

解析

中国新闻传播学

陈力丹 著

上海交通大学出版社

JIEXI ZHONGGUO XINWEN CHUANBOXUE

解析中国新闻传播学

陈力丹 著

上海交通大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

解析中国新闻传播学/陈力丹著. —上海:上海交通大学出版社,2006

ISBN 7-313-04220-5

I. 解… II. 陈… III. 新闻学:传播学-研究-中国-文集
IV. G219.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 005522 号

解析中国新闻传播学

陈力丹 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 张天蔚

立信会计出版社常熟市印刷联营厂印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm×960mm 1/16 印张: 19 字数: 358 千字

2006 年 3 月第 1 版 2006 年 3 月第 1 次印刷

印数: 1~4 050

ISBN 7-313-04220-5/G·775 定价: 29.00 元

版权所有 侵权必究

写在前面

本书主要面向在读的新闻传播学硕士研究生和博士研究生,以及准备报考研究生的本科生,还有新设新闻传播学专业教学点的高校青年教师。

随着新闻传播学专业本科教学点的迅速增多(现在全国有教学点 660 个,遍布 500 所高校)、新闻传播学硕士生教学点和博士生教学点的批量增长,新闻传播学的研究生和高校青年教师对于了解本学科教学和科研成果的需求大增。于是,中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等的教授们的教学和科研成果,具有了规模化的社会需求。本书即应这种社会需求而编辑。

我于 2004 年出版了 1980~2003 年的自选集。出版半年后即第二次印刷。由于截至时间为 2003 年下半年,最近两三年不断有学生来找我讨要最新发表的文章,我花费了较多的精力用于回复。承蒙上海交通大学出版社出版此书,从而可以减轻这方面的负担了。本书主要从 2003 年下半年至 2005 年上半年写的文章中选出一小部分,按照章节的形式编排,形成现在的样子,目的是让研究生们对最近我国新闻传播学的研究有一种较为前沿性的了解。

根据 CSSCI(南京大学中文社科数据库)的数据,我 1998~2003 年在全国新闻传播学界发表论文数量居第一位(66 篇),被引证次数居全国学界同行第二位(127 次);根据 CNKI(中国期刊网)的数据,我 1994~2004 年的论文发表量居全国新闻传播学界第一位(263 篇),引证篇数居全国学界同行第二位(365 篇次)。我最近几年写的文章涉猎面较广,从理论到业务,较为注重从现实发生的情况出发说明问题,因而,本书的内容对青年读者可能会有直接的参考价值。

本书划分为 14 章,从学科最近两年的研究概述,到新闻理论的各种话题、媒介经济、新闻职业精神和规范、传播学、现实新闻改革的各种话题,到新闻业务研究,分布较为均匀。

这里特别说说最后一章“读书与治学”。由于扩招,教授们直接指导学生的时间有限,因而研究生的自学现在显得特别重要。这章提供了学习的基本书目和学习方法,提倡严谨治学。

我多年来习惯于自己个人写东西,但是现在不得不改变这种惯例,很多情况下成了我出话题和思路,让学生先写第一稿,然后自己逐句修改返回到学生那里。几个来回后,有的文章很成功,结果是双赢;但也有的文章连修改的基础也没有,问题在于有的学生的知识积累太浅,科研能力有待提升。望同学们不要把宝贵的二三年学习时间荒废了,在学习期间奠定未来发展的基础。

这本书是以最近两年内写的文章为基础编选的,一个人在近期内为了不同的需要写稿,思维相近,因而个别地方有所重复,但通常切入角度不同。为了文章的完整性,除了一处,没有删除其他重复的地方。

从2003年起,我从新闻传播学研究岗位转到教学岗位,教学和科研的负担:都很重。回顾这几年,虽然写的东西似乎还是很多,但是文章越写越短,像样的学术论文不多了,过多的事务使得我无暇深入思考问题。谁也不可能总是独领风骚,我寄希望于年轻的一代能够多出好文章,超越前辈。

