

刘智著

# 新闻文化

XIN WEN WEN HUA

# 与符号

YU FU HAO

科学出版社

526477

# 新闻文化与符号

刘 智 著

科 学 出 版 社

1999

## 内 容 简 介

符号在人类文明进程中的应用已有几千年的历史,但作为一门独立的学问或学科来研究则是进入 20 世纪后开始的,而且发展很快。

本书主要探讨符号在新闻、文化、科技发展中的作用和传播机制及其性质。内容包括:符号界说、符号理论、新闻学研究与符号、作为新闻学研究工具的符号、引入新闻本体阐释的符号、充当新闻学逻辑起点的符号等。

### 图书在版编目(CIP)数据

新闻文化与符号/刘智著.-北京:科学出版社,1999.4  
ISBN 7-03-007108-5

I. 新… II. 刘… III. 新闻-符号学 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 32961 号

G210  
LZ

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

中国科学院印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

\*

1999 年 4 月第 一 版 开本: 850 × 1168 1/32

1999 年 4 月第一次印刷 印张: 20

印数: 1—5 000 字数: 529 000

定价: 35.00 元

(如有印装质量问题,本社负责调换。(科印))

# 目 录

1	新闻与符号概论 .....	(1)
2	符号界说.....	(38)
2.1	符号现象通观.....	(39)
2.2	社会的交往沟通机制.....	(46)
2.3	文化的约定与象征.....	(71)
2.4	人的非动物性存在 .....	(120)
3	符号理论 .....	(136)
3.1	西方符号理论胚胎 .....	(136)
3.2	中国早期符号思想 .....	(148)
3.3	符号学学科的确立及发展 .....	(161)
3.3.1	能指系统的类型学 .....	(194)
3.3.2	语符学 .....	(195)
3.3.3	语义分析论 .....	(196)
4	作为新闻学研究工具的符号 .....	(200)
4.1	前科学状态的改变之路 .....	(201)
4.2	定量尺度短长 .....	(206)
4.3	数学化的憧憬与唯理论的渊源 .....	(218)
4.4	认识论的转身逆行 .....	(229)
4.5	新学科新方法新天地 .....	(236)
5	引入新闻本体阐释的符号 .....	(283)
5.1	新闻定义的困惑 .....	(283)
5.2	传者说:新闻的征服者.....	(293)
5.3	本文说:是憧憬还是错觉.....	(306)
5.4	受众说:一片生命一片阴影.....	(313)
5.5	相对性背后的本体解释寻踪 .....	(324)

6	充当新闻学逻辑起点的符号 .....	(380)
6.1	体系立足与上升方向的明确 .....	(380)
6.1.1	科学认识公式及其阐释 .....	(381)
6.1.2	马克思主义新闻文化思想的科学方法 .....	(388)
6.1.3	以往新闻研究理论思维水平的考察 .....	(391)
6.2	逻辑起点在抽象上升到具体过程中的选择范围 .....	(401)
6.2.1	走出“事实”的困惑 .....	(403)
6.2.2	抽象必须极度而又适度 .....	(404)
6.3	第一条件:最一般的本质规定 .....	(406)
6.3.1	信息定义种种 .....	(408)
6.3.2	本质属性的“普照之光” .....	(410)
6.3.3	香农与维纳定义的局限性 .....	(415)
6.3.4	普遍属性并非本质属性 .....	(418)
6.3.5	思维悖论和以偏概全 .....	(421)
6.3.6	新闻信息观点争鸣 .....	(432)
6.4	第二条件:孕育肌体矛盾的胚芽 .....	(438)
6.4.1	三种互有短长的歧见 .....	(438)
6.4.2	“优势”者的劣处所在 .....	(442)
6.5	第三条件:实现逻辑与历史的统一 .....	(447)
6.5.1	演化的有序性和规律性 .....	(448)
6.5.2	致思进程与历史始点 .....	(450)
6.6	符号形态:新闻文化的起源与发展 .....	(452)
6.6.1	原始的符号形态 .....	(454)
6.6.2	扩大的符号形态 .....	(463)
6.6.3	一般的符号形态 .....	(485)
6.6.4	发达的符号形态 .....	(501)
6.6.5	新闻文化的基本矛盾及显示范畴 .....	(525)
6.6.6	新闻文化研究对象的本质规定 .....	(542)
7	发展新闻真实性范畴的符号 .....	(553)
7.1	“现象真实”与“本质真实” .....	(554)

