

Metaphorical Guidance of Public Opinion and Organizational Identity

— A Study of News Editor's Public
Opinion Guiding Functions Under New
Media Environment

舆论的隐喻引导与组织认同

——新媒体环境下新闻编辑舆论引导功能研究

朱小翠 / 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

Metaphorical Guidance of Public Opinion
and Organizational Identity

— A Study of News Editor's Public
Opinion Guiding Functions Under New
Media Environment

舆论的隐喻引导与组织认同

——新媒体环境下新闻编辑舆论引导功能研究

朱小翠 / 著

< < < < < < < < < < < < < < <

图书在版编目 (CIP) 数据

舆论的隐喻引导与组织认同:新媒体环境下新闻编辑舆论引导功能研究 / 朱小翠著. —杭州:浙江大学出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-308-14120-8

I. ①舆… II. ①朱… III. ①新闻工作—舆论—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 280647 号

舆论的隐喻引导与组织认同

——新媒体环境下新闻编辑舆论引导功能研究

朱小翠 著

责任编辑 李海燕

封面设计 续设计

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 杭州中大图文设计有限公司

印刷 浙江云广印业有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 12.25

字数 227 千

版印次 2014 年 12 月第 1 版 2014 年 12 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-308-14120-8

定价 36.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcbcs.tmall.com>

目 录

第一章 导论	1
第一节 研究的缘起	1
第二节 概念的界定	5
第三节 研究的意义	10
第四节 文献综述	12
第五节 研究现状	20
第六节 创新点和难点	23
第二章 新媒体环境下的新闻编辑	25
第一节 新闻编辑的功能转型	25
第二节 新闻编辑的功能拓展	36
第三节 媒介公信力重塑中新闻编辑的作用	49
第三章 新媒体环境下的舆论	62
第一节 新媒体环境下的舆论特点	62
第二节 新媒体舆论系统的构成	72
第三节 新媒体舆论的组织行为	78
第四章 新闻编辑舆论引导的信息论	89
第一节 新媒体信息传播的新格局	89
第二节 新闻编辑对舆情信息的认识	104
第三节 新闻编辑对舆情信息的管理	114
第五章 新闻编辑舆论引导的群体论	124
第一节 关于群体、社会认同和组织认同	124

第二节	群体社会认同的心理过程与新闻编辑的群体舆论引导·····	132
第三节	从群体社会认同的动机看新闻编辑的舆论引导·····	144
第六章	新闻编辑舆论引导的媒介生态论·····	155
第一节	舆论生态的整体观与新闻编辑的舆论引导·····	155
第二节	舆论生态的互动观与新闻编辑的舆论引导·····	168
第三节	舆论生态的平衡观与新闻编辑的舆论引导·····	180

第一章 导 论

新闻编辑是人类有信息以来就一直存在的重要角色,随着新闻信息传播方式的不断发展,信息容量的不断扩大,新闻编辑在信息处理和舆论引导方面的作用日益凸显。在新媒体环境下,舆论的社会影响日益成为人们关注的焦点,新闻编辑的功能开始从新闻信息把关、守门的位置向新闻信息全局把握的中心位置转变,新闻编辑处于国家舆情监测、控制和舆论引导的关键地位。关于新闻编辑舆论引导功能的研究林林总总,本书将从新媒体环境下,新闻编辑功能转型的视角,初步探讨新闻编辑舆论引导方式的变化。

第一节 研究的缘起

一、为什么要对新闻编辑的舆论引导功能进行深入研究?

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第34次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2014年6月,中国网民规模达6.32亿,这个数字还在不断增加,新媒体环境下的舆论阵地在不断扩大,谁都无法忽视。阵地决定存亡,舆论左右兴衰,不日新者必日退,只有正视新媒体的舆论引导,唤起“阵地不能丢”的忧患意识,挺身而出,行使话语权、掌握主动权,正确引导主流舆论,才能为宣传思想工作赢得新的起点。新闻编辑在舆论引导的阵地上,发挥越来越重要的作用,新闻编辑做到“守土有责、守土负责、守土尽责”,将有助于增强社会主义意识形态的吸引力和凝聚力。

