

UNWRITTEN
RULES IN
NEWSROOM

新闻暗规则

互联网并未改变的一切

王学锋 著



中国社会科学出版社

013070172

G21
14

UNWRITTEN
RULES IN
NEWSROOM

新闻暗规则

互联网并未改变的一切

王学锋 著



G21
14



北航

C1678981

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻暗规则：互联网并未改变的一切 / 王学锋著. —北京：中国社会科学出版社，2013.8

ISBN 978-7-5161-3096-4

I. ①新… II. ①王… III. ①新闻事业—研究 IV. ①G21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第192224号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 门小微
责任校对 胡新芳
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 [http: //www. csspw. cn](http://www.csspw.cn)
中文域名：中国社科网 010 — 64070619
发 行 部 010 — 84083685
门 市 部 010 — 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印装厂
版 次 2013 年 8 月第 1 版
印 次 2013 年 8 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 19.75
字 数 292 千字
定 价 48.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社联系调换
电话：010 — 64009791

版权所有 侵权必究

序

郭庆光

新闻业的从业者和研究者都在不断追问，前路在哪里？

王学锋的这本书也在回答这个问题，又不只在回答这个问题。

它的可贵之处在于不盲从、不迷信，就一些更基本问题提出了自己的独立思考：网络是否真的改变着新闻传播的基本规律？影响现代传媒的力量是否依旧存在？所谓主流媒介的衰落到底从何时开始？特别是书中对商业化传媒道路的反思和媒体社会责任模式的建构，更接近于讨论新闻业“如何死”、“如何生”的大问题。

这样一本中国媒体人站在世界新闻格局来反视现实困惑与实践的著述，真实生动，观点鲜明，值得一读。

首先，无论对从事何种媒介的新闻业者，翻一翻这本书都是有益的。记者、编辑们每天辛勤忙碌，应该偶尔停下来想一想，自己在忙些什么？又在为谁而忙？如作者所描绘，新闻业并非披着霞光的无冕之王、神圣事业，而是充满利益角逐，在生存、利润、权力关系、娱乐化漩涡中打转的社会实践。三倍于记者数量的公关从业者，掌握着世界最大传媒体系的“五个老板”，和主持人面前永远不变的麦当劳咖啡一道，构成了更真实的媒体生态，由此产生的悖论，值得每一位从业者深思。

由此而及未来，作者并未罗列或简单赞同所谓的数字化前景。相反，在他看来，互联网不是改变而是强化了新闻业的既有规则。一方面，对于当下的媒体，数字广告业务更像“线上挣一块钱，线下丢七块钱”的赔本赚吆喝，新媒体业务不过是一个季度不到一万美元的“杯水车薪”，数字

化变革中，一旦丧失新闻基因，巨无霸一般的媒体集团办不好一个小小的APP。另一方面，如果没有报纸，我们还会真正有每天的新闻吗？是的，那些如谷歌、百度、微博等“传输者”实际正在扼杀新闻的生产者，导致人们获得的新闻更少而不是更多，人们感知的世界更加单一而不是更多元。

其次，对大学新闻系学生和其他有志于从事新闻传播的人士，这本书会帮助他们抛去幻想，看到诸如煽情、偏见、丑闻、广告、资本的声音等更真实的新闻业要素。作为曾经的新闻系学生，作者试图告诉现在的求学者，虽然记者们努力工作，但绝大多数“新鲜事物”并没有机会被报道，有些事情仅仅因为过于复杂就被放弃，另一些因为未能赶上截稿时间，更多的，则被利益之手拒之门外。

对于更多人，这会是一本有趣的书。它告诉我们，电视直播看上去真实而震撼，其实却是“栩栩如生的墙纸”；现代战争因为媒体的介入，正变成“古罗马人观看狮子吃掉基督徒”的翻版；看起来专业而庞大的媒体，不过是过去小酒馆里“那个讲故事的人”罢了……它甚至细致地解释，为什么12只宠物的死亡会成为席卷美国的新闻，在巴格达发现12具尸体，却被轻描淡写地称为社会安全的小事故。