7.2	“层次事实”与“镜像效应” .....	(568)
7.3	不可苛求的“事实真” .....	(587)
7.4	作为前提的“逻辑真” .....	(611)
7.5	“训假为伪”和“训真为诚” .....	(623)
7.6	最佳性——新闻求真特质的归宿 .....	(626)

## 1 新闻与符号概论

广义而言,新闻可说是符号的艺术。记者所传播的信息,所宣传的观点,所表达的情感,都只能从口头语言、书面文字、画面图像、视听音响、色彩线条、版面结构、照片插图、书法装潢等之中生成,并在一定的符号行为中定型。

狭义而论,新闻又可以说是语言的艺术。语言是最基本的符号形式,是其他一切类型符号的基础。相对于语言来说,其他符号形式作为“人工符号”,都是人利用语言创造出来的,或者说都是在语言符号的基础上生长起来的。其他符号形式不仅只有以语言为依托才有意义,也才能存在,而且只有通过语言的“翻译”,才能被理解。波兰哲学家沙夫(Adam Schaff)曾说:“语词符号以外的所有符号,都是以反射的光发亮的。它们以某种方式替代语词符号,因而每当人们解释它们的时候,它们总是被翻译成一种语词的语言(虽然这种翻译常常采取一种省略的形式)。其所以这样,是因为我们总是用一种语词的语言来思维的……所有的符号,由于它们服务于人类的交际目的,都受了一种语词的语言的‘侵染’。”<sup>①</sup>由于语言在人类符号现象中占据着核心和基础地位,人类对符号问题的认识才能从语言问题引导出来(尽管前者是从一个更高的层次和范围,更新的角度出发对后者进行再认识的),因而,我们的新闻符号研究所涉及到的主要符号形式也将仍然是语言。对于这一点,正如日本符号学者池上嘉彦在《符号学入门》一书中所说:“本书在说明符号学的概念及观点时,引用最多的是有关‘语言’方面的例子。这当然是由于‘语言’这种东西是所有的人自诞生之日起就每天都接触的、最熟悉的符号体系,但更为重要的理由是,‘语言’是人类

<sup>①</sup> 沙夫(罗兰等译),1979,语义学引论,商务印书馆,173~174。

接触到的各种符号体系中最‘典型的’符号体系。”<sup>①</sup> 主要以语言作为传播信息、形成舆论的最典型的手段和工具的新闻活动，是现代社会的人们时时耳濡目染、天天接触使用的语言或符号活动。它不断地给予“某种事物”以“某种意义”，并且不断地从“某种事物”中领会出“某种意义”，从而产生与构成信息时代须臾不可离开的新闻符号现象。在传统人际交往意义上讲，语言当然是“所有的人自诞生之日起就每天都接触的、最熟悉的符号”媒介，而在现代社会的快节奏、大规模、超越时空限制的传播与沟通意义上讲，新闻活动应该是“所有的人自诞生之日起就每天都接触的、最熟悉的符号体系”，或称“媒介的媒介”。因此，如果说，语言是最基本的符号形式的话，那么，新闻符号活动则可以毫无疑问地称之为人类整个符号文化中的最重要的实践类型和样式。

正是由于新闻是在语言符号中生成与定型，因此对于语言符号运用的讲究和符号行为样式的“雕刻”，就成了新闻工作的一种源远流长的传统和从业人员乐此不疲的追求。所以，声名卓著的老记者也好，初出茅庐的新记者也好，尽管两者在资历经验等许多方面相差悬殊，但有一点体验是相同的，即都担心和害怕语言的贫乏或枯竭。因为，即使是老记者，也会在文思泉涌、奋笔疾书时卡壳，如一句平时很熟悉的词语，像泥鳅一样沉入思维的深处。刚刚入门的新记者，更是常常为找寻一个恰当的表达语句而苦恼万分。这时，平日令人兴奋的新闻写作劳动往往成了“地狱”中的“苦役”。当然，“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”，一旦灵感显现，文思又会如泉水潺潺流动，苦恼顷刻烟消云散，犹如奋力攀登而终于到达山巅的成功喜悦注满心间。