对新闻编辑的舆论引导功能的研究,是在新媒体环境下,新闻编辑功能发生多样变化的情况下展开的。那么,什么是新媒体呢?新媒体(new media)一词是1967年由美国学者戈尔德马克率先提出的。这一时髦单词提出之后,接踵而来的问题就是:什么是新媒体?如何界定新媒体?时至今日,可以说仍旧没有人能够给出一个明确的答案。对于这种学术畏途的产生,英国学者理查德·厄豪尔

斯曾分析过这样三个原因：“首先，这是一个极具变化的领域，即使最时兴的研究，到它成熟时就已经可能过时了；其次，这是一个全新的领域，所以已经树立起来的重要文本和经典文本还很少；第三，甚至是‘新媒体’的定义还有待解决。”^①

新媒体环境下的新闻编辑，其工作的复杂性主要是由于它的变化性决定的，今天的新闻编辑的功能与传统意义上的新闻编辑的功能已经发生了变化，新媒体的融合，使不同媒体之间相互交融，彼此互动，报纸编辑、广播编辑、电视编辑等这些相对独立的传统媒体编辑形式，如今已融合于网络平台上，新媒体环境下的新闻编辑，可以统称为网络新闻编辑，它具有多样共适的特点，拥有新的工作模式和新的工作方法，自身的功能不断扩展，舆论引导的方式也出现了变化。新闻编辑的舆论引导功能，将极大地影响新闻传播的方向和效果。“新闻编辑是新闻媒体的‘心脏’，为媒体的正常运转提供新鲜血液。”^②所以对新闻编辑舆论引导功能的研究十分必要。

以往人们对新闻编辑的研究主要倾向于对新闻编辑“实务操作”功能的研究，如标题的设计、内容的修改、图片的处理、版式的设计等，涵盖编辑流程的各个环节，有较强的操作性。本书在跨学科的基础上，将多学科知识和理念有机融合，从社会学、心理学、政治学等角度，探讨了新媒体环境下新闻编辑的舆论引导功能。在宏观和中观研究的基础上加强其微观研究，深化了对编辑工作的理论探讨，强化了对编辑技术的理性思考。

本研究试图寻找到舆论引领的关键所在，明确舆论引导的职责与范围，对舆论引导提供一孔之见。

二、新闻编辑舆论引导功能研究的核心问题是什么？

新媒体环境下，新闻编辑舆论引导功能的变化成为本书研究的核心问题。新闻编辑一直以“把关人”的形象存在于新闻传播领域。然而在新媒体环境下，新闻编辑的功能发生了前所未有的变化，新闻编辑成为新闻的最后调控者，真正的“新闻观察员”、“信息过滤网”和“媒介管家”。新闻编辑的外部空间迅速扩展，新闻编辑室中媒体技术高度融合，新闻编辑自身全媒体功能不断完善，促使新闻编辑从不同角度、不同层次、不同构架中，通过采用多维的视角去观察、研究和分析新闻，把多样的新闻进行筛选组合，以全新的组织形式发布，在舆论引导中有效地推动社会政治、经济、文化的大发展。

新闻媒介，作为社会成功运行的关键所在，是民意交流的主要平台，新闻媒

① 桂钰涵. 新媒体存在的问题及解决对策——以互联网为例. 今传媒, 2014(4): 114.

② 陈雪奇主编. 现代媒体编辑. 成都: 四川大学出版社, 2006: 22.

介致力于为政府和社会群体营造一个对话的空间,他们可以在此讨论议题并形成意见,对公共权利的运作提供有效的参考。舆论作为社会群体的意见,在民主政治中发挥着重要的作用,新闻舆论具有快速、及时、广泛的特点,具有强大的影响社会的力量和无法比拟的传播民意的优势。新闻编辑通过报纸、广播、电视和网络,把每天在社会环境中那些我们无法直接经历的事件与变化,通过日复一日的筛选、斟酌与编辑,形成当前人们对重要事件的认识。政策制定者们通过观察社会舆论的影响,决定应该作出怎样的决策,并通过舆论,判断最终的决策是否被认可。新闻编辑往往会引导社会群体意见的展示,以此来配合国家发展的需要;新闻编辑也可以根据群体对媒体的具体要求,选取适合的新闻材料进行传播,为群体参政议政提供机会。正确的舆论引导,将成为社会群体意见与公共权利运行的共鸣器。

