

新闻观三维解析^{〔*〕}

——兼论新闻规律

谢金文

(上海交通大学 媒体与传播学院, 上海 200240)

〔摘要〕可从三个维度来把握新闻观:一是新闻及其传播,二是新闻媒介,三是新闻事业与产业。其中,关于新闻及其传播的内涵、作用、要求方面的根本看法,是狭义上的新闻观。加上关于新闻媒介、新闻事业与产业的根本看法,就成为广义上的新闻观。新闻的内涵与作用是逻辑起点,由此衍生出对新闻传播的基本要求,进而又衍生出对新闻媒介、事业和产业的基本要求。马克思主义新闻观就是符合辩证唯物主义、历史唯物主义世界观和方法论的新闻观,可称为“科学的新闻观”,是开放的、发展的、与时俱进的,不断吸收人类文明的相关成果。科学新闻观的核心是对新闻规律的认识,包括内部和外部规律,一般、普遍与具体、特殊规律,它们会反映在新闻活动的要求之中。新闻事业与产业的发展规律是新闻外部规律的重要内容,其中又含两“业”的共同规律和各自的独有规律。

〔关键词〕新闻;传播;新闻观;新闻规律

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2020.05.011

新闻观(concept of news)是正确认识和利用新闻传播、发展新闻事业和有关产业的根本性问题,马克思主义新闻观也成为了近年来我国新闻与传播学界和业界的最热门话题之一。科学新闻观的核心是对新闻规律的认识,然而,对新闻观及新闻规律的认识尚有许多模糊之处,例如混淆了新闻与事实、报道、宣传的区别,混淆了新闻观与媒介观、宣传观、传播观的区别。本文力求更完整、准确地认识新闻观,以期有关的理论与

实践建立在更扎实的基础之上。

一、新闻观的三个维度

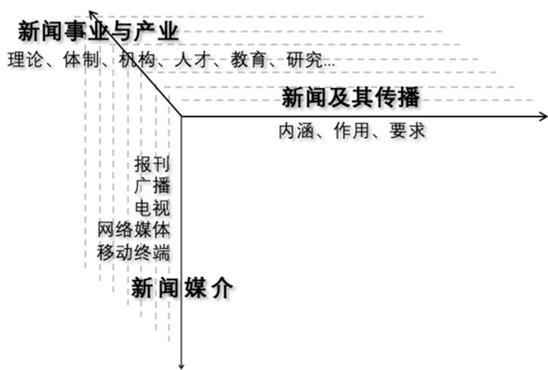
新闻观就是关于新闻及其传播的根本看法。有的人认为新闻就是新的听闻和见闻,应有闻必录;有的人认为新闻就是一种报道,应根据宣传需要用事实说话;有的人认为新闻就是一种信息,应客观、中立地提供,这些都反映了不同的新闻观。

作者简介:谢金文,复旦大学博士,上海交通大学媒体与传播学院教授、博士生导师,教育部特聘新闻与传播学科评估专家。

〔*〕本文系作者主持的国家社会科学基金重点项目“移动传播背景下的新闻理论更新与实践对策研究”(项目批准号:16AXW001)的阶段性成果。

可从三个维度来把握新闻观。一是新闻及其传播,二是新闻媒介,三是新闻事业与产业。对这三方面是什么和应怎样的看法,构成完整立体的新闻观。

新闻观三维示意图



第一个维度主要为新闻的内涵、作用和新闻传播的要求,这方面的根本看法堪称狭义上的新闻观,是整个新闻观(包括广义上的新闻观)的原点和基础。第二个维度是新闻媒介,处于新闻传播七大环节——信息源、传者、内容、媒介、受传者、效果、反馈——的中心,承前而启后。该维度涉及新闻媒介的性质、特点和作用,社会责任及其实现等问题。第三个维度涉及新闻传播事业与产业的性质、特点、作用和发展规律,影响因素和管理控制。

关于新闻及其传播的认识和要求,与关于新闻媒介、新闻事业、新闻传播产业的认识和要求相辅相成,共同构成广义上的新闻观。

二、第一个维度:新闻的内涵、作用、要求

(一)新闻的内涵

对什么是新闻,目前在学界也仍然看法不一。以至2018年11月全国科学技术名词审定委员会预公布的《新闻学与传播学名词》,对“新闻”一词有三个界定:“①对新近发生或正在发生的具有新闻价值事实的叙述。②新近发生的事实的报道。③新近发生的事实。”^[1]