书里不乏有意思的细节。比如女兵杰西卡如何被塑造成现实版“拯救大兵瑞恩”，一个公关公司写手怎样向全世界讲述战争，报纸“无纸化”后，编辑突然发现没有人发稿了……其中，不时流露出只有中国新闻业的实践者才能道出的小“幽默”：有些“中”字头报纸上刊登的，可以是广告、软文，但肯定不是新闻；一家报纸的独家新闻，可能会成为另一家报纸向企业拉广告的筹码；头版头条的选取，有时并未经过深思熟虑，只是因为总编突然收到一条短信息；坐在发布会现场的，更多的不是记者而是PR；新浪、搜狐这样的门户网站，其实是传统媒体的另一张脸……作者显然希望通过这种对照，向读者传递更多的内容以外的讯息。

身为报人，王学锋并不是专业的研究者，但他在努力用自己的文字表达着对媒体前景的构想。虽然许多人未必认同书中所提的“非营利化解决方案”，但我相信这个一家之言确经过深入思考——

未来将是一幅多元化架构、多样性新闻、多空间传播的画面，其中，担负公众告知功能的传统媒体与担负公众参与功能的新兴社群媒体，“信托机制”下的营利性新闻机构与大量独立非营利新闻机构，分工协调，向公众提供相对完整真实的社会景象。

这种思考并非无的放矢。中国新闻业改革开放30年来，不断向产业化、市场化前行，又不断地在规则和现有利益的博弈中进一步退两步，如何借助新的媒体重构契机提出新的可选路径，以谋求主流价值与现实利益的平衡，是业内外共同关注的问题。

无论如何，如作者所言，我们都盼望未来会出现一个令所有人骄傲的更加均衡的新闻业。

（郭庆光，博士生导师，传播学者，清华大学新闻与传播学院教授）

人海茫茫，网络让世界变得更小，但同时也让世界变得更复杂。在信息爆炸的时代，我们如何从海量的信息中找到真正有价值的东西？这是一个值得思考的问题。

前言 微博真的改变了我们？



赫斯特博物馆，那个曾经的“新闻之王”

当扎克伯格说，脸谱网（Facebook）上人们宁愿关心邻居上传的“家里小狗死了”的消息，也不会关注报纸上遥远非洲发生的屠杀；当乔布斯对默多克说，电子时代的报纸不是你原来办的那个样子；当推特（Twitter）声称用人际传播图谱催生出改变中东面貌的“革命2.0”……

也许有一个人可以穿过历史隧道，告诉他们和它们：网络并未改变一

切。

2012年3月，我来到美国加利福尼亚州赫斯特博物馆，利用报纸收入建起的赫斯特城堡，藏在山顶，只有借助望远镜才能一睹它的富丽堂皇。

这位开创了美国现代报业，同时也因“黄色新闻”和“你提供报道，我提供战争”而闻名的一代风流人物，如今已被雨打风吹去，只留下这著名的景点供游客拍照留念……

然而，他并不高大的身躯却在整个现代新闻业历史上投下了巨大的阴影，事实上主导着美国和世界新闻业的发展：煽情、娱乐、故事、丑闻、广告、媒介帝国、权力的声音……它们如同宇宙中90%以上的暗物质、暗能量，无法被直接观测，却决定着宇宙的形成与变化。

新闻从来就不是真空中的事业。决定新闻的，不是或者不只是大学新闻系学生们从课本上所学的那些东西。

现代新闻业，是一项充满利益角逐，不断在生存、利润、关系、娱乐和自身能力旋涡中打转的社会实践。公司化经营、广告主导、二次销售模式这些现代新闻业的基本要素，在塑造了它100多年来的光荣与梦想的同时，也构成其内生的悖论，使新闻业的巨大泡沫充满着各式各样的暗规则：新闻内容的娱乐化与小报化；新闻框架的广告导向与资本导向；新闻组织的跨国经营与全球垄断；不可避免的新闻权力共生；不可避免的编辑部偏见。

直到2008年金融危机发生，现代新闻业的种种矛盾与悖论被暴露于阳光之下……

几年之后，仍在金融危机后遗症中挣扎的美国，人们不仅在讨论报社的关闭、电视网的裁员，而且，伴随着《重建美国新闻》、《美国新闻的死与生》等一系列重要报告的发表，伴随着大量非营利新闻事业的出现，伴随着联邦媒体政策的大辩论，整个新闻业正在进行一场重大变革与系统反思——

过去100多年的新闻生产—传播—广告—利润模型是否还有未来？

过去100多年的跨国集团主导、上市公司为主体、公司化新闻为主要模式的美国式新闻业是否到了终点？

过去100多年的大众传媒体系在面对数字化造成的个体参与、个人传播、个性表达的新舆论场时如何解构与重构?