由此可见，在新闻业中，最常见的符号景观莫过于语言运用上的苦心经营，即所谓“语不惊人死不休”了！无论是谋篇布局，还是遣词造句；无论是标题炼意，还是版面加工；无论是场面调度，还是镜头组接；无论是音响编排，还是节目制作；到处都是字斟句酌，刻

---

<sup>①</sup> 池上嘉彦(张晓云译)，1985，符号学入门，国际文化出版社，150。



意求工，如切如磋，如琢如磨，甚至可以反复推敲到“吟安一个字，捻断数根须”，“为求一字稳，耐得半宵寒”，“一句三年得，一吟双泪流”，其目的都是为了使新闻传播效果获得最大限度的发挥。

套用法国著名诗人马拉美(Stephane Mallarme)的“诗不是用思想来写，而是用语言来写”的名言，我们可以说：“新闻不是用思想来写，而是用符号来写的。”新闻只有依赖于各种外部可感的符号形式才能得以生存。其实，就是在人脑内部，在对感官引入的新闻信息进行分解、扩充、组合、编码的过程中，也不可能没有符号，因为符号是思维操作的工具，离开了内在的符号运动，就不可能存在人的思维。

符号的价值还不仅仅在于只是作为新闻生成与表达乃至传播的工具。《庄子·外物》说：“荃者所以在鱼，得鱼而忘荃；蹄者所以在兔，得兔而忘蹄；言者所以在意，得意而忘言。”马拉美的门徒、曾任哈瓦斯通讯社主持人私人秘书达20年之久的波瓦勒里(Paulvalery)在《诗与抽象思维》一文中曾对马拉美的话作过这样的解释与阐发：“语言可以产生两种很不同的效果，其中一种效果倾向于完全否定语言本身。我向你讲话，如果你已经听懂了我的话，那么这些话就作废了……换一句话说，在实际或抽象地使用语言时，形式——有形的、具体的部分，即讲话这个行为——并不持续下去，理解之后它就不存在了。”对于这种效果而言，语言当然只是表达思想的某种形式，它本身并不存在什么价值。但是，对于诗人来说，语言的作用就不同了，“这个具体形式由于它自己的效果，变得很重要。它独立起来，受到人们的重视；不仅受注意、受重视，而且受欢迎，并因此被重复地讲。一旦这种情况发生时，一种新的东西就产生了；我们不知不觉地被改变，准备按照一种不再属于实际范畴的规律和法则来生活、呼吸和思想——那就是说，在这种状况下产生的东西不会被具体行为所消除、结束和废弃”。

同样道理，新闻符号不是“得鱼而忘”之“荃”，“得兔而忘”之“蹄”，“得意而忘”之“言”。按照加拿大传播学者麦克鲁汉(Marshall McLuhan)的说法，媒介是我们的意识和功能的延伸；车轮是

脚的延伸；文字是目光的延伸；衣服是皮肤的延伸；电子循环是中枢神经的延伸。那么，就新闻媒介而言，毋庸置疑，报纸、杂志是人的视觉的延伸；广播是人的听觉的延伸；电视是人视觉和听觉的综合延伸。所有的新闻媒介，作为信息机，又都是人体神经系统的延伸。在麦克鲁汉看来，每一项新媒介的出现，每一项新的延伸，都会使人的各种感官的平衡状态产生变动，使某一感官凌驾于其他感官之上，造成“心理上和社会上的影响”。例如，印刷媒介就是把一种“特殊的推理方式”强加到“人的视觉经验的结合方式上”。印刷媒介把复杂的现实生活用一系列不连贯的语言符号表现出来，并且把它一行行地印在纸上，使得人们只能一行一行按顺序地去阅读、思考，而不能像现实生活那样立体地、复合地去认识和思考。他认为，媒介是我们意识和功能的延伸在改变（经常是打乱）我们与周围世界的关系。然而，人与环境（包括与其他人）的这种关系，其本身比其直接结果和其产物更为重要。由此可说，劳动在借用机械来实现的工业化中的重要性，与其说体现在劳动产品中，不如说更多地体现在其自身性质中。因此，电视符号传播中的节目安排和各方面内容，对于电视节目所涉及的全新的各方面知识来讲，反而退到次要的地位，受众（尤其是儿童）接收到的信息不如接收方式重要，因为后者完全可以改变受众与传统媒介（书、学校、博物馆）的关系。电视中播放的信息，有的符合自己目的性的要求，但这种目的性在其指代的符号内容中体现较差，而在能感觉的接收者与指代对象之间的关系中显得较强。按照麦克鲁汉戏剧性的结论来说，即“媒介就是信息”。