舆论引导是新闻编辑为社会群体的意见进行议程设置的过程,新闻编辑来自新闻媒介的信息,组织成适合国家政治制度体系的言论,这些经过组织的信息经历时间反复,新闻报道中强调的舆论重点就会被公众关注、思考,并作为最重要的政治观点被群体所接受。

新媒体环境下,纸质媒体、广播媒体、电视媒体等多种媒体从各自分离的状态走向网络平台,走上了数字化发展的道路。新媒体这个礼物犹如潘多拉的魔盒,它继续能给我们带来什么我们现在还无法预知。正如尼葛洛庞帝说:“在广大浩瀚的宇宙中,数字化生存能使每个人变得更容易接近,让弱小孤寂者也能发出他们的心声。”^①当每个人都拥有表达平台的时候,各种政治力量、经济实体、社会群体开始积极地参与到舆论的传播中,新闻编辑的职业功能也在经历着快速的磨损和重新的组合,网络社会对新闻编辑的需求比以往任何时候都显得更为紧迫。

三、新媒体环境下新闻编辑舆论引导的关键是什么?

在新媒体环境下,新闻编辑舆论引导的关键在于“巩固壮大主流思想舆论,弘扬主旋律,传播正能量,激发全社会团结奋进的强大力量”。新闻编辑通过对舆论进行思考、规划、决策,与不同媒体之间戮力合作,取得和谐一致的舆论观点。并且在文化观、道德观、价值观等方面,促进各个媒体的舆论平衡。新闻编辑通过挖掘报纸、广播、电视、网络、手机等媒体传播信息的特点,在人们需要的时间地点提供新闻信息,通过不同的信息平台把不同的意见观点传输给不同的受众群体。新闻编辑在新媒体时代承担着舆论引导的重大责任。

^① 尼葛洛庞帝. 数字化生存. 海口:海南出版社,1997:7.

新媒体时代的到来,并没有动摇新闻报道的本质,而是新闻报道获取的渠道发生了本质的变化。新闻信息的传输更趋于漂移性、多元性、丰富性、互动性,人们对新闻信息的需要,媒体间的相互竞争,政府给媒体的政治压力,新闻信息发布的日益便捷,以及社会变革,媒体技术的快速发展,使新闻舆论的引导出现了前所未有的状况和模式。因而新闻编辑的舆论引导,更需要从媒介融合的视角探索新的方式方法。

新闻编辑既是新闻信息的主要发布者,同时也是新闻舆论引导的主要参与者。新闻编辑通过对新闻信息的发布对公权力的运行起到一定的调节作用,有效维护法制的民主和司法的公正,维护公民的合法权利。新闻编辑使新闻信息的发布的公开、透明,可以消除公众对公权力运行中存在的怀疑和隔阂,增强社会群体对国家政权的信任。

社会群体作为新闻信息的接受者和发布者,是新闻编辑舆论引导的主要对象。随着新闻信息发布的海量、社会群体价值取向的多元化,生活诉求的多样化,社会群体的主体意识不断增强,新闻的议题从生活、娱乐转向政治。社会群体参与政治议题的新闻频度增多,深度不断拓展,分散的个体通过融合的媒介彼此互动、积极回应,他们对社会的影响和作用日益强大,因而新闻编辑的舆论引导工作,不仅仅是一项技术性的工作,而是一项内涵丰富、需要不断创新的工作。

政府机关作为国家公权力的主要代表,是新闻舆论方向的主要操控者。“舆论推动媒介议程的作用微乎其微。政治家与精英们在设置着这一议程。就这一点而论,新闻中的政治报道通常只关注政治家们的所作所为就可以了,而没有必要去关注那些人们想要政治家所做的事。”^①新闻舆论的引导,是以政治制度的发展为转移的,政治制度的发展,决定了新闻舆论的导向。

四、新闻编辑的舆论引导有哪些功能?

新闻编辑舆论引导的功能模型,是一个不断改善的模型。“美国功能社会学家默顿认为,任何有利于一个社会系统的适应与调整的结果,皆谓之为功能,相反,任何阻碍社会系统的适应与调整的结果,皆谓之为反功能。还有的学者把社会系统中参与者所企求或寄望的社会功能,称为显著功能(manifest function),把社会系统中的参与者不了解或未企求,但仍存在于社会者,称为隐性功能

^① [英]斯图尔特·艾伦著. 新闻业:批判的议题. 纪莉,石义彬译. 武汉:武汉大学出版社,2011: 107.