上述定义中,陆定一在1943年提出的“新近发生的事实的报道”影响最大,被一直沿用至今。

然而严格说来,这只是陆定一所处报刊时代关于报道的操作性定义,而非关于新闻的学术性定义。即使在操作上,电视时代已有大量的现场直播、正在发生的新闻,新媒体时代又有借助大数据,对一个时期以来的现象、趋势进行统计发现,或对即将发生的事进行预测的新闻。而且,现在人们得知的许多新闻,并非是从大众媒介的报道中看到,而是从朋友圈、微信群等社交媒介的告知和评论中得到,新闻发布、提供者也正日益注重报道以外的新闻传播。因此需要对新闻及其传播重新界定。

笔者认为:广义上的新闻,是指以各种形式存在的有新闻价值的信息,包括口头、书信、文件、微信或大众传媒等各种媒介中的,演讲、新闻发布会、新闻公报、时事评论、报道作品等各种形式中的,经过或未经公开传播的。其定义应为:真实、新鲜、传播对象(或受众)需要的信息。狭义上的新闻,是指大众媒介上以新闻样式存在的有新闻价值的信息,包括标题新闻、一句话新闻、图片新闻及其他各种报道,简而言之,就是有新闻价值的报道作品。它们是广义新闻的一部分,但其传播对象不是很少、个别人,而是广大受众,因而其定义应为:真实、新鲜、受众需要的信息。

对什么是新闻的认识、新闻的定义,是新闻观、新闻学的逻辑起点。认为新闻是报道,则会推演出新闻必然有主观性,必定符合某种价值观和意识形态,在新中国必须符合社会主义价值观和意识形态,符合由此而来的宣传要求和舆论导向,否则就不应报道。认为新闻是信息,就要真实准确,尽可能客观和全面,人们了解客观世界所需的重要事实都应报道。

(二)新闻的作用

我们十分强调新闻的宣传作用,其实新闻的作用远不止宣传,主要有:

1. 反映及相应作用。从新闻的本源(事实)来看,新闻可反映事实、反映环境、反映世界,反映问题、反映舆论、反映民情民意。进而带来沟通作用、瞭望社会作用、舆论监督作用,实现公民

的知晓权、监督权,也是实现参与权、表达权的基础——不了解情况就没有发言权,也就无法参与。可见新闻是民主政治、民主社会建设的重要条件。通过反映,还可起到记录活的历史的作用。

2. 告知及相应作用。从传者来看,新闻有广而告之的作用,可让人及时了解真相实情。进而可带来宣传作用,用事实来树立形象、证明观点、影响人们的思想和情感、态度和行为,如影响舆论。然而也要防止为宣传而进行片面报道,甚至故意夸大或缩小、歪曲或颠倒、隐瞒或编造事实,损害反映作用,丧失媒体的公信力、传播力,从而也丧失宣传的影响力。

3. 了解及相应作用。从受传者来看,可通过新闻了解信息、获得知识和资讯。进而认识世界、让主观符合客观,以及得到消遣(尤其从软新闻)。移动传播中,受传者还通过了解后的转发,产生:(1)个人表达作用——许多移动用户看到符合其看法的新闻,便产生转发的欲望,通过转发显示自己的态度或印证自己的看法,这也是一种表达;(2)社交作用——许多用户把转发新闻作为一种社会交流,一种对他人的馈赠,接受者除了接受信息,也接受了传者的善意,增进了对传者的了解。

4. 建构媒体及相应作用。从媒介来看,可通过新闻获得注意力,提高吸引力和公信力、知名度和美誉度、传播力和影响力。进而创造社会效益和经济效益,包括带来广告投放的作用。中国最贵的日常广告发布机会,就是中央电视台每天新闻联播节目后的时段。新闻媒介的许多其他作用,如瞭望社会、设置公众议题、授予报道对象地位等作用,也主要是通过新闻来实现的。

(三)新闻传播的要求

新闻传播的基本要求,首先是新闻价值要求的真、新、快和受传者需要。进一步的要求,则还有全面、客观和公正,以及信息质量和社会效益的要求。所谓按新闻规律,也就是按这些要求。其中,最基本、最核心的,堪称根本看法的,是关于新闻价值的要求。