这不是一场只应在美国发生的大讨论,现代社会到了需要对新闻业发展模式重新思考的时候。现代新闻业走过100多年商业化、公司化、广告主导的经营道路后,在21世纪的第一个十年,来到数字化的十字路口,面临着新闻模式和舆论场的重塑。

本书以美国这个世界上最发达的新闻大国和最典型的现代新闻业作为主要解剖对象,以中国新闻界的现状与问题为坐标系,梳理各国媒体研究者的最新成果,一方面旨在理清现代新闻业由于其公司体制、利润导向、广告模式而造成的种种悖论及矛盾,另一方面尽可能考察业界和研究界对旧有模式失效的思考、对新的模式和舆论架构的探索,这些对于尚未理顺新闻业结构,就又面临数字化冲击的中国,不但具备理论的借鉴意义,更具有现实的参考价值——因为新舆论场在全球正同步降临。

是的,新舆论场到来了。更重要的,互联网并未改变新闻业已存在的一切,甚至进入网络时代,蓦然回首中,我们发现,游戏仍然由那些暗规则操纵。

我们需要想明白,在新浪微博上“跑”的,究竟是所谓新新闻主义声称的自媒体产品,还是那些原本就“跑”在或者原本应该“跑”在报纸、广播、电视、专业新闻网站等新闻机构的媒介上的内容?

我们需要搞清楚,门户网站其实已经是传统媒体的另一种表现形态,或者说是它们的另一张脸,大多数网民的声音仍然如繁星般散落在夜空,尽管它们有些本极具光亮,但却因为位置的原因而无法进入公众议题的视域。

我们可能还需要看得远些,微信实现的决不只是让手机短信不再收取短信费,不只是让手机短信从此也能说话聊天,它实现的是社群传播——每个人都可以发起成百上千个微群。甚至从微博、微信向远方看过去,我们见到的是不再需要大众传播的一代人,他们沉浸在自己的世界和自己想象的世界里,大众价值和大众规范需要通过他们为自己所设定的一个个大V、好友、微信群、朋友圈才能与之相接触。

在我们讨论现有媒体“样式”的生与死时，中国的学者、从业者以及政府官员却没有真正注意到更深刻的变革：新闻业并不天然地就是一种“产业”、一种“行业”，在网络冲击的年代里，越来越多的新闻机构和它们所从事的传播将被归入“社会组织”或者“公共利益组织”之列，作为社会的整体和组成这一整体的不同分群，都将谋求拥有自己的公共利益的新闻平台，并且愿意为它们的生存提供资金、资源。

这是一个奇妙的想法——中国新闻业改革开放的30年里，我们不断向产业化、市场化前行，又不断地在与旧有规则的博弈中失去力量和冲击性，正如2013年新年伊始发生在《南方周末》上的“新年致词”冲突。而本书最终想提出思考的，抑或是大家最终会选择的一种路径，媒体作为社会群体的表达平台，脱离其直接的广告经营属性，成为平衡社会力量和群体的公共组织，也许在这一框架下，我们会找到主流价值观与现实利益观的平衡点，找到整体长远利益与个体短期利益的平衡点。

也许……

不管怎样，经历了现代新闻业的百年，中国当代新闻业改革开放的30年，网络带来深刻变化的新世纪10年，面对新闻业这条表面波光荡漾的河流，只有深潜下去，捕捉其中的暗规则、暗能量，发现真正的河道，我们才有勇气和足够的智慧应对网络化、数字化的挑战，而不是手足无措或者仓皇出击。