(latent function)。”^①新闻编辑舆论引导的功能是隐性功能与显性功能的交叉综合、皆而有之的功能。新闻编辑通过对群体表达出来的企求或寄望通过政府导向、角色分层、信息梳理,使群体意见得到充分的展示和有效的引导。

第二节 概念的界定

一、隐喻

纽约学派的尼尔·波兹曼是媒介生态学真正的开山之父。他在读研究生的时候,就遇到了当时还不太出名的英文教授麦克卢汉。他从麦克卢汉的“媒介即讯息”发展出“媒介即隐喻”的论题,认为媒介用隐蔽而强大的暗示来“定义现实世界”。媒介的形式极为重要,因为特定的形式会偏好某种特殊的内容最终会塑造整个文化的特征。^②

在组织理论中,隐喻是指我们通过研究某个与组织“类似”的物体来了解组织本身(Morgan,1986)。例如:我们也许会同意“组织像块比萨饼”的说法,因为它具有人(面粉)、传播(揉面所需的水分)和目标(使生面团发酵的酵母)。虽然这个特定的隐喻有些离奇,但任何隐喻都可能指出组织运作中容易被人忽视的方面。隐喻有时也对某些方面轻描淡写,不予强调,也就是说,隐喻只是“片面地观察”组织的结果,它可能强调或弱化组织的某些重要方面。^③

对隐喻的研究,从亚里士多德的《修辞学》开始,已经持续了两千多年。亚里士多德认为:“隐喻可以使风格富于装饰意味而不流于平凡,可以使文体庄重而有分量。”^④他还论述道,“隐喻能使人们不费劲就有所领悟,有所认识,这对人们来说是件愉快的事。奇字不好懂,普通的字意思又太明白,所以只有隐喻表达最能产生这种效果。”^⑤

莱考夫和约翰逊(Lakoff & Johnson)指出,“隐喻普遍存在于我们的日常生活中,不但存在于语言中,而且存在于我们的思想和行为中。我们赖以思维和行

① 胡正荣. 传播学总论. 北京:北京广播学院出版社,1998:152.

② 单波,王冰. 西方媒介生态理论的发展及其理论价值与问题. 新闻与传播研究,2006(3):6.

③ [美]凯瑟琳·米勒(Katherine Miller). 组织传播. 袁军等译. 北京:华夏出版社,2000:4.

④ 亚里士多德. 修辞学. 北京:三联书店出版社,1991:150.

⑤ 亚里士多德. 修辞学. 北京:三联书店出版社,1991:176.

动的一般概念系统,从根本上讲是隐喻的。”^①正如布尔迪厄的“场域”理论所言,媒介作为社会各种话语交错的竞技场,对于话语文本生产、流通、消费的争夺充满“隐喻”^②。如何制作出和政策相吻合的新闻,这就需要新闻的隐喻,沃伦·布里德在《新闻编辑部里的社会控制》中指出,“没有一个人进报社前被告知政策是什么,进了报社也没有这方面的培训,但除了新进人员,却没有一个人不知道自己报纸的政策是什么。原因何在?用从业者自己的朴实解释,是“潜移默化”的熏陶。按布单德的理论化表述,则是从业者被“社会化”的结果。^③

在舆论学的开山之作《公众舆论》一书中,李普曼认为,在大众传播极为发达的现代社会,人们的行为与三种意义上的“现实”发生着密切的联系:一是实际存在着的不以人的意志为转移的“客观现实”;二是传播媒介经过有选择地加工后提示的“象征性现实”(即拟态环境);三是存在于人们意识中的“关于外部世界的图像”,即“主观现实”。人们的“主观现实”是在他们对客观现实的认识的基础上形成的,而这种认识在很大程度上需要经过媒体搭建的“象征性现实”的中介。经过这种中介后形成的“主观现实”,已经不可能是对客观现实“镜子式”的反映,而是产生了一定的偏移,成为了一种“拟态”的现实。对于大众来说,媒介是信息发布渠道,是他们虚拟环境的来源,因此,媒介常常成为操纵、劝服和制造舆论的工具。^④这一观点也为后来新闻用隐喻的手法引导舆论奠定了理论基础。