1. “真”的要求。一是真相真实的反映,包括每个细节的真实准确。这看起来很简单,实则不然。世界上的事情是很复杂的,有时亲耳听到、亲眼看见的也不一定是真实的。我们看见天上的星星在闪烁,其实星星并没有闪烁。二是整体真实的反映,不以偏概全。例如,某件事有利有弊,而新闻里只有其利或弊的一面,某个人群的生活很困难,而新闻里只有他们中的幸运者,就会误导受众。要每篇报道都反映整体是不现实的,也是不必要的,但仍应对需要全面的报道尽可能全面。三是深层真实的反映,包括事物的因果、意义、影响和趋势。

和反映全面、整体真实一样,要每篇报道都反映深层真实是不现实的,也是不必要的。新闻报道的篇幅容量有限,还要争抢时间,而认识、反映事物的总体和深层,需要有较多的篇幅和时间。受众对新闻也有不同的需要,如大多数人只需知道出门后会不会下雨,而并不在意那雨的来龙去脉。但是一个记者、一个媒体、一个传媒集团、一个地方媒体群的所有相关报道,应大致符合总体和深层情况。这对社会影响很大,因此既可以、也有必要提出这样的要求,在每次报道时,如有需要和可能,也应尽力全面和深刻。

2. “新”以及“快”的要求。这里的“新”即新鲜。除了时间上的新,报道新的发生、发现、发展变化,反映新的情况、事物、问题,还包括富有新意:找到新角度、新层面、新广度、新深度、新内涵,发掘出独特的、被他人所忽视的新闻价值。上海杨浦大桥建成时,许多传媒报道了该桥是当时世界上跨径最长的斜拉桥,《新民晚报》记者却另辟蹊径,以该桥的建设打造了质量的丰碑为视角,作了整版的长篇报道,获得了中国新闻奖一等奖。

对“新鲜”的要求又衍生出“快”的要求。一则新闻如果被别人先发表了出来,再发表就不“新”了,所以要“抢”新闻。“快”又关系到新闻的及时性,如果没有足够的快,受众已经知道有关情况,或已经来不及做出必要的反应,新闻价

值和新闻的使用价值都会大打折扣。数字化传播使新闻报道稍有迟缓就会落后过时,同步报道正在发生的事也成为常态。

3. 受传者需要的要求。受传者需要与否则和需要的程度也决定新闻价值的有无和大小,报道者要能够迅速感觉到、发掘出事实中蕴含的受传者需要的信息,甚至能够预见到某些受传者关注的事情可能出现,为此做好报道准备。

既然受传者感兴趣的内容总是他们需要的,即使只是满足兴趣的需要,那么新闻报道者最简单地找新闻,就是找新鲜的、受传者感兴趣的人和事。然而如果仅此而已,便会流于平庸,甚至还会趋于娱乐化、刺激化、低俗化,媒介中的世界与现实世界也会相去甚远。因此新闻传播还要考虑到:有些需要是不正当的、或低级趣味的,如窥探别人的隐私,报道者不能一味地予以满足;有些信息虽很吸引眼球,但并无多少意义,甚至副作用更大,如有些“星、腥、性”闻,报道者须从传媒声誉和社会责任全面衡量;有些对受传者很有价值的信息,起初并不令人很感兴趣,由于人们不相信,或不知其重要,或不知其与自己有何关系,报道者不能轻易放弃或放在次要的位置,同时又要有针对性地解决受传者兴趣问题,否则也就近于放弃。

三、第二个维度:新闻媒介

广义上的新闻媒介是指能传播新闻性信息的所有媒介,包括公开的和非公开的、大众媒介和非大众媒介。狭义上的新闻媒介则仅指以新闻和时事评论(其中也有许多新闻性信息)为重要内容、连续传播的大众媒介。

新闻媒介与许多其他文化产品一样,也有文化性和意识形态性,此外还有如下内容特点:

(一)信息性、交流性和时效性

信息性和交流性是新闻媒介最基本的特点,并使新闻媒介有较强的“可读(或视、听)性”。交流需要充分的信息,信息通过交流而产生更大的价值,两者相辅相成。人们日益需要充分

的信息和自由的表达。现代社会中,只有、也必须有新闻媒介来担此重任。

新闻仅在一定的时间内有效用,越及时效用越大。许多意见交流也是如此。因而新闻媒介的制作和发布周期较短,一般是经常、连续、定期的,可作连续报道和讨论,尽可能快速地传送到受众。新闻媒介一般仅为一次性使用,随用随弃,保存性让位于速度和经济性。报纸在近代社会就已经由书册的形态发展到使用粗糙的新闻纸、散页折叠不装订,至今仍然如此。

