

2009

解析

中国新闻传播学

JIEXI ZHONGGUO
XINWENCHUANBOXUE

陈力丹 / 著

人民日报
SERIES OF THE BEST
MEDIA BOOKS

人民日报出版社

解析中国新闻传播学

2009

陈力丹 著

人民日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

解析中国新闻传播学·2009/陈力丹著. —北京:人民日报出版社,
2009.7

ISBN 978-7-80208-929-7

I. 解… II. 陈… III. 新闻学:传播学-研究-中国 IV. G219.2
中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第131515号

书 名:解析中国新闻传播学·2009

出 版 人:董 伟

著 者:陈力丹

责任编辑:曼 熳 梁雪云

封面设计:春天书装工作室

出版发行:人民日报出版社

社 址:北京金台西路2号

邮政编码:100733

发行热线:(010)65369527 65369512 65369509 65369510

邮购热线:(010)65369530

编辑热线:(010)65369524 65369514

网 址:www.peopledaily.press.com

经 销:新华书店

印 刷:北京中新伟业印刷有限公司

开 本:710×1000 1/16

字 数:340千字

印 张:21

印 次:2009年7月第1版 2009年7月第1次印刷

书 号:ISBN 978-7-80208-929-7

定 价:35.00元

写在前面

由于专职研究新闻传播学,我从1994年起,每年都要对前一年我国新闻传播学的研究情况做一次综述,也是从那时起,我的研究范围逐渐从马克思主义新闻思想,扩展到新闻传播学的其他领域,并且越来越多地关涉新近发生在新闻传播学界、业界的事件,予以及时的学术性解说。2003年我转入高校教学领域,对学生的学习和读书比较关注,经常根据需要向学生提供一些必读和浏览的书目,与他们谈论各种学习。于是,无形中我的文章逐渐为报考新闻传播学研究生的同学关注,也为各高校新闻院系的青年教师关注。

2006年起,为满足考研同学了解近年我国新闻传播学研究的基本情况以及热点问题的需求,我每年年初出版一本《解析中国新闻传播学》的书,将我前一年发表的涉及学界面上研究情况和业界热点问题讨论的文章,汇集起来,供大家学习参考。本书是第四本,分为11章,收入2008年写的大小文章61篇,展现了2008年我国新闻传播学各方面的研究状况、新闻传播业界和学界讨论的热点问题,从总体的研究综述、新闻理论到新闻业务研究。该书的附录,收入我调整后的《新闻传播学硕士研究生参考书目》(第八稿)。

这年我国发生的重大事件很多,又恰逢改革开放30周年。所以,关于年内与新闻传播相关的大事,我尽可能跟进,发表了较多的分析文章;30年来本学科各方面的学术回顾文章,自然也写了很多,这些文章对80后和90后来说,将提供他们没有的重要历史记忆。

此前的《解析中国新闻传播学》由上海交大出版社出版,曾几次列入中国人民大学新闻学院研究生招生参考书目和入学后的硕士生参考书目。2009年版的本书,人民日报出版社十分关注,愿意接手做,这在工作联系上就方便多了,因而

需要特别感谢人民日报出版社的领导和曼熳编辑。

我的工作头绪太多,为了继续站在全局角度观察本学科的发展,我不得不改变以往文章完全自己动手写的传统。现在的文章,大约一半是由我出题目和大体框架,提供材料或寻找材料的范围,由我带的硕士生、博士生,以及我管理的博士后先做,我做第二遍,然后学生做第三遍,我做第四遍……,每篇文章都是这样如此反复后完成的。我是认真的,凡是署上我名字的文章,都经过我逐句修改,与学生充分讨论过的。这样,学生得到了锻炼,成果也出来了。不过,这使得我总是停留在普及学科知识、说明新现象的层面。既然已经转换到新闻传播学的教学岗位,工作性质如此,能够做好,也算尽职了。