“媒介就是信息”是麦氏理论的中心论点。他认为，传统上人们对媒介和信息之间所作的区别，完全是莫须有的。传播媒介真正传递的是媒介本身的特性，而同其传递的具体内容无关，因为媒介的“内容”，就像是盗贼手里拿的肉，是用来分散看家狗的注意力的。麦克鲁汉在一本名为《媒介就是信息》的专著中，特别强调了媒介传递的真正“信息”是它本身对受传者的刺激和按摩，而不是它所传递的内容。换言之，一种新的传播媒介一旦出现，无论它将传递

什么样的具体内容,这种媒介本身就会给人类社会带来某种信息,引起社会的某种变革。“传播媒介决定并限制了人类进行联系与活动的规模和形式”。例如,在口头传播时代,人们只能进行面对面的谈话和小范围的传播,这就决定了当时的人类社会只能处于“部落化”的阶段。印刷媒介的普及,使得人们可以脱离“部落”的活动,进行单独的阅读和思考。这样,印刷媒介就促成了社会的个人化发展。这就是麦克鲁汉所谓的人类社会“脱离部落化”阶段。由于广播、电视和其他电子媒介的出现,人与人之间的时空距离骤然缩短,整个世界则紧缩成了一个“部落村”或“世界村”。麦克鲁汉把这称之为人类社会的“重新部落化”阶段。麦克鲁汉认为,所有这些变化,都是媒介本身而不是它的内容带来的。从这个意义上来说,媒介本身就带来信息,媒介就是信息。

人们对于麦克鲁汉所注意的这一点没有什么异议,即文字、印刷、广播,至20世纪后半叶还要加上电视,改变了人类的文化。当然,相当多的人很难理解他的那种在某些背景下看来有些笼统或靠不住的分析,但是,这种分析至少在改变思维方向中的另辟蹊径上,对于探讨符号是否仅仅作为工具的问题不无裨益。

麦克鲁汉把媒介分为热的(hot)和冷的(cold),这是在信息论的技术术语“温度”和照相技术中对于影像的“定影概念”基础上创造出来的“名称”。对于一个已知信息来说,其构成因素越多,内容就越紧凑,而信息就越热。反之,则是另一种情况。当然,信息的这种温度与其指代内容不能混为一谈:当某个信息为一个已知所指(不管这一所指的丰富性或贫乏性如何)提供了较多解码要素时,它就是较热的;当这一信息提供的解码要素较少时,它就不那么热了。一幅肖像画是热的;一幅漫画则是冷的。一张照片和一部电影是热的;一个电视影像在其构成点数目很少时则是冷的。三步舞或华尔兹舞在其形象编码提供的情况下是热的,而摇摆舞就是冷的。言语比文字冷,象形文字比拼音文字更冷。

与信息温度相联系的,是接收者(受传者)的“参与”。因为所谓热媒介,就是能够“高清晰度”地延伸人体某个感官的媒介,而所

谓“高清晰度”，则指的是媒介所提供的信息充分、完善的程度。就视觉而言，照片就是“高清晰度”的（人们一看就明白）；漫画则是“低清晰度”的，因为它提供的视觉信息较少（人们看了还得琢磨、联想）。电话是凉媒介，或者说是“低清晰度”的媒介，因为它给耳朵提供的信息不够充分。演讲是一种“低清晰度”的凉媒介，因为它给听众提供的信息较少，并且需要听众予以补充、联想的内容较多。另一方面，热媒介则没有留下如此之多的空白等待受传者去补充和完成。因此，热媒介需要受传者参与其中的程度比较低，而凉媒介则需要受传者积极参与其中并加以补充。所以，在一个热的信息中，意义是由发送者提供的，而在一个冷的信息中，意义（大部分或少部分）是由接收者提供的，于是接收者也就牵连进传播之中了。因此，作为尤其热的流水作业的程序，便向操作者提供了工作所需要的全部信息，并且，拒绝操作者任何选择、决定和“参与”；这种参与是与某种冷的手工技术的指令、规则和验收系统对立的。持此观点的人认为，科学是热的，艺术是冷的；现代文化是热的，原始文化是冷的；城市生活是热的，农村生活是冷的。

