

方延明 著

新闻文化外延论

(修订版)

南京大学出版社

方延明 著

新闻文化外延论

(修订版)

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻文化外延论 / 方延明著. —2 版(修订本).
南京: 南京大学出版社, 2002. 12
ISBN 7-305-03067-8

I. 新... II. 方... III. 新闻—文化—外延—研究—高等学校—教材 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 013622 号

书 名 新闻文化外延论(修订版)
著 者 方延明
出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093
电 话 025-3596923 025-3592317 传真 025-3303347
网 址 <http://press.nju.edu.cn>
电子邮件 nupress1@public1.ptt.js.cn
经 销 全国各地新华书店
印 刷 南京通达彩色印刷有限公司
开 本 880×1230 1/32 印张 15.5 字数 424 千
版 次 2002 年 12 月第 2 版 2002 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 7-305-03067-8/1·254
定 价 28.00 元

* 版权所有, 侵权必究

* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

内 容 简 介

本书是我国高等院校新闻传播学专业第一本关于新闻文化研究方面的专门教材。该书借鉴社会学、政治学、文化学等学科内容与研究方法,对新闻文化的内涵,尤其是新闻文化外延方面作了较为深入的研究分析,提出了一些新颖的观点。由于作者长期从事新闻实践和文化研究,所以该书兼具理论联系实际的一些特色。该书可作为新闻传播学专业高年级本科生、研究生课程教材和新闻专业教师、新闻工作者的参考用书。

修订版前言

新闻文化外延论

《新闻文化外延论》于 1997 年出版后,至今已整整五年,当时只印了 1000 本,实际上一年不到,书就脱销了。这本书,我一直作为二年级研究生的授课教材,但到 2000 年,同学们已无处买到这本书,我也一直想再版修订,一是解决研究生上课无书的问题,二是想把这五年来的一些教书的体会再补充进去。此事得到新闻传播学系丁柏铨教授和南京大学出版社任天石社长的大力支持,使得《新闻文化外延论》在出版五年后有机会修订再版。

这次修订的范围和幅度还是比较大的:

一、在强调学术性的同时,增加服务性的东西。比如原著的“新闻文化的学科观”一章,在讲到已故台湾著名学者殷海光先生对文化进行的多角度分析时,只是写了七组定义的名字,未列这些素材。因此在授课时,只能临时复印,但对一些查不到殷海光先生《中国文化的展望》一书的读者来说,就很难知道具体内容。而研究生们也都希望加进这部分资料,所以,这一次特意把涉及七组定义的内容加

进去了。

再比如,在“新闻文化的文学观”一章中,增加了比较多的内容。新闻文化研究,说到底,就是最终要给读者什么样的最好作品,因为这是一门应用性很强的学科。原先的内容中除介绍、论述新闻文化文学观的由来及新闻作品是创造性劳动外,有一部分内容是讲新闻写作的,缺少采访方面的内容。这次把新闻采访的东西补充进去了,特意将这一节改为“怎样写出好作品(上)”和“怎样写出好作品(下)”。对采访这一部分,避免了传统的采访写法,并从哲学思考、艺术性和方法论入手,更理性一点。

二、这次修订,对有些章节作了较大的增删,突出其学理性。比如在“新闻文化的社会观”里,增加了“社会化过程中的几个关系”,同时增加了效果评价分析的内容,这一部分东西是引进传播学的内容。在“新闻文化的哲学观”里,增加了一组“对立统一”的思考,共涉及十个方面,这对进一步理解哲学观,大有好处。在“新闻文化的政治观”里,增加了新闻文化政治观的三个根本原则和五个显著特点。在该章的方法论里面,又在原先的三个统一的基础上,增加了七个统一,共概括为十个统一。在“新闻文化的美学观”一章中,专门增加了“新闻审美的基本特征”一节。

三、涉及比较大的改动或重写的有两章。原先的“新闻文化价值观”一章,主要从报道价值观和社会价值观两方面去谈的。经过这五年来的思考,我以为不太妥当,这次提出宏观价值观、报道价值观和绩效价值观。宏观价值观主要是提出了一个以自在性价值观、制约性价值观、效果性价值观为主要内容的框架,这是以往人们在谈论新闻价值观时

所没有的,我以为是一个创造,也是自我比较欣赏的。另外把原先的社会价值观改为绩效价值观,可能更好。因为“社会”不怎么确定,而绩效主要是指社会新闻的社会效应,既直观又明确。

四、这次改动比较大的还有原来的第七章,即“新闻文化的科学观”。1997年成书时,我对这一章就不满意,几年下来,仍找不出解决问题的好办法,特别是网络文化的兴起,对传统媒体是一个很大的挑战,而原先的书中缺少这部分内容。再说,进入新世纪,我国加入WTO,使我们的传媒面临新的挑战。所以,这一次去掉了原来的第七章,加了一章,定名为“新闻文化的发展观”。主要是想说明面对网络文化的挑战,确立新的发展观。恰好几年前,我对传媒的发展观有一些思考,加之参加国际会议也有一些资料,因此,就把这些东西集合在一起,变为一章。我想这也是与时俱进的要求,尽管这方面还很粗糙。

