

求是传媒文库

多维视域的大众传媒

冯宋彻 主编



中国传媒大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

多维视域的大众传媒/冯宋彻主编. —北京:中国传媒大学出版社, 2009. 6

ISBN 978-7-81127-639-8

I. 多… II. 冯… III. 大众传播—传播媒介—研究
IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 064547 号

多维视域的大众传媒

主 编 冯宋彻

责任编辑 秋 实

责任印制 范明懿

封面制作 蔡玉生

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社 (原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024

电 话 86—10—65450528 65450532 传真: 65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市后沙峪印刷厂

开 本 850×1168mm 1/32

印 张 7.75

版 次 2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81127-639-8/G·639 定价: 28.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录 Contents

第一章 哲学与大众传媒的关系	冯波 金文/1
一、问题的提出.....	1
二、哲学是大众传媒运作理念的根本指导思想.....	4
三、大众传媒在当代社会的重要地位对哲学提出了概括其 活动规律的要求.....	15
第二章 从哲学的基本问题看大众传媒的基本 问题	金文 张继平 冯波/18
一、哲学的基本问题.....	18
二、大众传媒的基本问题.....	20
三、大众传媒的真实性原则.....	25
四、大众传媒基本问题的本质.....	28
第三章 从意识形态的视角看大众传媒的 阶级性	金文 冯波/31
一、大众传媒事业掌握在一定阶级手中.....	32
二、大众传媒的内容具有阶级性.....	34
三、大众传媒阶级性的独特表现形式.....	37

第四章 广播电视传播与和谐社会建设 冯宋初/46

- 一、广播电视传播为构建和谐社会提供丰富的精神产品和良好的社会氛围..... 46
- 二、构建社会主义和谐社会对广播电视传播提出了新的更高的要求..... 57
- 三、不断提高广播电视传播水平,为构建和谐社会作出新贡献..... 60

第五章 思想政治教育的传播学思考 付长海/65

- 一、思想政治教育学与传播学的联系..... 65
- 二、思想政治教育学借鉴传播学的着力点..... 73
- 三、当前思想政治教育的两个策略..... 84

第六章 自由与新闻自由的法律审视 李丹林/94

- 一、自由的哲学含义..... 94
- 二、社会政治意义上的自由..... 97
- 三、表达自由与新闻自由..... 101
- 四、西方政治与法律的自由传统和新闻自由的法律保障实践..... 104
- 五、对表达自由和新闻自由的限制..... 110
- 六、自由与新闻自由的中国语境..... 112
- 七、国际社会人权保障中的新闻自由..... 119

第七章 新闻法立法的难点及现实可能性 李艳/121

- 一、新闻法立法的难点分析..... 122
- 二、新闻立法的现实可能性分析..... 131

第八章 大众传媒对文明执政的促进	谢进川/163
一、对科学合理的促进.....	164
二、对和谐认同的促进.....	167
三、对公正规范的促进.....	170
第九章 网络传播与国际新闻中的英语强势	
.....	赵鸿燕 林媛/173
一、网络传播促进英语强势地位的原因.....	173
二、网络中的英语强势对国际新闻的冲击	175
三、网络英语强势下的中国国际新闻对策.....	177
第十章 出版事业与大众传播	李舒东/180
一、出版物是大众传播的一种媒介.....	180
二、出版传播的媒介类型	183
三、出版传播的效果分析.....	185
四、从奶酪神话到长尾理论.....	190
第十一章 大众传播全球化与建立国际传播新秩序	
.....	刘亚军/192
一、大众传播全球化.....	192
二、国际传播秩序的不平等.....	197
三、建立国际传播新秩序.....	204
第十二章 大众传播与中美关系	张香美/211
一、媒体意识形态的差异导致中美两国人民对客观事件的不 同见解.....	211

二、国家利益的差异影响中美对客观事件的判断.....	215
三、中美大众传播实力不对等.....	218
第十三章 战争催生大众传媒的革命	张志华/222
一、战争对大众传媒的影响.....	224
二、战争对新闻原则、新闻理念的冲击.....	230
第十四章 运用新媒体开展思想政治工作的	
经验分析	刘东建/234
一、新旧结合,多管齐下.....	234
二、授受合一,角色互化.....	235
三、扩散集聚,群体黏合.....	236
四、积极应对,主动开发.....	237
五、明确导向,内容为大.....	238
后记	241