(二)公共性和舆论性

新闻媒介的公共性表现在面向公众进行传播,是公众获取信息、表达意见、交流思想观点的重要工具,会对社会和公众带来较大影响,关系到公共利益。这使新闻媒介可以成为现代社会中最重要的公共空间。

舆论是公众的意见(public opinion),新闻媒介提供的信息和观点会产生广泛的舆论反映。舆论往往很有新闻价值,且应该受到社会的关注和尊重,新闻媒介经常反映舆论。舆论的形成和表达需要新闻媒介工具。新闻媒介还应当自觉替公众讲话,代表舆论。公众了解情况不全面、意见观点不正确时,新闻媒介也要及时提供信息和观点,引导舆论。舆论监督是新闻媒介义不容辞的重要责任。

(三)宣传性和政治性

新闻媒介的传播及时、广泛,使其具有很强的宣传功能,产生宣传性。新闻媒介的一些派生功能也有宣传功能,如设置议题功能和授予地位功能,可用于提高宣传引导艺术和树立学习榜样,也会被用于制造社会舆论和树立崇拜偶像。新闻媒介潜移默化的功能,可逐渐深入、润物细无声地强化或弱化以及改变人们的思想观念和态度情感。

政治是政府、政党、社会团体和其他社会势力在国家内政及国际关系方面的活动。政治的核心是利益主体之间的关系,包括民族、阶级、阶层、地区、国家等之间的关系。新闻媒介经常被

用于政治宣传、政见表达、政策发布、政治控制,用于问政于民、问计于民、问需于民,用于实现人民的知晓权、参与权、表达权、监督权,成为政治专制或政治民主的工具。

新闻媒介的意识形态中也有政治性。意识形态的基本内容是关于社会的经济基础和政治制度,是人与人的经济关系和政治关系的反映,是由各阶级(特别是统治阶级)中的一部分人,即所谓“意识形态阶层”制定的。

新闻媒介还有其他内容特点,如告知性、指导性、教育性、学习性、服务性、消遣性等。

新闻媒介的内容特点也是因媒介而异的。有的多些或强些,有的少些或弱些,有的只有这几种,有的只有那几种。如许多广告性媒介没有政治性,许多对外宣传媒介,如中国国际广播电台、“美国之音”电台等,则没有商品性。

新闻媒介的内容特点使其成为个人、组织和全社会的重要工具,也成为政治、经济权力的掌控和影响对象。

新闻媒介的作用与新闻的作用同中有异。从一般功能来看,新闻传播及其媒介有信息、宣传、文化、社会服务等基本功能,以及这些功能的发挥带来的设置议题、授予地位等派生功能,由此带来信息、宣传、文化、社会服务以及设置议题、授予地位等社会作用。从具体功能来看,有政治、经济、文化、社会、娱乐等功能,带来相应的政治、经济、文化等社会作用。从功能的产生方式来看,有沟通、整合、革新、控制以及舆论功能,带来沟通、整合等社会作用。^[2]

新闻媒介是新闻事业与产业的核心,其演进是新闻事业与产业发展的重要标志。

四、第三个维度:新闻事业与产业

事业是指有较大规模、系统和影响的经常性活动,包括这些活动的主体和直接条件。新闻事业就是新闻传播事业,包括新闻机构和媒介、体制和管理、教育和研究等。

不同的传媒理论反映、解释和影响了相应的

新闻体制及新闻事业的其他方面。

一是传媒的集权主义理论。认为国家、社会的利益高于个人的利益,政府和执政者是国家、社会利益的代表;新闻传媒对国家、社会影响巨大,应受到严格的控制,使之完全服从统治当局。只有国家、政府或其特许的组织和个人才能办新闻媒介,如英国16世纪的出版特许制度。并要对传媒内容进行严格的事先审查,对犯规者进行严厉的惩罚,直至处死。

新闻事业诞生于封建社会,初期便被纳入封建集权主义的防范和限制,发展极其艰难缓慢。新闻媒介基本是统治者严控独享的工具,用于自上而下的传播。服务于专制统治,对社会的控制作用有余而沟通、协调、革新作用缺乏,在一定程度上延缓了社会的发展进步。集权主义新闻制度在20世纪的典型代表,就是德国、日本、意大利的法西斯新闻统制——统一管制。