陈力丹

2006年2月2日子北京时雨园

目 录

第一章 新闻传播学研究概述	1
2004 年新闻传播学研究的 12 个新话题	1
关于新闻理论研究的 6 点意见	13
第二章 新闻传播学与当前政治	17
论大众传媒与先进文化	17
论传媒与构建和谐社会	24
第三章 认识新闻	30
新闻≠宣传	30
深刻地理解“新闻”	32
第四章 新闻真实	36
论传媒对科学的误读	36
传媒报道应该是客观存在的事实	43
第五章 记者采访权	50
采访权是公民言论自由权的延伸	50
论记者享有的“无过错合理怀疑权”	55
第六章 信息公开制度建设	59
从信息传播角度对处理“非典”疫情的思考	59
健全对新闻发言人制度的监察和限权机制	76
新闻法治建设需要厘清的几个问题	81

第七章 新闻观念与体制改革	86
最近治理党政部门报刊对我国报刊体制改革的启示	86
试论党报工作传统的调整	94
党报思想与时俱进的发展是我们的基本经验	105
党报头版头条要有新闻	111
与时俱进、实事求是地考察马列主义新闻和传播观点	115
第八章 新闻职业精神与职业规范	130
内化传媒人的职业精神和工作规范	130
遏制市场逻辑在新闻报道中的张狂	138
“非典”报道与生命权意识	141
更正与答辩	144
记者职业行为的边界	152
关于记者暗访和偷拍问题的访谈	159
第九章 传媒形态与社会结构	170
试看传播媒介如何影响社会结构	170
电视使中国人的生活发生了巨大变化	174
教授走进电视直播间的学理追问	181
第十章 传播学新论	186
试论传播学方法论的三个学派	186
试论人际关系与人际传播	202
传播的“禁果效应”	212
放弃交流的幻想	214
第十一章 传媒经济	216
境内外传媒的市场态势及应对策略	216
关于媒介经济的 15 个问题	221

强势报纸应当强在哪里·····	229
第十二章 新闻报道创新 ·····	232
深度报道的深度与存在的问题·····	232
加入 WTO 条件下我国的经济新闻如何深化·····	236
给出事实的经济学意义·····	244
第十三章 看世界同行 ·····	246
站在世界的视角观察新闻传播的历史·····	246
第十四章 读书与治学 ·····	249
享受阅读·····	249
记者与读书·····	251
给新闻传播学本科新生推荐的 5 本书·····	256
影响我人生之路的 5 本书·····	257
不要在新闻学论文中乱用“异化”概念·····	259
伪学术为什么会被传媒捧上天·····	261
附录 新闻传播年表 ·····	265

第一章 新闻传播学研究概述

2004 年新闻传播学研究的 12 个新话题

已经过去的 2004 年,虽然没有像 2003 年那样发生较多的涉及新闻传播的重大事件,但是社会变迁依然对我国传媒提出了一系列新问题,要求新闻业界不断改革创新,要求新闻传播学界作出理论解释。这里谈到的话题也许不能完全概括这一年的新闻传播学研究的全景,但是值得读者关注。

一、两个新闻从业人员的调查报告发人深省

2004 年发表了不少有关新闻传播的各类抽样调查报告,见多了,就有可能被忽略掉什么,但是有两个报告让人难以忘怀。

中国最大的商业网站新浪网进行的《媒体从业人员生活状况调查》,披露了 2003 年新闻传媒从业人员的生活状况,尽管网上调查(单项最多的有效问卷 1717 份)难以代表整体,但是调查的结果还是不能不让人震惊。被调查的新闻从业人员中 43% 没有任何劳动合同,没有工资,没有工作证,没有记者证,没有社会保障。他们中享受病假的仅占 10%,享受产假的仅占 7%。该《调查》指出,当前很多媒体的老总并非不知道劳动合同和社会保险,而不签订劳动合同,一年可以为媒介集团节省几千万元。传媒无偿而大量地使用新闻实习生,使用不签合同、薪金低廉的临时工,也造成记者的越发年轻化。2003 年 8 月湖北电视台集体清退临时记者 200 多人,理由竟然是“避免交通事故”。文章引证说:“媒体的临时工往往是一个媒体最前线的员工,他们干的是最危险、最有挑战性的工作,但是他们享受的却是最不能接受的现实:稿费打折,生活无保障,人身不安全。”《调查》认为,记者的生存困境和激烈的竞争,造成新闻报道煽情、片面、忽略、夸张、造假。这也是新闻难有深度的原因,因为很难想象没有丰厚生活阅历