法国著名符号学者皮埃尔·吉罗(Pierre Guiraud)在《符号学概论》一书中对于麦克鲁汉的理论作了这样的阐释：“按照麦克鲁汉的说法，我们正从一个热的文化过渡到一种冷的文化；这是从媒介的变化谈起的，尤其是电视机取代了书籍；自动化代替了机械化；非形象艺术取代了形象艺术，等等。其后果，便带来了个人的‘参与’和一种新型的社会，该社会在某些方面与冷文化的部落生活相似。”<sup>①</sup>

这样看来，新闻符号尽管首先从外部可感的具体形式中体现出来，但也由于它自己的作用和效果（或许是始料未及的），变得很重要。它逐步独立起来，受到人们的重视；不仅受注意、受重视，而且受欢迎。一旦这种情况发生，某种新事物就随之产生（或许正是在这个意义上麦克鲁汉方说：“媒介就是信息”）：我们不知不觉地

---

① 皮埃尔·吉罗(怀宇译)，1988，符号学概论，四川人民出版社，17。

被改变,准备按照一种不再属于实际范畴的规律和法则来生活、呼吸和思想(如麦克鲁汉说的,在印刷媒介影响下,人们只能按照一行行排列在纸上的印刷方式那样,一行一行地、按顺序地去阅读与思考,而不能依据现实生活本身的样子进行立体的、复合的认识与思考)——正是在这种状况下产生的东西不会被具体行为所消除、结束和废弃。新闻符号中的这种与“实际范畴的规律和法则”相背离的东西就是超出工具层次之上的意义所在,也就是新闻符号的文化象征。正因为如此,新闻符号才不至于仅仅只是一个徒具传达一定信息内容的物质形式的外壳;它可以通过自己的文化象征获得更大的存在价值。借用俄国作家什克洛夫斯基一个著名的比喻,新闻符号的工具意义与文化象征的关系就好比走路和跳舞:“走路毕竟是一种比较枯燥的、不容易达到完善的行为,而跳舞这种新的行为方式却可以有无数种创造、变化或花式。”因此说,记者的创造不在符号之外,而是在符号之中。换言之,工具意义的符号和文化象征的符号(当然实际操作中两者是不能截然分开的)都各有自己不同的目的,正如走路和跳舞各有自己的目的。走路作为一种动作就是为了到达一定的目的地,而跳舞则完全是另外一回事:“跳舞并不是要跳到哪里去”,“跳舞是一套动作,这套动作本身就是目的”。从文化象征的角度来讲,新闻符号或许能获得一种新的意义,即它自身就具有本体论的价值。因此,对于新闻符号在新闻学中的地位和作用进行重新评价与思考,不能说不是十分必要的。

立足于符号学基础上的新闻本体论意义的这种新的新闻观念,较之于过去的新闻理论来讲,不啻于异军突起。从世界上第一部新闻学著作——《德国新闻事业史》于1845年问世到今天这150多年间,不论在西方还是在东方,发表的新闻理论著作可谓“车载斗装”,但就其中表明的新闻观念而论,归纳起来大概不外乎这么两大系统,一是“事实本位说”,一是“报道本位说”(这种划分是以它们所体现的对于新闻活动中主客观关系的不同理解及其差异作为区别尺度的,当然,如果按照传播过程的结构因素来归纳的话,还可分为“传者说”、“本文说”、“受众说”,如此等等。似乎对大

