——起源、标准、方法》,北京广播学院出版社2001年版,第15页。

定义所关注的也仅仅是“大众传播媒介及其产品”,显然也有其局限性,对媒介传播活动主体却丝毫没有涉及。王氏的定义,对于“价值评判”的对象表面上看似比较全面,但究竟什么是“新闻传播媒介系统及其各要素”则语焉不详,况且,“非新闻传播媒介”如图书、电影、娱乐画报等是否在媒介批评的范畴呢?大众传播媒介既传播新闻又传播娱乐文化,而且后者不仅是媒介商业利润的主要来源,而且是媒介产生伦理道德问题的一个主要是非之地,显然应是批评的主要对象。当媒体内容出现问题,批评依据的是媒介伦理、道德、政治、法律等所进行的“价值判断”;然而,除了价值判断,更重要的是,媒介批评还肩负着引导社会舆论,监督媒介活动,保障媒介良性、健康发展的使命。由此看来,“价值判断说”只说明了媒介批评的前期活动,而对媒介批评的其他任务却没有提及。

三为“评论说”。对于媒介批评,长期以来存在一种认识,认为它就是评论的一种,或者干脆就叫“传媒评论”,其形式就类似于新闻评论,只不过评论的内容是针对媒介而已。这一观点在新闻管理部门比较普遍。例如,《新闻出版报》1997年1月17日第3版为“媒介批评”专栏所作的“前言”,这样为媒介批评下定义:“传媒批评(媒介批评)以新闻传媒及其报道为对象,以新闻传媒与社会关系为背景,因而它区别于以往微观、局部的新闻报道评析,与仅限于传播行为与效果分析的传播学也不等同。它的意义在于,为媒介设置一个‘反光镜’,随时审视新闻传媒的行为与报道,并且,从新闻与相关产业、与社会经济文化的互动中,评析新闻业的走向、合理的发展速度与结构比例。新闻传媒评论,同时还关注从业者的素质与道德行为。”可以看出这是发自传媒业的声音。它不是一家之言,从传媒业立场出发,多半意见相同或相似。再看另外两条,“(媒介批评是)对于传媒业(包括传统媒体与网络媒体)的及时深入报道与评论,对传媒业发生的重大变化即时作出反应”〔1〕。“新闻传媒评论是一种主体性活动,即由评论者根据个人的体验和理解评价新闻传媒行为,无疑具有强烈的主观色彩。”〔2〕有些学院派学者也认为媒介批评就是一种评论,只不过是一种特殊的评论,“所谓媒介批评,主要是指在哲学和文化学层面对传播现象(包括作品、人物和其他传播现象)进行分析研究。它不同于一般的评论,它关注的主要是文化思潮和社会走向”〔3〕。“评论说”突出媒介批评是一种评论活动,有一定的现实性。因为就实际情形来看,媒介批评在大多数情况下就是对媒介内容和

〔1〕 孙坚华:《传媒业应得到更多的关注》,《新闻出版导刊》2001年第1期。

〔2〕 哲峰:《行为传媒评论:主体、客体与标准》,《新闻出版报》1997年1月17日第3版。

〔3〕 北京广播学院学报编辑部:《96'想法》,《北京广播学院学报》1996年第1期。

媒介现象的评论,但是如果以此作为媒介批评的全部内涵,显然存在明显的缺陷,评论只是整个媒介批评类型中的一种,而不是全部,而且媒介批评的活动仅仅限于评论也是不够的,学理化的数理分析、抽样调查是媒介批评常用的理性方法,据此写成的定性分析报告,是一种典型的媒介批评内容,恐怕很难算是“评论”。例如,中国人民大学喻国明教授所撰写的《大众娱乐类节目的走向与思考——兼论“欢乐总动员”节目的成功与不足》就是这样一篇典型的媒介批评文章,它侧重于分析,而不是评论。从这里可以看出,媒介批评的类型与方法是多元化的。

四为“鉴赏说”。这一说的主要观点认为,媒介批评就是对新闻作品的鉴赏,如同对文学作品的鉴赏一样。这一观点虽不是完整的定义,目前以文字形式发表出来的也不多见,可以看做是对媒介批评的一种观点,有很多人认同这一观点。鉴赏说显然看到了媒介批评的重要性,特别是在新闻学教学中的重要性——培养学生对新闻作品好坏的鉴别能力,以便在今后的新闻实践中写出好的新闻作品。然而,这只是从教学角度来认识的,显然比较狭隘。对新闻作品的鉴赏只是媒介批评的一个方面或一个领域,它不能代替媒介批评的全部活动,特别是对媒介活动的监督,对媒介从业人员行为、道德的监督、批评和引导。

以上的诸多观点都从不同侧面揭示了媒介批评种种质的特性,然而又不同程度地存在着某种不足。虽然这些定义都从不同角度出发思考问题,有一定的合理性,但从物化成果来看,好像并没有紧扣其定义来安排其理论体系架构。刘建明先生的《媒介批评通论》侧重对新闻批评的理论建构和阐述,而对除新闻之外的其他媒介文化未加涉及,因此,他的所谓“媒介批评”实际上就是“新闻批评”。王君超先生的《媒介批评——起源、标准、方法》在阐述媒介批评的起源、标准时,理论阐述虽然较为周密,兼顾到了所有媒介,但观其所用的论证材料,大多取自新闻、尤其报业新闻领域,这可能与作者报界实践的背景、对报界的情况较为熟悉有关,因而在探讨媒介批评的具体问题时自觉或不自觉地以报界为个案,所以,该著作也有“新闻批评”的嫌疑。