和广博知识的实习生能够写出有意义和有价值的东西。^①

也许与上面谈到的情形有关联,另一个《中国新闻工作者职业道德调查报告》(在全国55家传媒回收问卷1061份),报告了2003年传媒人对有偿新闻的看法。对于记者拉广告,16.8%同意,56.5%态度暧昧,这两部分占整体的近3/4;对于为自己的栏目或节目拉赞助,26%同意,54.1%态度暧昧,这两部分占整体的4/5强;对于主动淡化不利于重要广告客户的新闻,12.1%同意,54.2%态度暧昧,这两部分占整体的2/3;对于接受被采访方用餐,21.5%同意,62.8%态度暧昧,这两部分占整体的5/6强;对于接受被采访方免费旅游,10.7%同意,55.1%态度暧昧,这两部分占整体的近2/3;对于接受被采访方现金馈赠,6.3%同意,40.5%态度暧昧,这两部分占整体的近半数;对于记者为企业公关,9.9%同意,42.8%态度暧昧,这两部分超过整体的一半。^②

与1997年在全国、2002年在上海的同类调查对比,情况差不多,但是时间已经过去了6年!我国新闻从业人员的职业意识和对于基本职业规范的遵循状况,仍然十分低下,没有前进一步。这个问题的严重性,已经开始显露。记者生活状况的无保障,可能是原因之一,但不会是唯一的原因。关注我国新闻职业意识和职业规范,可能成为以后的一个重要话题。

二、“民生新闻”遭遇学理剖析

两三年前,电视新闻“南京零距离”受到学界关注,被称为“民生新闻”。描述这种现象的文章,大多交口称赞。2004年的研究文章开始转向对这类电视新闻的学理分析,公关性质的赞扬被批判意识所替代。

有两位作者指出,这种新闻一定程度上重塑了国家媒体亲民有信的形象。但是,当下的民生新闻并不是一种成熟且具有独立新闻品质的新闻样式,它是在市场和消费主义意识形态、精英和白领意识形态、百姓和平民意识形态等多重复合的掩护下,推行国家、民族、执政党意识形态的电视策略,旨在提升党的形象及合法性。另一位作者认为,虽然它反映了普通人的生存状态,记录了凡人的生

① 李希光、孙静惟. 商业化阴影下的中国下一代记者. 新闻记者,2004(11)

② 郑保卫、陈绚. 传媒人对有偿新闻的看法. 新闻记者,2004(5)

活,具有人文因素,带有平民文化特征,但从总体看,这是经过合成加工的文化“产品”,属于媒介制造而不是平民创造,在现代传媒的精致包装下失去了原生态。传媒在力图贴近平民的同时,实质上正在脱离平民,靠近一个面目模糊的“大众”(mass),与其说它反映了平民生活,不如说它给大众生活提供了谈资和消费的新选择。^①

第四位作者运用叙事学原理,梳理了关于“讲述老百姓自己的故事”这类电视新闻的文化语境,指出四点:

(1) 它鲜明地突出了讲述对象,暗示讲述者与被讲述者的一致,巧妙地规避了问题的关键——谁讲述、怎样讲述;

(2) 它构成了一部由小人物写成的历史,但这部历史被镶嵌到更大的以成功人士为核心的历史叙述中,因而无助于老百姓真实生活的表达;

(3) 它提供了老百姓“观看”自己的空间,生活中的种种不平、屈辱和压迫,在“表现”的过程中,往往被赋予有意义的、可理解的甚至乐观向上的形式,让人自觉地以此种意义理解生活;

(4) 它努力隐去摄像机的存在,营造真实的现场感,这是电视运用各种技术和艺术手段制造的“超级真实”,注释和改写着溢出轨道之外的真实,催生出一种真实的幻觉,似乎所有的表演者都在自由地言说,其实不然。^②

鉴于广播电视“研究”中有太多的关于节目的公关性质的顺心文章,这种对广电节目的批判意识是很可贵的。

三、讨论:记者还是一种受尊敬的职业吗

2004年关于记者职业精神和职业规范的文章显著增多,涉及新闻真实、有偿新闻、冷血心态、制造事实、媒介审判、自我公关等等。在这些众多的文章中,上海《新闻晚报》内部一场讨论的文章,因随后发表在刊物上而引起反响。它们一发表,就被中国人民大学作为新闻传播学博士生中期综合考试的考题之一,用

^① 陈富清、周炯. 意识形态梳理与主流媒体构建. 媒介研究, 2004(7); 姜红. 新闻秀——平民的还是大众的. 新闻记者, 2004(12)