陈力丹

2009年1月16日于北京时雨园

目 录

第一章 新闻传播学研究概述	001
2008 年新闻传播学研究的 11 个新鲜话题	002
2008 年广播电视研究的九个关键词	011
第二章 新闻传播学与当前政治	021
同步推进科学发展观与人文精神	022
论胡锦涛传媒工作的新思维	024
论胡锦涛关于互联网的新思维	032
学习胡锦涛 6·20 讲话 答《青年记者》记者问	037
不应过分突出领导干部的活动报道	045
关于“传媒与国家形象”话题	048
第三章 2008 年新闻界事件分析	051
汤唯广告被禁:喜闻《假若明天来临》播出全剧	052
3·14 拉萨暴力事件:突发事件:贵在“先声夺人”	055
抵制“家乐福”事件:网络语境下的情感与理智	058
5·12 地震报道:汶川地震报道的实践带给我们的新思维	064
“做鬼幸福论”讨论:时刻牢记共产党是人民的公仆	075
北京奥运报道:奥运报道让各传媒充分展现职业水准	080
三鹿奶粉事件:从“三鹿奶粉”事件看健全信息公开制度	085

百度诚信危机:新型传媒搜索引擎职业操守的缺失及应对	089
《基督教科学箴言报》停出印刷版:数字化条件下,传媒的 外在形式已不重要	094
第四章 纪念改革开放 30 周年	098
1978,我思想走向成熟的转折年	099
那是一段思想稀薄的时光	103
新闻学基本概念的艰难回归	119
回归新闻学本体	126
改革开放 30 年来记者角色认知的变迁	136
同步推进科学发展观与人文精神	144
改革开放后第一起公开报道的突发事件	152
第五章 新闻真实报道研究	156
论记者对事实性质的判断	157
“武汉女司机被打”新闻的客观性分析	164
春节报道的数字迷魂阵	169
周正龙案二审耗时多少小时?	171
第六章 新闻自由与法治研究	173
论西方新闻自由与言论自由的固有矛盾	174
从是否封闭色情网看自由与法律	181
关于落实奥运期间外记在华采访规定答新华社记者问	185
第七章 新媒体研究	189
试论图文关系的历史变迁	190
理性认识“人肉搜索”问题	199
论新媒体人际传播的客观“监督”效果	208

报业,拿什么拯救你?	218
传媒大鳄的传声筒	222
第八章 新闻职业道德与规范研究	226
用新道德观统领采访	227
媒体何时能告别“示众文化”?	231
记者采访中需谨记“减少伤害”原则	233
传媒报道自身的活动有近水楼台之嫌	237
媒体曝光行人违章折射的法治困境	239
交管部门要求传媒曝光违章行人非法治	244
幸灾乐祸的“中头彩”比喻	248
不能使用“恶魔”称谓人	249
腐败广告助纣为虐	251
第九章 传媒从业者职业素养研究	253
检讨记者对事实性质的判断失误	254
假如记者有些社会心理学知识	259
记者编辑要有世界行政区划的知识	264
第十章 新闻业务研究	266
我们需要怎样的奥运报道	267
时刻想着本报读者群的需求	269
请交代具体的新闻主体	272
消息中不能有记者的议论	274
事实的“what”不清,怎能当新闻来报道?	276
规范新闻标题缩略语的使用	279
半天看不明白的新闻标题	282
对几家报纸的评报意见	285

第十一章 中国新闻奖作品的赞扬与批评	298
体现“观点事实”中的新闻价值	299
关注细节 本然语言	303
抓住热点 做足文章	307
力求平实 注重细节	310
一篇及时扭转非理性狂潮的网络评论	314
附录 新闻传播学硕士研究生阅读书目	318

第一章 新闻传播学

研究概述

- 2008 年新闻传播学研究的 11 个新鲜话题
- 2008 年广播电视研究的九个关键词

2008 年新闻传播学研究的 11 个新鲜话题

2008 年对我国来说,大事频发,波澜起伏,又恰逢改革开放 30 周年,中华民族和中国政府都接受了多重考验,我国新闻传播业的职业水准也得到一次提升。本文从我国新闻传播学界对重大事件的解读和基础理论研究两个维度,考察一年来的理论收获。

这年学界研究的话题虽然突出,但大多是围绕刚才发生的事件展开的,重复较多,没有形成突出的集体关切,重大理论问题的聚焦能力不足,话题分散。主要依托社会重大事件的议程进行应用性的解读固然重要,但难以在基础理论层面扎实推进。这在一定程度上说明,本学科的理论聚焦缺乏学科的自身逻辑。