美国传播学者沃伦·布里德在拟态环境的基础上提出“潜网”概念,他认为任何处于特定社会环境中的传播媒介都担负着社会控制的职能,而这类控制往往是一种潜移默化、不易察觉的过程,用一个形象化的词来概括就叫“潜网”。处于“潜网”中的受众,他们对客观现实的认识、对环境的监测,都是基于媒介提供的“象征性现实”,并在潜移默化中受其影响。^⑤“潜网”概念和“隐喻”的概念在舆论引导中有异曲同工之妙。

二、隐喻引导

随着新媒体技术的发展,运用隐喻的方法来引导舆论,重视舆论引导的艺术性、科学性和实效性已经成为互联网环境下新闻编辑对公众表达的进行控制和

① 张春楠.对隐喻基本运作方式的再解读——基于“外延内涵传承说”.当代外语研究,2013(6):12.

② 付红珍.区域文化与区域刻板印象的心理学研究范式.社会心理学,2010(5):14.

③ 黄旦著.传者图像:新闻专业主义的建构与消解.复旦大学出版社,2005:191.

④ 李艳.“拟态环境”与“刻板成见”——《公众舆论》的阅读札记.东南传播,2010:86.

⑤ 王淑伟.选择性报道视阈下的媒体舆论导向——从媒体报道“老人倒地”事件说起.新闻爱好者,2012(2):30.

影响的有效途径。隐喻引导的运用既是对群体主体性的尊重,又是对舆论客体性的厚重描述。今天很多西方国家利用互联网输出西方的文化,用隐喻的引导让年轻一代产生对西方的政治、文化、科学和技术的崇拜,“互联网的跨国界、匿名性、互动性等特点,设置议程、制造新闻框架、制造敏感话题,试图把新一代的年轻人培养成‘智能化暴民’,通过互联网兵不血刃地输出暴力(输出思想和舆论),在一些国家制造政权更迭的大乱局。”^①今天的新闻媒介早已不知不觉地融汇在互联网中,人们运用新媒体就像人们需要水和空气一样,须臾无法分离,我们已经在网络造就的媒体世界中,要么自投罗网,要么网罗其中,新媒体都编织在大数据之中,隐喻引导的广泛运用已经融汇在舆论引导中,隐喻成为对群体进行舆论引导的重要方法。

三、组织

“长期以来为了达到某一特定目标而结成群体。这些具有特定目标的群体就是组织。组织就是精心设计的以达到某种特定目标的社会群体。”^②

所有的社会群体其存在的价值就是要努力实现自己的目标,即使有时每个人都有各自独立的目标,但是在组织中,目标却是明确地、清晰地表达出来了,并且总能得到组织成员的充分理解。新闻编辑在组织传播的系统中,对新闻信息的处理有其明确的目标和高度的理性,这些目标有新闻集团的共同的目标,也有编辑本人的新闻理想。

“戴维·波普诺认为,除了清晰陈述的特定目标以外,一般说来组织还具有下列基本特征(埃斯欧尼和莱曼,1980):

第一,为了更高效地达成群体目标而进行的劳动分工和权威的分配;

第二,权力相对集中在领导或者执行主管手中,他们使用权力控制组织成员活动并将它们导向组织目标;

第三,组织中成员不是固定的,这使得组织可以超越某一特定成员而生存;组织成员死亡、辞职、退休或者解雇时,可以用常规性的方式来加以替补。

许多群体并不都会具有所有这些特征。家庭通常就不被看作是一个组织,因为它的成员不可能按照惯例替补,而且它也没有特定的目标。一个朋友群体,即使他们之间具有极强的模式化联系,也并不是一个组织,因为它缺少明确的

^① 李希光,郭晓科.网络治理与国家认同.中国党政干部论坛,2014(5):19.

^② [美]戴维·波普诺(David Popenoe)著.社会学(第10版).李强等译.北京:中国人民大学出版社,1999:189.