第一章 哲学与大众传媒的关系

冯波 金文

哲学是理论化、系统化的世界观和方法论,是自然科学、社会科学、思维科学的概括和总结,在民族文化中处于核心和灵魂的地位,是时代精神的精华,对大众传媒的理念和实践具有重大影响。哲学对大众传媒的指导作用是由哲学的对象与功能决定的。一个社会的大众传媒作为社会文化的一个组成部分,受到社会文化的核心部分——哲学精神的指导是必然的,它可以对大众传媒起到根本的世界观、方法论的导向作用。同时,它也需要在对包括大众传媒在内的具体科学的概括和由此体现的时代精神的基础上发展自己。

一、问题的提出

大众传媒是当代社会文化的一个重要组成部分。一般来说,大众传媒,也称传媒或媒体,是指职业化的信息传播机构,通过各类社会团体利用机械化、电子化的技术手段向不特定的多数人传送信息。

大众传媒有以下三项特征:

1. 它针对较大数量的、异质的和匿名的受众。
2. 消息是公开传播的,安排消息传播的时间,通常是以同时到达大多数受众为目的。
3. 传播者一般是复杂的组织,或在复杂的机构中运作,因

而可能需要庞大的开支。^①

随着大众传媒的发展,大众传媒产业逐渐形成,并且成为社会中的重要机构。同时,“它们影响我们的文化、我们的购买习惯和我们的政治,而且,它们反过来又受到我们信仰、品位、兴趣和行为中发生的变化的影响。”^②现在我们所说的大众传媒一般是指报纸、杂志、图书、广播、电视、电影、网络、录音录像制品等,其中报纸、广播、电视通常被认为是主要的“新闻媒介”。目前,围绕数字技术发展的新媒介主要以互联网为代表,但是从严格意义上来说,互联网只是一个提供信息交流的平台、渠道,只有一个个具体的网站(ICP)才是真正“职业化的传播机构”。新媒介还包括激光唱盘、激光影碟、数字电视等。人们通常依出生顺序,把书报杂志、电台、电视台这三种传统媒体,称之为“老大”、“老二”和“老三”。“老大”传播文字信息,作用于人的眼睛。“老二”传播声音,作用于人的耳朵。近二十多年里,“老三”最厉害,它所传播的信息同时作用于眼睛和耳朵。三兄弟经过长期磨合,在人类社会里各司其职,组成媒体大家庭,其乐融融。

就在人类社会即将走进 21 世纪的时候,人们发现,一个后来者突然闯进了媒体大家庭,它集三位兄长的优势为一身,传播的是以文字、声音、图像形式反映出来的数字形式(以计算机数字技术传播文字、声音、图像信息),因其各种功能都与互联网有关,人们把这种新媒体叫做“网络媒体”。1998 年 5 月,联合国新闻委员会正式提出,“互联网”已成为“第四媒体”。

现在,大众传媒又迎来了一个新的时代——“短信时代”,手

① [美]沃纳·塞佛林、小詹姆斯·坦卡德:《传播理论起源、方法与应用》,华夏出版社 2000 年版,第 4 页。

② [美]雪莉·贝尔吉:《媒介与冲击》,东北财经大学出版社 2000 年版,第 22 页。

机短信成为新的“第五媒体”。短信是手机与手机之间点对点发送信息的一种服务。借用手机发送短信息,让本来具有语言传递功能的手机变成了电报式的解读,使耳朵闲置,而让文字彰显更大的作用;使嘴巴休息,让拇指灵敏发达起来,从而使短信具有了技术和文化的双重指向。同时,一种以短信服务为载体、以文本信息为内容、以手机客户为传播对象的“短信文化”应运而生。据统计,2001年中国手机短信发送量为120亿条,2002年达到500亿条,到2006年,中国内地短信量为5020亿条。手机短信像春天里的花香,不用风吹就能够沾满你全身。今天的手机一族,如果连一条短信都没收到过,那么你就是个孤独怪僻、没有朋友的人;如果连一条短信都没发过,至少给人一种落伍的感觉。而且,在春节、情人节、愚人节、国庆节、中秋节等节日,或中国加入世界贸易组织、世界杯足球赛、伊拉克战争、2008年北京奥运会等国内国际重大事件发生的时候,都会引发短信喷发的高峰。收发短信,几乎成了许多痴迷“狂人”的生活方式。借着移动通信的传播平台,短信息从星星之火到燎原之火,那些随时可见的手按键盘、埋头前行的年轻人构筑了短信时代的亮丽风景。传统沟通的枷锁被拇指击得粉碎,自然空间的限制也被网络传输和手机键盘轻轻迈过,有人剖析短信现象“有如精神上的麦当劳、肯德基”。短信是全新的,而文化的内核却是古老的,古老与全新的嫁接生长出了传统文化之外的一道文化景观。随着互联网、手机短信等新的大众传媒的出现,大众传媒又具有了一些新的特征,如在互联网上可以进行传播者和传播对象的互动。