^② 王冰. “百姓”叙事的迷途. 南方电视学刊, 2004(6)

来考察学生的职业道德认识。

该报记者李宁源采访回来后写了一篇文章《一名新记者的困惑》，叙说他采访在阿富汗被恐怖分子打死的某民工家属时遇到的事情。该民工的家里人为不让88岁的老太太因获悉儿子的噩耗而发生意外，拒绝记者采访，记者退出后，村主任陪着当地领导和一群记者浩浩荡荡来到该家，硬是冲进家门，领导在老太太哭天喊地的悲痛中完成了“亲切慰问”，随行记者抓拍到了具有震撼力的悲痛镜头。李为此发出疑问：职业与道德面前，我们记者应当如何选择？

该报副主编胡廷楣告诉这位新记者：“你看到了那些为了完成任务而向一个88岁高龄的老人残酷地‘挖新闻’的场面。你表达了你的困惑。那正是你心中的良知还没有泯灭，请你保护这样的感觉，那是一个真正好记者的必需。”^①

最近几年，记者编辑对所报道的有关人的生命、人的尊严的事实表现出漠然和冷血的事例越来越多，2003年从非人性角度报道人乳宴、2004年从非人性角度报道胎盘宴，2004年电视台在报道俄罗斯别斯兰事件的同时，进行死了多少人的“有奖竞猜”等等，都引起了学界的关注。这些新闻业界的现象和当年发表的调查都表明，我们的记者在竞争中，丧失基本的职业精神，缺乏职业规范的约束问题已经十分严重。2004年新闻学界发表的文章，无形中集中于各种违规的新闻行为，因为它已经成为传媒健康发展的瓶颈。

四、“媒介审判”的是是非非

所谓“媒介审判”，是指传媒超越司法程序抢先对案件涉案人做出定性、定罪、定量刑以及胜诉或败诉等结论，以煽情的语言激起公众对当事人憎恨或同情，诸多传媒联手单向度地宣传，有意无意地压制相反意见。新闻学界对此的看法通常是：媒介审判是媒体角色的越位或错位，这种情形往往与新闻炒作有关，形成的舆论氛围会影响司法公正地进行审判。^② 2004年周泽的长篇论文，从舆论是“正义之秤”的角度谈到“媒介审判”。他认为，司法是否公正，理应接受民众

^① 李宁源. 一名新记者的困惑. 胡廷楣. 记者是否还是一个受人尊敬的职业. 新闻记者, 2004(11)

^② 郭赫男. 关于“媒介审判”的几点思考. 新闻界, 2004(6)

的评判,舆论评判作为民众对司法审判活动的评价,乃是对司法公正的检验,是一种正常而合理现象,而非对法庭独立审判的干预或僭越。所谓“媒介审判”,可能是完全公正的评价,即使评价不准确,也不至于影响审判,因为司法公正的决定性因素是法官而不是媒体。目前司法实践中受到媒体不当报道的误导,主要是传媒通过影响法官的上级领导而间接形成的,司法不独立才是主要原因。司法审判是制度性评价,而媒体报道和公众舆论是自发性评议,两者的运行规则不同。司法审判中存在的问题只能从司法权力的配置和运行中得到解决,把责任归咎于“媒体审判”,试图通过抑制舆论和媒体报道的方式得到司法公正,是徒劳的实践和有害的想法。^①

而另一篇徐迅写的文章,则根据一系列法律法规和惯例,提出了媒体报道司法的十大自律规则:

- (1) 案件判决前不做定罪、定性报道。
- (2) 对当事人正当行使权利的言行不做倾向性的评论。
- (3) 对案件涉及的未成年人、妇女、老人和残疾人等的权益予以特别关切。
- (4) 不宜详细报道涉及国家机密、商业秘密、个人隐私的案情。
- (5) 不对法庭审判活动暗访。
- (6) 不做诉讼一方的代言人。
- (7) 评论一般在判决后进行。
- (8) 判决前发表质疑和批评限于违反诉讼程序的行为。
- (9) 批评性评论应避免针对法官个人的品行学识。
- (10) 不在自己的媒体上发表自己涉诉的报道和评论。^②

如何在司法审判过程中,媒体既要遵守法律法规,同时尽最大可能保障舆论的自由流通,这个形式上的悖论得以提出,反映了微观新闻法研究在2004年这一年提升了一步,这在学术上是有意义的。