目标。”^①

新闻编辑部这一组织机构中,新闻编辑都有明确的分工,有具体负责的栏目和板块,有部门的主管和领导,有其明确的导向和组织目标。社会学家把这类特殊的组织结构称作科层制。在现代的新闻传播环境中,科层制依然是十分流行的模式。在20世纪早期,马克斯·韦伯对科层制进行了经典性分析。韦伯认为,理性化是现代世界的主要社会潮流——经由这一过程,陈旧的、传统的社会组织方法被大量明确、抽象、正式的规则和程序所逐渐替代。

在新闻编辑部的组织内部,为了实现组织目标,即吸引更多公众注意以提高信息回报,同时能够更好地引导公众的舆论,以推动社会高效健康地发展。新闻编辑部有相对集中的领导机构,下级接受上级的指挥,组织内部有严格的规定和纪律,组织成员具备专业技术资格,自愿服从共同的信仰体系。

四、组织认同

组织认同是指组织成员在行为与观念诸多方面与其所加入的组织具有一致性,觉得自己在组织中既有理性的契约和责任感,也有非理性的归属和依赖感,以及在这种心理基础上表现出的对组织活动尽心尽力的行为结果。

组织认同的人是被组织本身所吸引而聚集在组织周围,而不是以组织成员之间个人特性的相似、相互依赖或交换而形成的人际关系所吸引。它的产生与变化,受制于多方面内外因素的影响。

新闻编辑通过对舆论的隐喻引导,实现社会群体对社会组织的认同,由此社会群体产生强大的凝聚力,对于社会的发展、民族的团结、国家的壮大具有积极的推动作用。

施拉姆认为:“讯息本身并无含义,除非是人使之有含义。因此,我们研究传播时,我们也研究人——研究人与人的关系以及他们所需的集团、组织和社会关系;研究他们怎样相互影响;受影响;告知他人和被他人告知;教别人和受别人教;娱乐别人和受到娱乐。”新闻编辑处于社会传播的大系统中。新闻编辑要实现群体的组织认同,就必须对组织关系进行深入的研究,组织关系和顺时,就会产生和谐性;组织关系不顺时,就会产生误解有时是敌对。^②

组织认同的概念,最早出现于西方的管理学领域,1958年,March和Simon在他们发表的论文中,提出了第一个详细的组织认同的模型。到20世纪80年

^① [美]戴维·波普诺(David Popenoe)著. 社会学(第10版). 李强等译. 北京:中国人民大学出版社,1999:190.

^② [美]威尔伯·施拉姆·威廉·波特著. 传播学概论. 陈亮等译. 北京:新华出版社,1984:4.

代, Albert 和 Whetten(1985)以及 Ashforth 和 Mael(1989)等重要论文的发表,组织认同的研究逐步走向深入。组织认同的研究来源于心理学、社会心理学、社会学等学科,“组织认同其实就是组织成员以组织为中心寻求一致性的心理过程。”^①

组织认同可以产生强大的凝聚力。“正是成员对组织的认同,而不是其他的东西赋予了组织强大的力量,以保证众多成员协调行为,完成组织目标。因此,在过去二百年中,组织认同在现代组织的兴起过程中发挥了主要作用,并使它们在与传统市场机制的竞争中取得成功。”^②

组织不能行动,组织中的人才可以行动,在不同的组织环境中,人们的活动会产生相互的影响。组织使我们有工作的机会,给我们提供物品和服务,构成我们所创造的环境的主体,有时还会改善整个团体的结构。“如果我们毁掉了地球,原因并不能归结到科学技术或武器装备上去,应该是因为组织的无效而导致的毁灭。”^③

“集体行动要比个人的独立行动能够获得更多的成果,人类同地球上的许多其他生物一样,是社会动物。我们从有组织的行动中获得精神上的满足和收益。组织在纳新时及其他的宣传资料上,都希望你认为他们是‘一个幸福的大家庭’,大家朝着共同的目标而努力,每个人都是足球队员,朝着共同的球门射门,当然,组织是没有目标的,人才有目标。”^④

新媒体的出现,使很多新闻信息以无序化状态出现,新闻编辑对新闻信息管理的难度加大,新闻编辑对新闻信息“管理的本质,说到底就是要让‘组织’中所有的‘人’,朝统一的战略目标或方向作出努力”^⑤。

新闻编辑通过对公民记者、草根播报者、受众等心理与行为规律的把握,以间接的方式促成媒介组织成员积极投身媒介组织活动,最终保证媒介组织达到组织目标。只有充分调动起媒介组织成员对媒介组织的认同,媒介组织管理的整合才会真正有效,也才能真正达到管理的目的。

社会每个部分的存在都具有某种功能,或是对某个需求的满足具有一定的

① 王彦斌著. 中国组织认同. 北京: 社会科学文献出版社, 2012: 61.