网络、电视、广播、报纸等大众传媒的迅猛发展是时代特征的重要标志,它对人类社会和个人所产生的巨大影响对哲学概括时代精神提出了新的课题。同时,哲学对于大众传媒的指导

作用也日益凸显。哲学和大众传媒的关系问题于是被纳入人们的研究视野之中。

二、哲学是大众传媒运作理念的根本指导思想

哲学对大众传媒的根本指导作用是由哲学的对象与功能决定的。哲学是时代精神的精华,是理论化、系统化的世界观和方法论,是自然知识、社会知识、思维知识的概括和总结。哲学与具体科学是一般和个别的关系。哲学是对具体科学的概括,同时,具体科学又要受哲学的指导。可以把一个社会的大众传媒与哲学的关系比作具体科学和哲学的关系。从文化的角度讲,哲学处于社会文化的核心位置。作为社会文化的一个组成部分,大众传媒受到社会文化的核心部分——哲学的指导也是必然的。哲学观念可以对大众传媒起根本的世界观、方法论的导向作用。哲学思维渗透于大众传媒的整个指导思想和运作理念的过程中。

概而言之,当今世界各国大众传媒运作的根本指导思想,实际上可以归纳为两种哲学思想:一种是指导西方如美国大众传媒运作的自由主义理论,一种是指导社会主义国家如我国大众传媒运作的马克思主义哲学。

(一) 自由主义哲学是西方大众传媒的指导思想

起源于霍布斯、洛克、斯宾诺莎,经过启蒙学者和英国的约翰·密尔等人发展起来的自由主义理论是支撑西方大众传媒的重要哲学思想。在美国大众传媒的运作过程中,自由主义理论有着很强的指导性。

媒介自由主义理论源于资产阶级的天赋人权观,体现了自

由竞争时期资本主义的时代特征。早在 17、18 世纪,在资产阶级反封建的斗争中,欧美一些思想家和政治家就为自由主义报刊(媒介)体制准备了理论基础。其代表人物有英国资产阶级革命的思想先驱、写下《论出版自由》的弥尔顿;以洛克、卢梭、伏尔泰等为代表的英法启蒙主义思想家;美国第三任总统、《独立宣言》的起草人杰弗逊;被誉为“独立战争之笔”而与“独立战争之剑”华盛顿将军并列的思想家佩因,以及《论自由》一书的作者、英国 19 世纪哲学家约翰·密尔等。对天赋人权观的一个最有力、最简洁、最为人熟知的表述,就是《独立宣言》中开宗明义的那段话:“我们认为如下真理不言而喻,人人生而平等,造物主都赋予他们某些不可剥夺的权利,其中包括生命权、自由权和幸福之权。”媒介的自由主义理论正是以当时这一全新的观念为思想基础的。

18 世纪末 19 世纪初,自由主义媒介理论的主要精神被陆续写入西方各国的宪法,被公认为是神圣不可侵犯的原则。也就是说,媒介自由主义从理论探索转向制度化的实践探索。在这个过程中,美国第三任总统杰弗逊对此作出了重大贡献。他坚信,在运用理性时,个别人可能发生错误,但如果把大多数人结合为一个整体,则一定能够作出正确的判断。在此过程中,为了给人们打开所有通向真理的大门,最好的办法就是实行新闻自由。他说:“我甘愿将自己作为一项伟大的试验,以证明一个廉洁、公正而得到人民了解的政府,面对荒唐报纸的谎言也不会被推翻。”^①正是在杰弗逊的政治理想及其实践的有力推动下,自由主义媒介理论及体制最终确立了在美国乃至整个西方社会中的支配地位。

① 张国良:《现代大众传播学》,四川人民出版社 1998 年版,第 141 页。

媒介自由主义理论的基本主张可以概括为这样几个原则：

1. 独立性原则。为保持政治上的独立性，媒介除报道情况、提供娱乐外，还应该通过销售和广告等相关的产业活动，有自己稳定的经济收入，从而保证财政上的独立；在此基础上，媒介才有可能对政府进行监督。政府不应该干预、控制报刊，相反，报刊有权利和责任作为一种司法范围之外的力量，对政府进行监督。要完成这一任务，报刊必须不受控制和统治。