^① 周泽. 舆论评价:正义之秤——兼对“媒体审判”、“舆论审判”之说的反思. 新闻记者, 2004(9)

^② 徐迅. 媒体报道案件的自律规则. 新闻记者, 2004(1)

五、“新闻线人”终获新闻传播学界的关注

“新闻线人”出现于1993年,这个不大的问题现在有批量的讨论文章,说明它已经成为媒体业务与经营活动的有机组成部分,不能不予以重视和规范了。

有的文章把“新闻线人”视为一种职业,由于国家政务公开,人们对知情权和发言权的要求日高,人们才会把自己看到、听到的新闻线索提供给媒体,并表达自己的看法。线人队伍的不断扩大,媒体采纳他们的信息日益增多,传媒生态正在悄然嬗变。另一篇文章认为,“新闻线人”带来了观念的冲击,因为这种现象突破了新闻信息源无偿的传统,突破了新闻制作流程由传媒包办的传统,也是对传媒社会监测功能的进一步强化。与此相关联的,是对于线人线索真实性的辨别、报料涉及个人隐私的保护、线人安全的保护、对线人私利的抑止、线人缺乏新闻价值素养、线索内容庸俗,以及形成信息源管理制度和对线人的职业培养等等的问题。^①

六、牡丹江新闻传媒集团公司的模式分析

在2004年众多关于媒介经济的文章中,尽管内容有所变化,但是熟悉的论证模式和概念太多,难以引起注意。而周鸿铎标题为《中国第一个媒介产业化集团》的文章,由于产生疑问而引起阅读。我国第一个报业集团不是广州日报集团吗?第一个广电集团也比所说的这个集团早得多。2004年5月,经牡丹江市政府批准,牡丹江广播电视集团以资本运营的方式兼并牡丹江报业集团,更名为“牡丹江新闻传媒集团公司”。就广电业与报业重组而言,它也不是第一家。但是,规模化地运用市场机制实施产业内部的兼并,它是首创。因此,关于这个集团的分析值得关注。

周鸿铎分析了这个集团若干产业化的特征。例如,该集团董事长和其他领导成员不再享受公务员待遇,实行全员聘任制,没有行政级别意识,比贡献,比业

^① 宋双峰. 新闻线人与媒体新闻源的管理. 中国记者,2004(3);胡青云. 新闻线人现象析. 新闻记者,2004(1)

绩。该市市委和市政府尊重集团根据市场做出的决策,例如,实现跨区域合作、协调组织东北广播网、兼并牡丹江报业集团等,都是由集团自己做出的决策。集团的前身牡丹江广播电视集团亦是产业化集团,实行“政产分开”。其领导体制是“三会管理”,即董事会为最高决策机构;党委会是市委的派出机构,在大政方针、政治导向、干部等方面行使监督职能;监事会是国资委的派出机构,行使对国有资产运营和财务的监督职能。该集团的频道经营者拥有节目的设置权、用人权、分配权。他们组建产业集团的方式是:项目合作、内部资源整合、巩固和壮大核心实体、行业兼并、跨区域联合等等。作者认为,“我国是一个大国,是一个拥有多种媒介实体的国家,不可能用一种经营模式强行在全国范围内推广,一定要强调独立性,充分体现本土化的特色”。^①

七、传播渠道霸权终结后的两个制高点

就在几年前,广电频道和报刊刊号还属于稀缺资源,只要有了传播渠道,社会效益、经济回报就都有了。现在应如何看待变化了形势?喻国明及时分析情况,提出一个新观点:渠道霸权时代已经终结。渠道变成稀缺资源是行政配置的结果,而市场的“手”永远比行政的“手”在配置资源方面显得有效、公平。随着传播科技的发展,现在的渠道资源几乎可以无限制地增多,渠道过剩了。不论是“媒体联动”还是“集中轰炸”,在众多频道存在的情况下,每个渠道的平均影响力已经到了可以忽略不计的地步。于是,两个新的传媒竞争的制高点开始显现,一个是上游产业的内容、原创能力;一个是对下一轮资源和产业的控制、服务和延伸能力。