一、信息公开:从危机应对到社会常态

关于“信息公开”的研究这几年逐渐升温,现实原因主要有三点:一是国家制度层面的推进。2007 年元旦至 2008 年 10 月 17 日,实施《北京奥运会及其筹备期间外国记者在华采访规定》;2008 年 5 月 1 日起施行《中华人民共和国政府信息公开条例》。前者的主要原则和精神在 10 月 17 日后得到了新条例的确认,即《中华人民共和国外国常驻新闻机构和外国记者采访条例》,条例以长效法规的形式,保障信息公开成为一种常态。二是舆论反复吁求,三是网络时代的技术支持。

新闻传播学界对信息公开研究,主要体现在两方面。其一,信息公开对危机事件的作用机制。研究者普遍认为,社会恐慌的根源来自信息的不确定和不平衡,而不是信息的公开。一个好的社会传播机制的构建应该以公开、及时、平衡为基点。汶川地震报道和三鹿奶粉事件,从正反两方面凸显了危机时刻信息公开与信息封锁的结果。汶川地震伤亡十分严重,却基本没出现谣言,这主要因为我国媒体信息发布及时而详尽,公开的程度为历次灾难报道所少见;境外媒体报道的信息源多数来自中国传媒,我们掌握了报道基调。三鹿奶粉事件中,三鹿公司和

石家庄市实行信息封锁,庸俗公关,多次错失主动化解危机的机会,导致公司和国家付出巨大的成本来为信息封锁的后果买单。

其二,信息公开的制度变迁路径。多数研究者强调,重大危机事件推动信息公开,体现了因事成制的路径依赖。研究者认为,通过抗震救灾报道引起制度性的反思,其成功的经验应该沉淀为制度层面的改进,它带来的传媒体制建构方面的认识成果在于:以“社会本位”的传播架构替代“行政本位”的传播架构。“如果我们不能从一场巨大的灾难中收获一种制度性反思和建构的成果,那么,这场灾难所造成的损害就还将在未来延续。”或者如胡锦涛评价及时公布震情灾情时所说:“其中的成功经验值得认真总结,并要形成制度长期坚持。”^①

二、内外宣模糊化:认识世界传媒共处的环境特点

拉萨3·14暴力事件的影响广泛,危机事件的对外传播在全球化的语境下如何进行,成为走向开放的中国越来越需要紧迫思考的重大课题。研究者从“分析国外传媒的新闻框架”、“呼吁建设新型传播主体”等角度做了深入讨论,指出:围绕拉萨3·14事件展开的较量,本质上是国家公关之战,需要把国家公关战略提升到国家整体战略的重要组成部分。以“客观”、“真实”为诠释框架的新闻理论,以道德义愤为核心诉求的传播批判思想,不足以全面理解和把握奥运语境下有关拉萨3·14事件的国际论争。在众声喧哗的场域上,台前的新闻播报不过是可拾可弃的信息武器,背后则是权力和利益的争夺。

研究者认为,根据这些新情况,我方应考察问题发生的根源和未来我国传媒与西方传媒如何建立共处关系,并引申出相应的传播框架的社会结构调整。这次事件中我方实现了“主体下移”,即把国家权力,特别是表达的资源、机会和关系网络适当移交给民间,形成多元主体支撑的话语体系;对外实现意义输出,整合多种国家公关形态,最大限度地使自己成为消息来源,并把国家公关战略的重心放到意义输出和价值表达上。

还有研究者指出,现在的“中国话题”、“中国因素”已经国际化,内宣和外宣的界限已经模糊。因而,我方的传播要有全球视野,摒弃“弱国心态”,树立大国情怀。“随着中国的日益强大,各种声音纷至沓来。我们既要习惯于听赞扬,又要

^① 陈力丹.汶川地震报道的特点和对传媒未来的影响[J].新闻记者,2008(6);喻国明.地震大考:关于传媒体制构建的若干思考[J].现代传播,2008(4)。

习惯于听批评。英国《独立报》2008年3月20日载文说:‘现在的中国已不是过去的中国,中国再也不能把自己描绘成一个受害者,它应该学会接受国际批评。’这话有一定道理。当然像西方媒体借西藏问题恶意抹黑中国之类的做法要坚决予以批驳。但是比批驳更重要的是改进我们日常的报道,克服各种痼疾,使我们的传播真正成为有效传播。”^①