2. 多样化原则。这一原则建立在“观点自由市场”和“意见自我修正”理论基础上，其主旨是各利益集团和公众可以利用媒介充分、自由地表达各自的意见，前提是必须让公众自由地接触各种信息，依靠他们的理性分辨真理和谬误，并对谬误进行“自我修正”。多样化原则的另一个主要内容为，应该让媒介在信息市场中自由、公开地竞争，决定胜负的唯一标准，是他们各自满足受众需求的能力、成绩如何。

3. 法制化原则。就社会控制而言，强调采用非行政控制手段，即除了通过自由竞争、“自我修正”的市场机制改善媒介状况之外，还必须将媒介置于一个稳定、完整的法律制度下，以调节竞争、抑制非法行为。

4. 客观性原则。自由主义理论强调，新闻报道必须遵循客观主义原则，向公众提供客观事实，让人们对外部世界形成自己的意见，而不是向公众灌输某种标准的价值观。客观性原则还意味着，在报道时保持不偏不倚，提供争论双方的观点，以便公众识别冲突情况下双方的真实主张。客观性原则被认为是自由主义理论在新闻实践中的具体体现。^① 媒介自由主义理论是资

^① 张国良主编：《新闻媒介与社会》，上海人民出版社 2001 年版，第 50～51 页。

产阶级处于新兴、上升时期为反对封建主义统治,顺应历史发展趋势和广大人民群众的希望而提出来的。当资本主义制度确立之后,资本主义国家在长期的统治过程中,逐步形成了一套适应资产阶级统治的政治民主体制,媒介自由是其中相当重要的组成部分。西方大众传媒一再标榜它们所尊奉的原则是新闻自由——出版报刊的自由、报道新闻的自由、发表意见的自由等意见表达方面的自由。媒介自由是西方国家资本主义政治制度的根本标志之一。但实际上,绝对的自由是不存在的。比如,“严格说来,美国政府不对新闻界进行审查、审批,如无特殊理由,政府无权压制某条消息的发布。但这并不等于在美国新闻不受检查。各种政治、经济利益对新闻的检查与制约作用是通过十分微妙而无形的方式进行的。”“美国政府与媒体有一个共同点,即它们背后都有一只经济利益的无形大手在翻云覆雨。”^①“在‘以金钱的特权代替封建社会的一切个人特权和世袭特权’为主要特征的资本主义社会里,自由和其他东西一样,已被金钱所雇佣和奴役。在当代垄断资本控制下的新闻自由,已失去了资产阶级初期为反对封建统治,争取自身包括广大劳动人民言论自由权利的神圣光环,而变成了一块为掩盖垄断资本压榨下的大部分人无法享受这一权利的遮羞布。”^②当代西方媒介自由并非真正的自由,而是有条件的自由,更多的是既得利益集团的自由。这体现在如下几个方面:

1. 西方的媒介自由是资本主义私有制和无政府集团利用新闻手段进行竞争的一种反映。

西方的媒介事业建立在资本主义私有制经济基础之上,属

① 顾耀铭主编:《我看美国媒体》,新华出版社2000年版,第92、101页。

② 雷跃捷:《新闻理论》,北京广播学院出版社1997年版,第150页。

于私人所有的企业。随着竞争和垄断的加剧,这些私营企业越来越集中在少数垄断资本家、垄断报系和垄断财团的手中,成为他们营利的工具。在西方,常常可以看到新闻媒介之间相互争论、攻讦、揭短,这种现象给人以极端民主和绝对自由的假象,资产阶级以此作为新闻自由的象征。其实这种现象正是资本主义无政府状态的集团竞争在新闻上的反映。比如,上个世纪70年代美国轰动一时的“水门事件”,表面上看是尼克松总统被美国的《华盛顿邮报》等新闻媒介拉下了马,新闻媒介成为“第四种权力”,新闻自由似乎发挥到极致,但事实上,“水门事件”是东西部垄断财团在政府内实力不平衡,进行权力再分配所用的一个手段,并非人们所言的证明了资本主义社会的民主、自由。