就内容而言,在外部资源社会共享程度很高的条件下,新闻很难独家抢到,事实报道的准确、客观、迅速、全面、平衡等等,就会成为一种常规,不再是竞争的要点,竞争主要集中在对信息的加宽、加值方面,独家的选择、制作、组合和视角,独家的价值判断显得更为重要,文化选择的多样性、深刻性考验着竞争中的传媒。就销售终端的掌控能力而言,要精确把握终端客户,延伸服务产品在市场上的服务链条。例如跨媒体形态的合作,从传统媒体间的合作扩展到各种“亚媒

^① 周鸿铎:中国第一个媒介产业化集团,现代传播,2004(6)

体”；跨行业的多元化发展，进入所有依赖广告程度高的行业。这些行业的产品或服务差异有限，它们在人们心目中的高低、好坏是通过品牌塑造的，品牌需要传播，传媒进入这样的行业，有天然的自身优势。^①

喻国明的这些观点具有前瞻性，尽管在一些发展较慢的地区，这种情形可能感觉不到，但是在传媒发达、竞争激烈的地区，看清形势，理论上认识竞争方向的变化是非常重要的。谁能够及时抢占这两个制高点，谁就会在未来传媒竞争中处于主动地位。

八、报业集团管理改革中的十大悖论

自从报业集团出现，关于报业集团的文章多得让人有点烦，现在急需的是梳理问题或观点，让人清晰地看到问题所在。以这个要求为标准，邵培仁、陈兵的文章值得一读。

他们开列了报业集团管理改革中存在的十个悖论：

- (1) 报业的性质是公益事业还是文化产业？
- (2) 组建集团是市场行为还是行政意志？
- (3) 本质上是报业集团还是“翻牌公司”？
- (4) 报业的规模越大越好还是越小越好？
- (5) 报业集团是先做大还是先做强？
- (6) 经营结构决定于个体理性还是群体理性？
- (7) 组织结构是层峰制还是扁平制？
- (8) 战略取向是全球化还是本土化？
- (9) 发展战略是多元主义还是专业主义？
- (10) 市场定位在于大众化还是小众化？

作者希望：“在没有前例和政策层好像处于观望的情况下，报业集团应该敢于以创新确立核心竞争力。我国的报业集团需要一场全新的革命。……尽管竞争愈演愈烈，悖论的解决有待时间消化和实践验证，但市场化和产业化步伐的加

^① 喻国明。“渠道霸权”时代的终结。当代传播，2004(6)；喻国明。渠道过剩，如何抢占制高点。南方电视学刊，2004(6)

快将会使报业集团的管理走向现代化。”^①

找出问题的症结,等于解决了一半问题。这些问题在讨论具体问题的许多文章中可以接触到这一点或那一点,现在站在一个较高的视点全面把握,悖论相互间的关联便看得较为清楚了。

九、以批判为己任的传播学批判学派遭遇批判

近年传播学研究中引证批判学派分析我国传媒中出现的消费文化、文化霸权,以及关于意识形态的分析等等的文章,渐渐多起来,但缺乏对批判学派总体认识方面的文章。因此,黄旦、黄燕虹关于批判学派的代表派别法兰克福学派的分析就显得重要了。

批判固然深刻和犀利,它给人带来的启发也是多方面的。这种批判的自身缺陷在于:

(1) 批判的目的不是为了消除某种弊病,也不是为了纠正传播结构,而是进而怀疑现在秩序下人们所理解的所有有价值的东西,全然不相信社会由以建立起来并提供给每个社会成员的行为准则。

(2) 这个学派创造力的迸发,一定程度上得益于其代表人的孤立状态,因而也造成他们与社会的隔膜。他们讨论的传播背景几乎停留在 20 世纪 50 年代以前,无视大众传播在技术和形态上发生的重大变化。

(3) 他们批评传播技术造成人的单向度,但批判的取向仍然是一种单向度的循环观,忽略了甚至是故意忽视技术与人与人之间存在着一种张力。因而他们关于意识形态传播效果的结论,几乎与“魔弹论”如出一辙,尽管看起来,批判学派和经验主义行政学派各据一端势不两立。^②

在传播学研究中,各种理论假设和传播模式都有具体的提出背景,批判学派的观点带有较多的个人生活背景和书斋学术的特征,运用它分析中国的问题时,需要一种对不同的传播学方法论的总体认识和把握,这样才可能防止生搬硬套

^① 邵培仁、陈兵. 论中国报业集团管理改革中的十大悖论,新闻传播评论,(2003 年卷),2004

^② 黄旦,黄燕虹. 文化工业理论及其批判性思考. 新闻记者,2004(5)