二是传媒的自由至上主义理论。认为每个人快乐和幸福才是最终目的,国家、社会是为人民服务的,政府和执政者不过是受委托办事的,权力源于人民;人人都生而有言论自由、新闻出版自由,新闻媒介还应是人民监督政府和执政者的有效工具。这些思想理论成为资产阶级争取新闻自由、建立资本主义民主政治的有力武器,也是资本主义前期的新闻事业指导思想。然而垄断资本主义时代的现实打破了昔日梦境,于是出现了传媒的社会责任理论。

三是传媒的社会责任理论。认为自由主义新闻思想应坚持,但自由、权利应与责任、义务相伴,新闻传媒应承担社会责任。该理论只是在自由主义新闻理论和体制框架内的修正,缺乏有力的实现措施,因而作用仍较有限。

一些强调平等、福利和社会调控的资本主义国家中,报刊基本为私有,但社会影响较大的广播电视,曾经基本为公有和国有,现在一半左右为公有,其余为私有。然而那些公有的广播电视机构现在正面临市场份额下降、创新能力不足,以及效率不高、官僚主义等问题,被迫日益向私

有媒介趋同。

四是传媒的社会主义理论。社会主义有不同的模式,新闻媒介也与之相应。以苏联为代表的模式认为,国家是阶级统治的工具,无产阶级通过它的先锋队共产党,联合其他劳动阶级掌握国家机器;在社会主义国家,新闻传媒应是党和人民的耳目喉舌,既要用于宣传、指导和教育,又要用于联系群众,考察政策,开展批评和自我批评,满足人民的精神文化生活需要。作为党的新闻传媒,还要坚持党性原则,主要为按照党的纲领、章程和原则行事。

五是传媒的发展传播学理论。认为国家的发展,尤其是经济的发展,是发展中国家的首要任务。新闻媒介要给发展创造良好条件。通过宣传,来树立国家形象、贯彻落实政策、凝聚鼓舞人心;通过引导,来化解矛盾、整合社会、团结人民;通过交流,来献计献策、形成共识、齐心协力;通过反映,来守望环境、了解民情、监督权力。

此外还有发源于法国、英国等西欧国家的批判学派和民主参与理论。认为垄断资本掌握了大量文化产品,把它们作为盈利工具,传媒的社会责任理论在实践中无法实现。公共传播机构日益官僚化使人们对社会责任理论的失望进一步加深。于是提出民主参与的新闻思想,反对新闻媒介的集中垄断和政府控制,主张公众和社会团体民主参与,发展小规模、社区化、双向性、受众广泛参与的媒介。他们的批判是深刻的,方案是理想化的,新媒体对这种理想提供了很大的支持,但迄今对新闻事业的总体影响仍较有限。

新闻产业就是新闻传播产业,包含以新闻和时事评论为主的报刊、广播电视、新媒体、通讯社等,包含各种新闻信息、新闻媒介等产品和服务,是新闻事业的主要部分。科学地认识、利用新闻业的产业特点和规律,不仅能提高经济效益和市场竞争能力,而且能提高新闻质量和新闻媒介的质量,有力推进新闻事业的发展。反过来,新闻产业的发展,也有赖于新闻事业的体制、政策、管理等改进,以及新闻媒介的传播力、影响力的提升。

五、马克思主义新闻观与新闻规律

(一)“马新观”是广义上合规律的新闻观

马克思主义思想家和革命家的许多论述反映了他们的报刊思想、宣传思想、传播思想,例如关于报纸是革命武器、思想中心、理论阵地等看法。有的论述也涉及新闻,然主旨仍是宣传等,而非新闻,仍属于报刊观、宣传观、传播观。然而,新闻和传播与报刊等传播媒介的宣传和舆论引导存在密切的关系,或大或小、或多或少地相互影响,可把有关的根本看法归为广义上的新闻观。

“马新观”就是符合辩证唯物主义、历史唯物主义世界观和方法论的新闻观,是开放的、发展的、与时俱进的,不断吸收人类文明的相关成果。因而可以把马克思主义新闻观称为“科学的新闻观”。科学是关于宇宙万物变化规律的知识体系的总称,科学新闻观的核心是对新闻规律的认识,是符合新闻规律的新闻观。

规律就是事物之间的必然联系,即内在、本质的,有稳定性、趋势性的联系。这种联系存在于事物的内部和外部关系之中,会在一定的条件下反复出现,从根本上决定事物发展趋向。规律不以人们的意志为转移,但可以被人们认识和利用,往往表现在相应活动的要求上。新闻规律就是关于新闻现象和活动的规律。