三、“敬畏生命,减少伤害”:被明确的采访原则

在汶川地震后的全国性救灾活动中,我们的传媒记者迅速跟进,奔波于救灾一线,表现了顽强的职业精神,创造了近年来最好的传播效果。但在另一方面,某些记者采访中缺乏人文关怀的职业意识也显现出来。例如强求采访,让被采访对象回忆痛苦经历;发表废墟中惨不忍睹的尸骸照片;震后某报发表“做鬼也幸福”的词,等等。心理专家指出:“如果媒体在报道地震救援的时候,总是提供惨烈的、震撼心魄的图片,或者是夸大灾难事件的恐怖性、可怕性和影响性,以达到抓取读者的目的,那么这种报道就会给当事人和未经历灾难、关注灾难幸存者的许多人,造成一个新的‘应激源’。”

有的研究者强调:“敬畏生命,减少伤害”,是传媒新闻职业规范中一个不言而喻的基本原则,多数国际的或行业的职业自律都有表述,但我们很少进行这方面的职业素养教育。这次地震报道中,记者们非常辛苦,想要得到第一手资料的职业冲动也可以理解。但要明确了一条原则:人的安危、人的情感、人的尊严,比收集新闻更重要。任何时候,人的生命高于一切,尤其高于记者从事的新闻报道本身。记者们须谨记“以人为本”;而对接受采访者来说,如果要求你配合采访而你无力应对,你们应敢于对他们说“不”。

还有的研究者分析了汶川地震报道中的“母爱短信”。网站编辑未经核实将网上流传的这条“无源消息”制作成网页,三家报社不加核实轻率转载,旋即全国众多媒体“积极参与”。当事者或许出于弘扬伟大母爱、营造感动舆论等考虑,有意无意地在转载时放弃了应尽的核实责任。于是,一篇虚假新闻就这样在众多媒体的“共同努力”下,造就了一个感动全国人民的“神话”。作者提出:任何时候都应该追求新闻真实,遵循新闻工作的基本职业规范,杜绝“感人的”假新闻。

^① 胡百精. 权力话语、意义输出与国家公共关系的基本问题[J]. 国际新闻界, 2008(5); 张振华. 全球化语境与新闻传播[J]. 现代传播, 2008(3)。

一位研究者结合汶川地震的救灾报道,总结了灾难报道尊重人的生命和权益的若干职业规范:以同情之心面对灾难中的受害者及其家属,记者要避免成为噩耗报告者;强化对未成年人的保护;不对灾难事件进行娱乐化表达;避免过度展示灾难中的悲剧;对别国的灾难报道同样保持人文关怀;掌握基本的救灾常识;采访活动以不妨碍现场救援工作为前提。^①

四、胡锦涛与网民对话:实现个体间的信息水平互动

胡锦涛6·20在《人民日报》的讲话,是年内新闻界的一件大事。这次讲话中,党的最高领导人首次使用了新闻传播学的术语。同时,在人民网与网民进行对话。胡锦涛与网民对话成为国内大众传播的主要新闻。

研究者回顾历史指出,2002年胡锦涛在全国宣传部长会议上就谈到“要尊重舆论宣传的规律”,这一次又进一步明确为“按新闻传播规律办事”。胡锦涛接着谈到的三件要做的事情:“认真研究新闻传播的现状和趋势,深入研究各类受众群体的心理特点和接受习惯,加强舆情分析,主动设置议题,善于因势利导。”这些,恰恰是新闻传播学的话题。

研究者发现,胡锦涛与网民的对话,使信息流动从原来的“党→媒体→人民群众”变成了“党的领导人→网民”,信息变成了个体间水平的互动。胡锦涛说:“互联网已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器”,“必须加强主流媒体建设和新兴媒体建设”,意味着中国的网民完成了历史性的蜕变,成为一种积极干预社会现实、促进社会进步的重要力量,新兴媒体与主流媒体一起进入官方议程。胡锦涛直面网民,是对网络价值、网民力量的无声肯定。^②