——翻开这本《新闻暗规则》，你会发现，新闻业并不像我们想象的那么简单，它背后隐藏着无数的秘密和规则。在新闻业这个看似光鲜亮丽的行业背后，隐藏着无数的暗规则。这些暗规则，有的关乎利益，有的关乎权力，有的关乎人情。它们构成了新闻业运行的潜规则，影响着新闻业的发展。本书将带你走进新闻业的深处，揭开那些不为人知的秘密。你会发现，新闻业并不像我们想象的那么简单，它背后隐藏着无数的秘密和规则。在新闻业这个看似光鲜亮丽的行业背后，隐藏着无数的暗规则。这些暗规则，有的关乎利益，有的关乎权力，有的关乎人情。它们构成了新闻业运行的潜规则，影响着新闻业的发展。本书将带你走进新闻业的深处，揭开那些不为人知的秘密。

目 录

序.....	郭庆光 1
前言 微博真的改变了我们?.....	1
第一章 网络凶猛,新闻业的死与生.....	1
一 金融危机揭开了谁的纱布 “报业公司现在做的,就是让 报纸内容更少、更难看、更没有用”.....	1
二 新闻的末路还是新闻公司的末路 “CNN并不比福克斯新闻更值得信任”.....	4
三 新闻公司的衰落从走向华尔街开始“现在只不过是 给僵尸标上标签罢了”.....	5
四 受伤害的新闻,受伤害的社会 “美国人每天看到快餐新闻、 明星丑闻、奇闻逸事,却看不到那些使我们警醒、使政府受到 监督的真正新闻”.....	9
第二章 新闻?对不起,只有娱乐.....	15
一 娱乐化:贴上麦当劳商标和迪士尼标签.....	16
二 以MTV的方式传递新闻,用新闻的内容生产MTV.....	19
三 报纸的小报化:从刺激性新闻到敏感主义.....	21
四 电视的CNN化与福克斯化:栩栩如生的墙纸.....	26

五	成为娱乐的战争: 现代版“狮子吞食基督徒”	29
六	成为娱乐的恐怖主义: 戏剧性的坏消息	32
七	娱乐化大选: 从“快船丑闻”到“陈光诚事件”	36
八	新闻娱乐化已成世界现象: 宠物战胜人	40
九	现实社会伤害: 娱乐度最高, 公众知晓度最差	44
十	长期社会后果: “影像社会”, 现有价值的赞美诗	47
 第三章 寄生在广告上的新闻		50
一	更多的公关专家, 更少的新闻记者	50
二	想了解真实社会? 先要过“相关人士”之手	57
三	来自广告的压力: 生意是生意, 报道也是生意	61
四	当广告模式在数字世界里失效	74
 第四章 新闻公司? 金融公司!		78
一	全球新闻业大玩家	78
二	新闻黑帮: 掌握全球新闻业的那几个人	83
三	金融黑洞	92
四	媒体金融危机到底是如何发生的	106
 第五章 被政治绑架还是绑架政治?		113
一	被政治绑架的媒体	114
二	绑架政治: 偏见也是“新闻生产力”	128
三	“丰富多彩”的偏见世界	139
 第六章 飘满“神话与偏见”的编辑部		146
一	新闻, 对真实世界的“叠加”	146
二	当代最大神话——“反恐战争”如何叠加形成	150

三	神话角色早已确定	156
四	编辑部偏见: 人总要分三六九等	165
五	网络能打破编辑部神话与偏见吗	180
第七章	规则还是变了——来自数字化的提问	184
一	定位起点: 报纸并未失去明天	185
二	数字时代会有新的商业模式吗	189
三	数字文化基因: 新闻编辑部的消失	207
四	对新闻本质的再思考: 为什么需要每天的新闻?	220
五	新闻的传输者正在杀死新闻的生产者	223
第八章	超越暗规则? 让新闻回到小酒馆	232
一	独立新闻机构——从何处来? 到何处去?	233
二	社区新闻机构: 我不相信有什么专业新闻主义	243
三	非营利新闻业的“囚徒困境”	248
四	把新闻机构从商业战车上解下来引入社会基金, 出台非营利税收政策, 搭建公共信托	254
第九章	回到中国: 为了一个令所有人骄傲的新闻业	268
一	“新闻暗规则”在中国的AB面	269
二	新舆论场: 旧传媒秩序向新传媒秩序的蜕变	276
三	新舆论场的全球赛跑	284
笔记	关于未来, 他们说	287
	不要犯这样的错误——试图让用户为新闻付费	287
	第一份纽约时报, 不就是一个博客吗?	290
	印刷版和网络版是完全不同的价值	292