2. 当新闻事业涉及国家利益和垄断财团利益时,新闻舆论则会保持高度的一致。

作为美国有着巨大影响力的报纸之一,《华盛顿邮报》一直以客观、公正自居,但在其《记者手册》里却有明确规定:作为一家在首都出版的报纸,在报道国家安全时有双重职责,要格外谨慎地处理敏感信息,编辑们要严格审查那些有害于国家安全的信息。美国的报纸公开宣称,国家利益高于一切。但是,分析其含义,美国的大众传媒服从的实际上是美国大资产阶级的国家利益,受垄断财阀操纵的政府官员如果不按大资产阶级的利益办事,媒介就会对其发难。如1995年秋,美国的大众媒体和国会起初都坚决反对当时的第一夫人——克林顿夫人参加北京世界妇女大会。后来,当克林顿夫人在北京世界妇女大会上大肆诽谤中国妇女、攻击中国政府时,美国的传媒就开始大唱她的赞歌,《华盛顿邮报》还把她在北京世界妇女大会上漫骂中国的讲话全文刊发在国际版的显著位置上。2003年4月,美国不顾联

联合国和世界各国人民的反对,悍然袭击伊拉克。在战争中,美国为了鼓舞士气,争取民心,笼络盟友,大力发挥了新闻传媒操控、引导舆论的功能,运用一切手段策划、设计对己有利的新闻和画面,发动了声势浩大的舆论战、信息战,使未经核实的虚假事件变成认定的事实,挑起人们潜在的仇恨欲望等不良情绪。还利用几乎覆盖全球的新闻传播网络,配合政治外交攻势,大肆宣传出兵参战的必要性。美国数以千计的电视台、电台与美国政府保持了惊人的一致,特别是几家大型传媒机构,一边挖空心思传播各种有利于美国海湾政策的消息,一边不时公布所谓“民意测验”的结果,使公众感到出兵作战是“大势所趋”、“人心所向”。有效的新闻宣传,赢得了美国参众两院和社会各界对出兵参战的充分支持。同时,美国国防部规定:所有从战地发出的文字、图片必须先经过军方安全审核;战地记者不能单独行动,必须联合采访,并有军方陪同;报道中不能提及士气状况、部队集结地点、番号、武器型号和数量以及作战或后勤方面的情况,禁止报道伪装、作战攻击目标及有关资料;禁止在伤亡士兵的亲属接到伤亡通知之前使用他们的照片;图片及电视画面不得出现伤员的痛苦表情等。而且,为了达成垄断媒体报道的目的,美国一反所谓的“新闻自由”传统,要求其盟国停止为反美、反战的电视台、电台提供卫星服务。在整个战争中,西方舆论的信息源始终被控制在三个渠道上:一是美国官方透露;二是军方设在战区的新闻发言单位;三是伊拉克国内、国外的反萨达姆联盟提供的消息。一些在报道中不能和政府“保持一致”的记者被开除。如受雇于 NBC 的彼得·阿内特曾因越南战争和海湾战争战地报道而获得普利策奖,但仅仅由于他在接受伊拉克电视台采访时说了句“美国的第一个作战计划已经失败”,就被重压下的 NBC 炒

了鱿鱼。NBC电视台的新闻发言人为此辩解说：“阿内特接受伊拉克国家电视台的采访是错误的，特别是战争时期。他将个人的意见公之于众，这也是错误的。因此阿内特不再为NBC从事报道了。”

3. 当代资产阶级新闻自由还要受法律和其他各种手段的控制。

首先，西方国家的法律界定了新闻自由的范围和程度，新闻活动的各个环节都要受到法律的制约和调节。资产阶级新闻学非常强调对滥用新闻自由要依法追究的问题，各界一致的看法是新闻自由并非绝对的，而是应该有限制的，控制滥用媒介是法律的正当任务。当实施新闻自由不危及资产阶级的根本利益和资本主义私有制时，这种自由的民主权利就可在法律允许的范围内实现，反之就会受到制裁。

其次，对通讯社的控制。通讯社是新闻信息的供应商，是大众传媒新闻消息的重要来源，而通讯社被垄断资本所控制，使通讯社发布出去的新闻和消息带有了垄断资本和大财阀的意志。在美国，美联社和合众国际社及其他大量的特稿辛迪加，几乎垄断了所有美国报纸的新闻和专稿、图片等。同时，这些机构秉承其国家意志，凭借雄厚的资本和先进的技术，大量向发展中国家发布信息，以此进行思想渗透和文化侵略。同时，这些资本主义国家对外宣传时，无不打着所谓“新闻自由”、“传播自由”的旗号，实际上是为本阶级的经济利益、政治目的服务。它们的自由是以取消发展中国家自由选择和平等报道的权利为前提的。

此外，通过政府的各种公关手段进行控制，如政府及各种组织召开的新闻发布会、记者招待会以及记者俱乐部等。资产阶级新闻事业与资产阶级政府的根本利益和大方向是一致的，政