五、舆论监督:“三公平”原则

舆论监督是多年不衰的研究话题。这年的众多文章中,“三公平”原则的提出至少形式上有些新意。有的研究者指出,新闻传媒的报道要体现社会公平、促进社会正义。“社会公平的基本内涵应当包括强责任的过程公平、中等责任的起点公平与弱责任的结果公平”。

^① 陈力丹,黄伟.时刻牢记共产党是人民的公仆[N].学习时报,2008-7-7;唐远清.任何时候都应该追寻新闻的真实[J].国际新闻界,2008(6);季为民.灾难报道的新闻职业规范[J].国际新闻界,2008(8)。

^② 陈力丹.论胡锦涛关于传媒工作的新思维[J].当代传播,2008(5)。

报道过程的公平,是一种强公平,即要求报道主体在采写编的过程中对报道对象的任何个体或群体实现规则平等,尤其在突发事件的报道中,对不同利益的各方保持中立,给予涉事各方同等的发言机会,实现平衡报道。报道起点的公平,对传媒来说责任中等。这是指进入报道流程的人或人群,由于先天的原因,地位、性格存在多层面的差异,传媒无法保证社会分化中的起点公平,但是在具体新闻流程之初,传媒要实现公平,不在其中介入传媒或记者的利益。结果公平,对传媒来说责任较弱。因为尽管过程、起点公平了,但是传媒报道的结果不能不涉及人们接受新闻信息时的至少两种新闻价值的选择:结构异常、社会显著性。不过,这方面若传媒主动协调,能够适当地使得平常事项和非著名人士相对得到社会的关注。

研究者认为:“我们首先应严格保证过程公平,让每个人都能享有平等的机会,面对同样的、没有歧视的规则。而在起点公平中,由于某一社会行动的‘起点’往往是此前各种社会行动的‘结果’,因此我们只能保证此次社会行动中的起点公平,却难以保证在此之前的起点公平。而结果公平为三者中最弱的责任。”因为不同的社会主体在经历了严格的过程公平和适度的起点公平后,由于个人能力和意愿的原因,依然造成结果的不平等,那么,出于公平的追求可以对此进行一定的调整,却难以强行抹杀结果中的所有不平等。^①

六、三鹿“公关”百度:公关学者出面正名

年内三鹿奶业公司对搜索引擎百度的庸俗公关,引发公共关系学的身份危机和价值质疑。有的研究者归纳了无良网络公关的三宗罪:“歪曲真相”、“杜撰口碑”、“操纵舆论”。作者认为,无良网络公关业大行其道的根本原因在于我国政府监管机构和行业管理组织的容忍和纵容,继续任其发展,网络舆论环境将更加浑浊,网络自由将沦为利益集团的附庸。因此要尽快整治,政府监管机构和行业管理组织负有不可推卸的责任。

还有研究者提出,现在的“公关”被庸俗化了,有意忽略它的“价值前提”,即社会对话。对话要求维系公共精神,以及各方共同遵守社会准则;要求在自利利人基础上的互惠共赢;以及采用非对抗的解决方式。而以往公关对“形象塑造”的片面理解、迷信“丑闻消声”等,已经导致淡漠公关的对话前提,没有对话能力,

^① 张梅. 论新闻报道体现社会公平正义[J]. 新闻大学, 2008(1).

甚至对对话心怀疑惧。如果三鹿公司能够理解和接纳公关的价值前提,那么自发现三聚氰胺问题至今,可能是全然不同的另一种处境和情势。

有的研究者强调,三鹿事件挑战了危机公关的职业底线,引发了广泛的信任危机。为树立正确的公关意识,应引入了危机公关的“5S原则”,即承担责任原则、速度第一原则、真诚沟通原则、权威证实原则、系统运行原则。^①