千世界的任何一种现象来说,有多少种观点,就会变幻出多少种异彩来。不过,这一点,反过来则证明,任何认识意义上的分类都只能是相对的)。

“事实本位说”的认识论依据是一种客观再现理论。这就意味着,在“事实本位说”看来,新闻是“新近发生的、能引人兴趣的事实”的“再现”。“再现”即“显示”,不是指记者携带意念与企图参与现实,不是对既成的现象进行抽离(哪怕是技巧性的)处理,而是指“显示”现实事件的真实状态,即让事实自身来“再现”或“叙说”,为此不惜“损害”和“降格”记者在新闻活动中的自主性与权威性。可见“事实本位说”强调事实的重要性,着重研究记者如何从现实生活的真实情况出发,在事实提供的感性材料基础上,创造出逼真现实所发生事件的“第二事实”。所以,它始终把事实当作评价新闻的参照系,认为事实的规律决定新闻的规律;事实本身的价值决定新闻的价值;各种新闻现象的属性归根结底取决于事实本身的属性。换言之,以存在现象的真实性与可靠性为出发点的新闻可以看作是事实的“镜子”,它所做的全部事情只是“摹仿”事实,以事实作为“学生”的唯一“模特”及对其作出评价的唯一“范本”。作为事实的实际情况的再现性陈述,新闻不允许夹带记者对于事实的主观领会和理解,哪怕这种领会和理解并不是飘浮在主观臆想与设计的波动上,而是植根于种种繁复的既成现象的考察与沉思之中的透视、概述和总结。如果说,今天的新闻就是明天的历史的话,那么,在“客观再现说”看来,记者就是历史事件全部事实的“最佳书记”。

“报道本位说”的认识论依据是一种主观表现理论。因此,它从表现传者主体因素的立场出发,把新闻看作是“已经发生或正在发生的事情报道”;或是“根据自己的使命对具有现实性的事实的报道和批判”。“报道”二字在这里有着明白的含义:它充分体现了新闻工作者的主观能动作用,在‘报道’中,既不排除新闻工作者、新闻机构对新闻事实的‘评价’和‘意见’,也不排除新闻工作者和新闻机构对‘每天发生的大小事实’的‘选择’,以及新闻机构想要做的其他事情。”与“事实本位说”相区别,“报道本位说”强调新闻不

可能是逼真现实事件甚至与其丝丝入扣的“事实实录”或“第二事实”。它认为，大千世界每天发生千千万万件事情，但作为新闻传播的，只占很少的比例，或只是一个零头。这就存在一个新闻传播的选择问题，即使选择同样的事情来报道，也由于观察角度和方式方法不同，传播出来的新闻也不会是一个模式。再者，现实世界上存在着无产阶级和资产阶级，作为一种社会性存在，不同的人之间又有着社会角色、利益、认识、心理诸多方面的差异，因此新闻在报道事实时不能不带有一定的倾向性。不同的新闻媒介，掌握在不同的阶级手中，还会把新闻当作宣传，当作只是传播某种思想、某种观点的手段。所以，在“报道本位说”看来，没有思想性的新闻，等于没有灵魂。有一本新闻教科书提出：“报刊登新闻，主要是为了宣传，即传播一定的观念以便控制、影响人们的行动，把读者引导到一定的政治方向上去。”“新闻就得用宣传的方式表现它，这就是我们通常所说的‘用事实说话’。‘说话’一词意为说理，‘用事实说话’就是通过事实来说明一定的道理。”当然，在高明的报纸上，“道理并不由作者直接讲出来，而是隐藏在事实之中。在读者读完新闻后，不知不觉地接受其中的道理。”“报道本位说”的结论显而易见——对现实真实所进行的叙说，必须是在参与现象本身之后得到的领悟、思考和阐释基础上所还原的“再现”性纪实，体现在具体性和全面性之中的事情的状态和性质不能用来死套和抽象新闻的“表现”；记者应当防止落入自然主义的窠臼。倘若在没有立场观点、倾向态度、理论宗旨等提示之时，就用传统的符号去“织成”新闻，那么，它充其量只不过是“拼不起一件衣服”的“碎布”作些无意义的“人工补缀”而已。

上述两种“新闻观”，看起来势似水火、圆凿方枘，然而值得深思的是：许多“报道本位说”的倡导者在给新闻下定义时，却很少使用主观色彩较浓的“宣传”一词，而倒是大量采用表面上近似于“再现”的“表现”、近似于“实录”的“报道”、非加工的“选择”等。之所以如此，或许是在其潜意识中，立场、观点、态度倾向于作为人的“生而俱来”的天性，也是“广义事实”的一部分。用哲学语言来讲，它同