另外,近年来自己也发表了一些涉及传播、新闻理论的不少文章,这次也选出两篇作为附录,提供给读者。

总之,这次修订再版,改动比较大,每一章都有删改,增减字数大约超过1/3。

五年来,我在给研究生的授课中,一贯采用讨论式的方法,每次两节课,一半用于讨论。今年授课时,隔周讨论,由我出题目,学生列出详细的发言提纲,教学相长,气氛融洽,使我获益匪浅,这也是我应该向同学们道一声感谢的原因。

尽管自己尽了一些努力,试图把这本书再修订得好一些,回头看看,还是有一些修修补补的感觉,或者说这些修补还不怎么妥帖,但由于时间有限,也只能如此了。

本来在出版了《新闻文化外延论》之后，我是一直想写一本新闻文化方法论方面的书的，但是几易提纲，甚至曾动手写了四五万字，后来不满意推倒重来，到现在也还没动笔。究其原因，一是近年来事太多，1999年出版的那本《数学文化导论》也耽误了一些时间。虽然《新闻文化外延论》中的一些遗憾在这次修订再版中得到了一点弥补，但毕竟还不是一个完整的新的体系结构，我想只能俟诸来日，去完成我的《新闻文化方法论》。

方延明

2002年11月

第一版序言

新闻文化外延论

出书，一般都要有序言的了。现今人们大都喜欢请名家作序，以壮声势。自己给自己的书写序，容易陷入两难境地，一是王婆卖瓜，二是过于自谦。我既不想选前者，也不愿取后者，只是想告诉读者这本书的来历，算是自我介绍。目的在于当读者打开本书时，有一种找到了朋友的感觉，以至在后面的阅读过程中，产生一种心的交流。我尝试着这样做，不知能否有这个效果。

1993年，拙著《新闻文化导论》出版，作为一个成果，我把自己多年的心血结集出版，无疑是一件高兴的事。但是，正如我在那本书的后记中写的，自己读自己的书，往往是一件遗憾的事。后来，我对自己的那本书，越读越不满意，以至成为一种心理负担。大约过了几个月，心情慢慢沉下来，也想通了，因为做学问总要有个过程，与其自责，不如及早修订，使其完善。恰好这时，南京大学新闻传播学系系主任丁柏铨教授邀我为新闻专业本科生开设“新闻文化”课，且是必修课。作为一门交叉学科，我对新闻文化抱有极大

的兴趣和热情,但是开一门正儿八经的课,我倒着实有点打怵。不过,我还是硬着头皮接下来了。我利用一个暑假的时间备课,修改讲稿。后来在讲课中,每有所悟,就记下来,发现新资料,也加进去,总算对付下来,同学们反映还好。

从写书到讲课,由讲课再到看书稿,自己提高了不少,也有一些新的认识。1994年,国家有关部门正式批准南京大学新闻传播学系设立硕士生专业,我也有幸被评聘为首批硕士生导师。在导师会上,导师组又决定要我为研究生开设“新闻文化”课。因此,我又在本科生的讲稿基础上进一步修改,并于1995年下半年开始为研究生和江苏新闻界的记者编辑班授课。课程结束后,同学们纷纷提出要求,希望能有一本教材尽早出版。恰在这时,学校开始评审1996年资助出版教材,于是我向有关部门提出申请,得到新闻传播学系的支持,作为教材推荐到学校,尔后由校教学委员会专家评审,决定予以资助出版。在此,我要特别感谢学校教学委员会的专家对拙稿的厚爱,特别感谢教务处、新闻传播学系、南京大学出版社的领导对本书出版所给予的支持。我还要感谢研究生、本科生以及记者编辑班的学员对这门课所提出的宝贵意见。

新闻文化是一门新的交叉学科,几年来的求索使我深深感到,仰之弥高,钻之弥坚。就目前的情况,给出一个全面、科学和学术界普遍认同的体系,可能还为时过早。所以,我采取一种围城打援的方法,先搞外延,再及本体。这就如同要挖一棵大树,必须先挖一个大坑,截掉一些根须,然后再挖大树就方便多了。

本书采用相对独立成章、又彼此联系的框架体系,各有

侧重,但并在一起就会明显构成一个整体。本书则重于报纸文化,因为电台、电视往往跟着报纸走。世界对电子宣传来讲已成为剧场,事件发生在舞台上。而报纸新闻工作者的优势在于可以在后台工作,更容易看见表演的道具和结构,更有利于对观众的警示性。