② [美]赫伯特·西蒙, 杨雪冬译. 今日世界中的公共管理: 组织与市场. 经济社会体制比较, 2001(5): 57.

③ [英]戴维·布坎南, [英]安德杰·赫钦斯盖著. 组织行为学(第五版). 李丽等译. 北京: 经济管理出版社, 2011: 8.

④ [英]戴维·布坎南, [英]安德杰·赫钦斯盖著. 组织行为学(第五版). 李丽等译. 北京: 经济管理出版社, 2011: 9.

⑤ 王彦斌著. 中国组织认同. 北京: 社会科学文献出版社, 2012: 56.

影响力。新闻编辑就是这样,通过在信息系统中实施其影响,有效引导舆论的发展方向。新闻编辑考察社会系统中新闻传播的现象,梳理新闻信息的相互联系,判断新闻信息的价值,引导人们对事物作出正确的判断。新闻编辑的行动参考框架,存在于隐喻的引导之中。然而作为信息符号控制者的新闻编辑,其行为的存在如帕森斯在《社会系统》一书中所说的:“有三类:社会的(存在于互动之中的自我与他者),物理的(行动的手段和条件),文化的(文化传统、理念和信仰中的象征部分)。”^①社会的、物理的、文化的要素,成为新闻编辑舆论引导必须具备的基本条件。

第三节 研究的意义

一、理论意义

新闻舆论的引导工作是传播先进的社会思想,凝聚正确的社会共识,服务党的中心工作,解决好执政党意识形态领域的正确引领,促进社会健康发展的重要工作,是关系到党和国家前途和命运的思想工程。然而当代社会信息发达,新闻编辑却严重缺失,由此引发社会新闻舆论的春秋局面,新闻编辑舆论引导功能仍有待发展完善。新闻编辑舆论引导功能研究的核心问题,就是从微观的视角探讨在传统媒体与新媒体融合的背景下,新闻编辑功能拓展的问题。这是一个传统的课题,又赋予了时代的新意。在人们对新闻舆论进行宏观调控不断深入的今天,以崭新的视角来探讨新闻编辑的舆论引导功能,为新闻编辑的媒介社会功能研究提供了全新的视野。

把新闻编辑作为舆论引导的主要操作者之一,是在传播学框架下,对新闻编辑功能进行深入研究的一个重要部分。我们从不同的维度、不同的层面,以不同的方法和路径,研究一个创新的课题,这对于推动新闻编辑思想文化的建设,挖掘新闻编辑学术研究的深度,探寻新闻编辑舆论引导结构的发展,都具有十分重要的理论意义。

二、实践意义

第一,提高新闻信息的传播功效。新闻编辑常常可以把杂乱的、甚至是无意义的新闻信息建构成具有广泛影响力的新闻作品,把原来媒体中的零散碎片,在

^① 谢立中主编. 西方社会学名著提要. 南昌:江西人民出版社,2005:155—157.

新的价值观念下重新组合,展现出新的媒介观念和舆论导向。体现出深隐于新闻作品背后新闻编辑的舆论引导思想。面对多渠道、大批量、高速度的新闻信息的传播,新闻编辑通过多种传播手段,掌握新闻信息的主导权,引导舆论方向,赢得广大受众的信任。对于任何破坏传统、瓦解经典、扰乱社会的新闻信息给予严格的控制,提高新闻信息的传播功效。

第二,凸显新闻编辑舆论引导的作用。新媒体的不断涌现,使文化传播方式出现了前所未有的改变。融合的媒体打破了传统媒体交流的单向性、缓慢性、片面性,舆论一律性,形式呆板的特点。新媒体快捷、互动、信息量大,难以被少数人控制,在信息的汪洋大海中,人们更依赖新闻编辑对信息进行筛选、甄别、排序、组构,从而减少自己获取信息的时间和成本。这也为新闻编辑舆论引导的功能拓展提供了广阔的空间。