样是一种“存在”，所以“表现”在性质上也是“再现”。

这么说来，两种似乎完全对立的新闻观可以在这一点上得到某种形式的统一与合流。也正是透过这种貌似统一与合流的现象，人们不难发现，不论是“事实本位说”的客观再现认识，还是“报道本位说”的主观表现认识，思考问题的出发点却都是哲学上的本体论，都是试图从新闻发生问题的探讨入手，去求得对于新闻性质的终极解释，也就是布拉德雷(Henry Bradley)说的“什么就是一切，而如何则无足轻重。”因而，在这两类理论中，要么突出客体的地位，要么突出主体的作用，一般都不注意或不重视中介和传达的问题，甚至有意无意地把新闻过程看作是一种直接的二项式结构，而把中介及传达当作一种非新闻活动因素并错误地予以排斥在外。因此，几乎所有的新闻理论论著中都没有能够为中介(即符号问题)留下一席之地。以80年代中期一部影响较大的新闻学基础教材为例，该书分为三个部分。第一部分讲新闻学的基本原理，即从第一章到第六章：第一章是“新闻活动是人类社会生活发展的需要”；第二章是“资本主义商品经济孵化了新闻事业”；第三章是“新闻事业的发展”；第四章是“新闻事业的阶级性”；第五章是“新闻事业的党性”；第六章是“新闻事业的社会功能”。第二部分讲新闻工作的基本原则，即从第七章到第十一章：第七章是“新闻必须完全真实”；第八章是“新闻事业的指导性”；第九章是“新闻事业的群众性”；第十章是“运用新闻工具开展批评与自我批评”；第十一章是“新闻选择”。第三部分则从新闻学的基本原理和新闻工作的基本原则出发，提出我国新闻工作者所必须具备的基本要求，即第十二章。可见，在许多研究者心目中，中介或传达，至少在纯粹理论形态意义上是与新闻活动没有多大关系的。这里，只是说了以往新闻学“三大块”中的第一“大块”——“新闻理论”中的情况。那么，“新闻业务”是专攻“技巧”的，对中介和传达问题，在这第二“大块”中的“待遇”应该讲好得多。然而“不幸”的是，“新闻业务”尤其是其中代表性最为典型的“新闻写作”，如消息、通讯、评论、特写、专访、调查报告等，是以体裁为结构因素的，符号问题无法添列其中。当然，也



有的新闻写作论著探讨了“新闻语言”的运用,但涉及的只是应用层次上的排列组合,谈不上本体论基础上的中介或传达意义的引入。即使如此,充其量也只能多在“新闻写作基本要求”这一章中辟出一小节来研究“新闻语言”问题。显然,不要说把中介及传达提到一个“举足轻重”的地位,就是单独列为专章,在迄今为止的新闻学发展史上,或许还是“从未发生过的故事”。这是令人遗憾之余又力图“可望”而“可及”的空白与憧憬。

“事实本位说”与“报道本位说”尽管在新闻史上有着很大的影响,并对新闻学的理论建设和发展作出过自己的积极贡献,直到今天仍保持着相当的生命力,但是,倘若一旦“深究”,人们便很快会发现,这两种理论都还是不够严谨和全面的。新闻,无论是作为事实真实情况的逼肖的“客观再现”也好,还是作为传播者的立场、观点、倾向、态度的主观“表现”也好,它们都脱离不了人的认识活动和实践活动的范围。在马克思主义看来,主观和客观、主体和客体最基本的关系表现为人的两种最基本的活动,这就是人的认识活动和实践活动。前者是客观见之于主观、主观同化客观,或者说客体作用主体从而引起主体的反映活动的过程;后者则是主观见之于客观、主观外化为客观,或者说主体改造、变革客体的过程。主观和客观、主体和客体的关系及其矛盾既是通过人的认识和实践表现出来的,也是通过人的认识及实践得以解决的。马克思主义在考察认识和实践时,不是把它们看作由某种先验模式规定的主观与客观、主体与客体之间的先天结构,也不是把它们归结为主观对客观、主体对客体的直观对照或径直外化的直接的二项式结构,而是在中介的基础上来理解和认识主观和客观、主体和客体之间的结构及其关系的形成与发展。因此,马克思主义认为,无论是人的认识活动,还是人的实践活动,都是和符号现象紧密相关的。以人的认识活动为例,有许多认识从输入信息开始,就直接和符号打上了交道:它们需要通过各种符号来获取其中所携带的信息;一般的认识过程在从感性向理性上升时,要通过编码活动,即将感性信息转化为语言符号代码才可能实现;至于在理性思维阶段,就更是一种