宋代姜夔有言:“人所易言,我寡言之;人所难言,我易言之。”其实,真正做起来,很不容易。我深感有些事,特别是做学问之事,并非自己不努力,十几年来,我几乎没有休息过一个星期日,但仍作为不大,只是因为自己才之不逮也。我想,一个人总是“虑有所不周”,特别是对这样一门新兴交叉学科。因此,我很希望该书的出版能得到新闻界、文化界以及新闻专业同学们的匡正,我将不胜感谢。

方延明

1996年4月18日

目 录

新闻文化外延论

新闻文化的学科观

关于新闻文化的渊源	1
关于新闻文化的定义	5
新闻文化的三元结构	29
真实的新闻源	30
迅捷的信息传播	31
兼具主客体的受众	37

新闻文化的社会观

人是社会的人	43
新闻社会化过程	48
新闻文化丛	50
新闻文化圈	51
几个关系	53
社会心理	54
舆论环境	58
关于舆论场	60

优化舆论环境	61
社会化功能	62
守望环境功能	63
知识娱乐功能	67
服务增智功能	69
决策参与功能	71
价值整合功能	72
功能效果分析	78

第三章

新闻文化的价值观

宏观价值观	83
关于学科评价	83
对以往“价值观”的检讨	84
“三元”结构的价值观	86
报道价值观	92
“新”是生命	92
“迅”是力量	99
“真”是生命	103
“督”是职责	111
绩效价值观	114
真善美一体化	114
关于价值判断	116
关于价值实现	119

第四章

新闻文化的哲学观

新闻文化的本质特征	127
事实真实	131
观念真实	132

抽象真实·····	132
微观真实·····	133
宏观真实·····	133
本质真实·····	133
新闻文化中的辩证法·····	138
两点论·····	139
阶级分析·····	142
经济分析·····	144
理论联系实际·····	145
具体情况具体分析·····	148
相关分析·····	150
宏观把握与微观分析·····	152
防止片面性·····	155
对立统一的思考·····	158
主观认识与客观事实统一·····	158
逻辑与非逻辑统一·····	159
传统与非传统统一·····	160
经验与理性统一·····	161
现象与本质统一·····	162
创意与选择统一·····	163
主流与界缘统一·····	164
时代性与历史性统一·····	165
收敛思维与发散思维统一·····	165
偶然性与必然性统一·····	166

第五章

新闻文化的政治观

以往新闻文化政治观介绍·····	169
集权主义理论·····	171
自由主义理论·····	173

社会责任论·····	178
前苏联报刊理论·····	180
传统学派·····	191
批判学派·····	192
马克思主义新闻文化的政治观·····	193
政治文明·····	194
政治心理·····	195
政治伦理·····	197
政治导向·····	198
政治认同·····	203
政治价值·····	204
政治参与·····	209
马克思主义新闻文化政治观的特点·····	210
科学性·····	210
革命性·····	210
真实性·····	212
群众性·····	213
阶级性·····	215
发展性·····	217
三个根本原则·····	219
五个显著特点·····	220
马克思主义新闻文化政治观的方法论·····	221
阶级性与社会性统一·····	222
时代性与历史性统一·····	225
主观性与客观性统一·····	226
党性与人民性统一·····	227
批判与借鉴统一·····	227
政治家办报与群众办报统一·····	227
正面宣传与舆论监督统一·····	227

宣传意识与受众效果统一·····	227
新闻自由与党的利益统一·····	228
继承与创新统一·····	228

新闻文化的美学观

新闻文化美学观的主要内容·····	230
客观存在与主观意识统一·····	230
按美的规律认识改造世界·····	236
劳动创造了美·····	239
美的人学内涵·····	241
真是新闻文化美学观的基础·····	243
善美是人们的普遍追求·····	249
新闻审美的基本特征·····	255
报纸新闻的美学欣赏·····	256
报纸版面美·····	256
语言文字美·····	260
形式与内容完美结合·····	277

第七章 新闻文化的发展观

新闻文化依科技进步而发展·····	283
确立新闻文化的发展观·····	290
关于文化背景·····	290
参与全球传媒新秩序·····	292
面向新世纪的战略思考·····	298
我国传播文化研究的现状与趋势·····	299
新世纪中国新闻教育问题·····	302
关于网络化问题·····	305
关于传媒发展的趋势与展望·····	308

新闻文化的文学观

新闻文学观的由来·····	314
新闻作品是创造性劳动·····	325
怎样写出好作品(上)·····	354
新闻采访是什么·····	354
采访的哲学思考·····	361
采访的艺术性·····	383
采访的方法论·····	400
怎样写出好作品(下)·····	407
精心提炼主题·····	407
选择精彩角度·····	409
精心设计结构·····	415
夯实语言文字功夫·····	418
抓好两头·····	433
运用好背景材料·····	439

附 录

以人为本是三代中央领导集体新闻思想的灵魂·····	452
传播文化的发展观检讨	
——兼论我国传播文化的发展战略问题·····	462
主要参考文献·····	472
第一版后记·····	474
修订版后记·····	477