第三,加强网络公共空间的舆论引导。新媒体的不断融合,促使网络公共空间迅速扩张,去中心化、大众化的网络公共空间结构,使群体行动具有更多的自主性和动员力,增加了新闻编辑舆论引导的难度。新闻媒体常常不惜以牺牲其政治与公共事务内容为代价,迎合消费集体的娱乐和消闲需要,正如美国传播学者施拉姆所说,即时报偿新闻(如腐败、事故、灾难、漫画、体育、娱乐、社会新闻和人情味故事)不断排挤延期报偿新闻(如公共事务、社会问题、经济事件、教育和健康),市场上出现享受昂贵的专门化信息和文化服务的信息富人和接受日益同质化的大众性娱乐服务的信息穷人。网络公共空间的博弈日益频繁,新闻编辑成为网络公共空间组织(政府)与群体之间达成共识的重要桥梁。

第四,促进“新闻编辑中心制”的重塑,发挥舆论引导职能。在所有媒体中,新闻编辑都起着至关重要的作用。在报社,审稿编辑会根据记者提供的报道,确定新闻的价值及发布的渠道。广播电视的新闻编辑,可以叫编导,也可以叫剪辑师,他凭借着健全的新闻判断力、创造力和舆论引导力,以高级的制作工作生产新闻作品。以数字媒体为编辑对象的人,叫网络编辑,他们制作和改编在线新闻。媒体的融合,新闻信息的无序化生产,使新闻编辑的舆论引导出现了主体的多元化、内容的碎片化、传播的即时化,从而推动了新闻编辑的功能重塑。新闻编辑成了新闻信息的主导者,新闻报道修改的语言专家,平衡文字图片音频视频的设计专家,新闻编辑通过对新闻信息行使主导权,很好地发挥着舆论引导的功能。

第五,引发人们对新闻编辑舆论引导功能的重新思考。在传播格局中,新技术积极改变着新闻媒体和新闻受众,新闻媒体经过多年建立起来的把关制度和制衡原则逐步被新媒体所采用。传统媒体建立起来的新闻标准和设计理念,也逐步受到新媒体编辑的青睐。变化虽然是新闻编辑必须面临的环境,但是每位

优秀的新闻编辑都将继续依赖自己已经带到新闻工作中核心的编辑技能来应对各种变革。新闻编辑会清晰地确定舆论引导的方式。

第四节 文献综述

今天当人们看到新闻就会认为它是隐含的舆论，新闻编辑就是隐含舆论的创造者，当这种隐含的舆论得到政府组织和社会组织的认同，对社会发展产生影响，新闻的价值就会得到充分的体现。

一、我国新闻编辑的发展过程

新闻编辑工作作为编辑工作的子系统，与编辑工作有许多共通的原则。编辑是一门很古老的学问，只要有记载的史实，便需要编辑。中国殷商时期的甲骨册典是世人已知的数量最大、内容最丰富的文化媒体，距今已有 3000 多年历史。甲骨文献中就有关于编辑活动的记载。甲骨版面的编辑规范和艺术水平令世人惊奇、敬佩。

最古老的编辑人就是史官。孔子作春秋“笔则笔，削则削”，这种精神，是当时最新颖的编史之法，并引为今天编辑从事编辑工作的最高情操。

到春秋时期，老子、孔子等诸子用文字载体著书立说，重新整理编纂三代遗存的典籍，特别是老子的《道》《德》二经和孔子编订的《诗》《书》《礼》《乐》《易》《春秋》“六经”（或称“大六艺”），形成一种媒体结构系统流传下来，成为中华民族建立大国体制的主流文化传统。秦相吕不韦，聚养学士，编纂并校讎《吕氏春秋》，是一桩巨大的系统编书工程，也是一次较大的媒体创构活动。汉朝设置专门编校图书的国家机构，任命刘向、刘歆等负责搜集整理古书，研究各家学派的经典版本与诸子百家著作，并校讎抄录行世。造成庞大的经、史、子、集等图书结构。经过唐宋大规模编辑丛书、类书、教材、工具书，使用抄写与刻版印刷技术广为传播，中国的编辑活动开始形成一种文化职业活动，直至明清时期，编书业依然繁盛。其规模之大，令世界惊讶。^①

在中国，最早出现“编辑”一词，是《南史·刘苞传》。该书写道：“刘苞，少好学……手自编辑，筐筐盈满。”不过，因当时印刷技术尚未发明，这里所说的编辑，是指对于手抄本的补充和校正，也常有整理的意思。后来雕版术发明，有了出版事业，宋雍熙三年（公元 986 年）“翰林学士宋白上《文苑英华》……；遂今编辑，上

^① 荆溪人. 新闻编辑学. 台北:台湾商务印书馆,1979:1.