那么,怎样才能给媒介批评一个较为全面的界定呢?我们注意到,很多定义都只是从媒介批评的本国情形中总结出来的,对西方国家媒介批评样式缺乏一定的关注。由于西方媒介批评的历史悠久,虽然新闻传播体制差异很大,但他们在过去和现在媒介批评的实践是客观存在的,因此我们不能熟视无睹,应当予以合理的吸收和借鉴。

例如,18世纪以来西方国家的“报业评议会”所做的工作,其内容不仅包含了站在政府或公众立场上对媒介内容进行批判,还包含了站在媒介一

边对新闻自由的传媒体制加以维护。我们只要看看英国报业评议会(The General Council of the Press)的工作任务,就不难发现这一点:“在广大的基础上建立组织,以维护新闻事业,对抗它的许多非议者;这些非议者,有的是出于政治的动机,意图摧毁新闻事业作为私人企业的基础。本着公平与忠实服务的旨趣,实践新闻事业的自治,阻止恣肆不法的新闻报道方法。”〔1〕从这里可以看出,媒介批评在西方既包含了对媒介活动的监督,也包含了对媒介权利的维护,可见其内容的涵盖面之广。

“批评”这一个词,在我国长期以来存在着理解上的误区。很多人认为,批评就是专指对错误、缺点提出意见,是一个带有贬义或否定含义的词。其实不然。在中国古代文学研究中,批评的历史比较悠久,对批评一词的界定比较宽泛。批评,包含批和评,其中包含了对作品、现象等的优点和缺点进行评价、赏析、鉴赏等含义。既可以是否定的,如对某些不良文学现象进行的批评;也可以是肯定的,如对某篇好文章所作的赏析。郭绍虞先生在《中国文学批评史》中的阐述,可以帮助我们理解其内涵:“文学批评的产生和发展,是在文学的产生和发展之后。在文学产生并且相当发展以后,于是要整理,整理就是批评。经过整理以后,类聚区分,一方面可以看出文学和其他学术的不同,一方面也可以看出文学作品本身之‘本同而末异’,于是也就认清了文章的体制和风格。所以《诗赋略》在《艺文志》中占一席地位,也是批评的开端。于是,再要选择,选择也就是批评。选择好的,淘汰坏的,不能不有一些眼光,这眼光就是批评的眼光;同时也不能不有一些标准,这标准也就是批评的标准。以前的目录学者常把总集与文史合为一类,是也有相当理由的。所以挚虞《流别》,李充《翰林》,也就成为文学批评的滥觞。这两种可以说都是帮助读者解决问题的。再进一步,于是再要给以一定的评价,这就是所谓品第,而品第就更是批评了。”〔2〕一般而言,媒介批评与文学有很大的不同,但对批评的理解在这两个不同的领域却有很多的相似之处。媒介批评所要面对的批评对象是媒介、媒介内容,如新闻文化和娱乐文化等,媒介从业人员、媒介现象等。以批评者的构成来看,有读者、观众、听众等普通受众主体,有从事批评工作的专业人士如资深记者、编辑、高校教师等。以批评的方法而言,有批判的方法,有实证研究的方法,等等。在批评关系中,媒介批评者是批评的主体,媒体是被批评的对象,所以批评者与媒体是一种对立的主客关系。

〔1〕 胡传厚:《新闻自律组织的范例》,见《新闻自由与自律》,台湾学生书局1974年版,第290页。

〔2〕 郭绍虞:《中国文学批评史》,上海古籍出版社1979年版,第1页。

总体来看,媒介批评有广义和狭义之分,狭义的媒介批评指的是批评家、受众等批评主体对大众传媒所传递的新闻和娱乐文化信息等所作的直接反应,表现为批评主体对大众传媒活动所作的监督,往往是否定多于肯定,批判多于表扬,在西方国家也被叫做“媒介观察”(media watch)。在我国,这一工作常常是由传媒管理部门来承担的,大多把这一工作称做“传媒观察”、“业界观察”或“业界时评”,以短、平、快的议论文字为其主要的文本形式,感想形式的“随笔”、“杂谈”多于理性的深层次分析。这种批评与时事贴得很紧,小言论常常涉及政策性议题。而广义的媒介批评是指批评主体对媒介进行的各种分析研究,既有专门系统的研究也有随感而发的感性化议论。其研究范围涉及大众传播媒介的各个方面,传媒文化、新闻信息、传媒从业人员的行为品德、媒介文化形式技巧、传媒的经营管理等都在其审视、批评的视野。既包含了感想式的批评又包含了学理化的研究,既注重理论的思辨性又注重方法的科学性,媒介文化研究是其主要形式。

当时代进入到 21 世纪,媒介形式与经营方式发生了翻天覆地的变化,同时社会对媒介的依赖也越来越深,媒介批评应当具有开放的视野。与其在各种“是什么”的判断中绕圈子,不如来细细推敲一下媒介批评到底要做什么。笔者考察了美国几所大学“媒介批评”(media criticism)研究生课程设置,发现其所谓“媒介批评”(media criticism)的内容各有差异。笔者尝试将这些学校的课程教学计划罗列出来加以比较,以期从中看出某些规律性的倾向。

美国瓦希波恩大学大众传媒系(Department of Mass Media, Washburn University)在其“媒介批评”(media criticism)课程介绍中说:“(本课程)讨论各种层次媒介分析和批评,包括产品分析、媒介内容与形式的社会学、女性主义和意识形态批评,着重于新闻分析与电视批评。”^[1]其所教授的内容是:

- 一、媒介批评概说
- 二、电视批评家与电视批评
- 三、批评方法
- 四、广播/音乐电视批评
- 五、电视剧与电影批评
- 六、新闻批评
- 七、现场化节目批评

[1] <http://www.washburn.edu/cas/massmedia/thimios/criticism.html>.