新的媒体黄金时代将到来.....	294
新闻新标准——莫斯科最重要新闻? 猫在跳舞!	295
新闻会死亡吗?	297
如果对方不认识你, 说自己是《纽约时报》记者也没用.....	299
后记	301

第一章 网络凶猛,新闻业的死与生

网络时代的新闻业总伴随着各种坏消息——并且充满巧合。

这次也不例外：2008年3月,《华盛顿邮报》获得六项普利策新闻奖,同时迎来了报纸历史上第一次编辑记者大罢工,以抗议邮报公司做出裁员10%的决定。在那一刻,记者、编辑们想象着,这也许将是《华盛顿邮报》最后一次普利策奖盛宴了。

一 金融危机揭开了谁的纱布“报业公司现在做的,就是让报纸内容更少、更难看、更没有用”

作为世界上最发达的新闻体,从2008年开始,金融危机将新闻业的种种问题全面暴露了出来,辉煌似乎瞬间成为明日黄花。到2012年,四年时间里美国新闻业不断发生着各种“负面新闻”。

它们主要表现为三种形态。

裁员瘦身

《华盛顿邮报》2012年初宣布了新一轮买断工龄方案。2008年上任的执行总编马卡斯·伊克林(Marcus W. Reuchlin)在告知全体员工的电子邮件中说,经济困难的时候,裁员是必要的,它有助于保持《华盛顿邮报》在报纸行业中的竞争地位。这份邮件称,买断工龄会采取自愿的方式,报社没有指定裁减的数量。然而,连续三年的裁员已经使邮报新闻部门的人数减少了200多。

我从邮报的裁员备忘中摘取了一段关于买断工龄的陈述，也许将来可以和中国的情况做些比较：

买断工龄，从技术上来说是一种自愿分离激励计划。它将包括提高报酬和公司符合条件全职雇员支付的COBRA（医疗保险）保险费。邮报公司的代表将根据劳动合同的条款，在未来两周内与工会讨论该提议项目，他们达成一致的条款也将被包含在提议里提供给符合条件的编辑。

另一家大报《纽约时报》的情况也不乐观。2011年12月27日美国证券交易委员会的一份文件显示，纽约时报公司在将旗下16家地方性报纸出售给哈利法克斯传媒的同时，裁员10%。在交易谈判之时，《纽约时报》区域集团大概有2000名员工，因此，交易达成后，大约有200名员工将丢掉工作。

《洛杉矶时报》，美国发行量最大的报纸之一，被认为是西海岸唯一可与《纽约时报》相提并论的大报。自互联网进入商业化以来，《洛杉矶时报》的销售量持续下跌了30%，书评、评论、房地产等版面都遭裁撤。2010年1月底，《洛杉矶时报》宣布了新的缩版和减版计划，平均下来，每个版面减少大约10平方厘米，原来的经济版组则被打散到其他新闻版组，不再单独成叠。

发行下降

美国《媒体生活》网站2012年2月8日报道，被视为行业健康发展指标的杂志零售量在2011年下半年持续下滑。根据美国发行审计局（ABC）发布的数据，报刊亭的杂志销售量在截至2011年12月31日的六个月中，下降了9.96%。其中，严重依赖于报刊亭的名人杂志受影响最大，几乎每家杂志的销量都有所下滑，平均下降27.5%，未来可能还会有12%的下降。个人理财杂志的日子也不好过，四种杂志明显下滑，其中三种跌幅超过两位数。女性杂志也在下滑，《O》杂志下降最多，著名脱口秀主持人奥普拉·温弗瑞结束了她在这本杂志的专栏写作后，杂志销量下降了32%。报