七、“人肉搜索”:必须面对的一种意见评价机制

鉴于近来“人肉搜索”屡屡涉及道德和法律问题,年内有的人大常委在讨论刑法修正案时发出对“人肉搜索”的声讨,因而引发学界关注,发表了十几篇文章。

研究者认为,“人肉搜索”,即一种利用现代信息科技的网上互助,变传统的网络信息搜索为人找人、人问人、人碰人、人挤人、人挨人的关系型网络社区的活动,它是一种“一人提问、八方回应”的搜索体验。这方面一个比较好的事例就是四川汶川地震发生以后,很多网友在网上建立了“汶川地震寻人吧”。“人肉搜索”作为一种网上意见评价机制,它出现之后,那些挑战人们道德底线的言行能够被揭开匿名、虚拟的面纱,使网络言行不当者在现实社会中接受公众的监督与道德评判。“人肉搜索”本身没有“原罪”。在多数情况下,它由某一个网友发布,响应者很少,只有在一定条件下,它才可能形成规模的网络搜索。“人肉搜索”不是谷歌、百度,只要搜索一个人名,马上就可以得到无数的结果,它是网民自发地发动,在一定条件下得到响应的一种搜索方式。

研究者也指出,作为一种自力救济机制,在合理限度内,“人肉搜索”可以使当事人的合法权益予以及时救助,也提高了违法者违法成本和机会成本,节约了稀缺的公共资源,达到对社会资源的有效利用。但人肉搜索带有集群行为的盲目性,存在诸多问题,搜索多具有无名的盲从特点,在网络信息的海洋里,人们无从判断信息的真假,很容易造成对当事人的不当伤害;在无监督的情形下,搜索者往往不顾忌他人的合法权益,包括个人隐私权和人格尊严。但是,网上发言的人都是真实的人,所以现实生活中的法律同样适用于网络世界。^②

^① 唐远清.由“奶粉事件”论无良网络公关的危害[J].新闻记者,2008(11);胡百精.公关、对话及其可能性[J].国际新闻界,2008(10);龚莉萍.三鹿事件:拷问危机公关职业底线[J].国际新闻界,2008(10)。

^② 陈力丹.理性认识“人肉搜索”问题[J].信息安全,2008(10)。

八、新闻植入人性营销：广告商再度侵蚀新闻

植入式营销主要适用于电影、电视剧、电视娱乐节目，引起的争议相对较少。而目前这种营销手段，正逐渐渗透到我国传媒的新闻报道中，其表现形式及对传媒自身的影响，还没能引起足够的重视。

有的研究者着意揭示这个问题，讨论新闻植入式营销的危害及其相应的对策。研究者认为，植入式营销应用到新闻传播，其危害在于“再次突破了广告与新闻的界限”。从长远来看，新闻植入式营销对传媒而言是一种“杀鸡取卵”式的发展，将导致新闻人才的流失、传媒组织管理混乱、传媒公信力竞争力下降，以及传媒社会监督职能的蜕化，侵蚀新闻伦理等结果。面对这种情形，我国的传媒要坚持广告与新闻分离的原则。新闻植入式营销对这一原则的破坏程度远大于一般的有偿新闻、记者拉广告，因为前者是传媒的组织行为，后者是个体或小团体行为。我国传媒要积极思考如何在不危害传媒发展的情况下合法拓宽效益增收的渠道，同时由传媒团体出面提醒：警惕新闻植入式营销！

还有研究者借鉴美国、欧盟和日本的做法，对植入式营销的管理规范进行探讨。作者认为，植入式营销代表一种另类的整合传播策略，它以自然的、非侵略性的、非强力说服性的方式营销品牌，容易对消费者形成一种“内在的遥控”（internal zapping）。它隐匿赞助者，不让受众察觉的手法，有违伦理，并使主管机关难于管理。因此，美国、欧盟和日本都逐渐用法律法规来规范植入式营销，有几点原则：儿童节目和新闻节目禁止植入式广告；节目性质不同，禁止的宽严程度也不同；广告形式的放宽应举行听证会，听取各界意见；明确广告内涵、形式和播放方式，明确广告与节目分隔原则；植入式广告应界定内涵，并订立播放与限制的具体规定等等。^①

九、百度竞价排名：引发学界讨论“搜索引擎是什么”

2008年11月发生的百度竞价排名事件，一方面是百度的诚信危机，一方面也引来新闻传播学界对搜索引擎性质的关注。

研究者认为，百度、谷歌等搜索引擎服务，并非传统意义上的大众媒体，而是

^① 苏蘅. 电视植入式营销引发的争议与挑战[J]. 国际新闻界, 2008(8); 陈力丹, 周俊. 试论新闻植入式营销[J]. 青年记者, 2008年3月上。