(二)新闻的内部和外部规律

可把新闻规律分为内部规律和外部规律。^[3] 狭义上的新闻规律就是新闻内部规律,即新闻传播活动自身内部关系的规律,包括新闻现象与活动各个环节之间的关系,各个环节相互之间的关系。^[4] 新闻活动的环节从内容生产角度看,包括采访、写作、编辑、评论、拍摄、制作等;从信息传播角度看,包括新闻信息源、传者、内容、媒介、受传者、效果、反馈等。

广义上的新闻规律包含新闻内部规律和外部规律。新闻外部规律就是新闻现象与活动及其各个环节与社会之间关系的规律,包括与社会大系统和政治、经济、技术等各个子系统之间相

互关系的规律。如新闻与信息、宣传、舆论的关系,新闻媒介对个人、群体、组织和社会的影响,新闻媒介的社会作用和反作用,新闻传媒的经济效益和社会效益,新闻传播的发展取决于社会需要和条件,政治体制、科学技术、生产力发展水平对新闻体制、机构和媒介的决定性作用,新闻事业受制于全社会的传媒素养和新闻素养。

(三)新闻的一般、普遍规律与具体、特殊规律

较为一般、普遍、基础性事物的规律相对于其上各层次的事物而言,就是后者的一般、普遍性规律。唯物辩证法揭示的是宇宙间万事万物的规律,其上有物质、生物、动物、人类、人的信息现象和活动、新闻现象和活动、各国新闻现象和活动、不同媒体的新闻现象和活动等各层次。基础研究的重要性正在于此。

反过来,较为具体事物的规律相对于更基础的事物而言,就是较为具体、特殊的规律,可直接帮助解决较为具体的问题,也有助于认识更基础的事物。

不同层次、媒介的新闻活动有不同的规律,成为不同的研究对象,形成不同的学科。包括全人类的新闻活动,不同国家和地区的新闻活动,不同媒体的、不同环节和方法的新闻活动,形成普遍意义上的新闻学,各个国家和地区的新闻学,广播电视、网络传播、移动传播等不同媒体和传播形态的新闻学,以及新闻采访与写作、新闻编辑与评论、新闻摄影与摄像、人工智能传播等不同环节和方法的学问或学科。

如果把人类新闻现象与活动规律视为一般、普遍性的新闻规律,那么某地方、某国家、某时期、某类媒体的新闻现象和活动规律就可视为具体、特殊规律。如果把某个环节的规律,例如新闻采访、新闻媒介规律,视为该环节的一般、普遍规律,那么该环节在某地方、某国家、某时期、某类媒体的规律,就是其具体、特殊规律。

(四)新闻活动要求与规律

认识规律是“知”,是认识世界;提出要求是“行”,是改造世界。新闻规律衍生出、反映在一

系列要求和方式方法中,例如新闻传播要真实、新鲜、^[5]传播对象需要;要全面客观公正,注重社会效益;要准确具体、信息量大,简练清晰、朴实易懂,鲜明生动、可读(或视、听)性强,有的放矢、针对性强;要科学把握新闻与报道、宣传、舆论的区别和联系,提高全社会的媒介素养和新闻素养。

这些要求背后就有相应的规律,包括新闻的真实、新鲜、传播对象需要程度越高,新闻价值就越大,传播效果就越好;新闻报道越是全面、客观、公正,其质量就越高,越有反映和告知作用,符合人们对新闻的需要,越能避免、纠正主观片面和决策失误;新闻传者有把关作用,会影响新闻的真实全面客观公正;受传者的选择性注意、理解和记忆影响新闻传播的有效性;等等。

正确的要求是符合了、正确地反映规律,错误的要求则是不符合、错误地反映规律。人们一般先认识现象、总结经验、提出要求,再逐步深入到对本质、规律的认识,然后又从对规律的认识,进一步自觉、全面、准确地把握要求,改进实践。如此循环往复,以至无穷。新闻传播就在这样的过程中不断向前发展。

六、新闻媒介、事业和产业的发展规律

新闻媒介使新闻通过媒介与外部发生联系,其规律属于新闻的外部规律。对新闻事业和新闻传播产业也可作如是观。

(一)新闻媒介的规律

社会的新闻媒介系统有实体存在的部分和无形的部分。前者有新闻媒介、新闻机构和社会管理机构,如有关党政机构和行业组织,后者包括思想理论、体例制度、政策法规、职业道德和规范。它们既相互影响,又都对新闻传播事业和产业有直接的影响、制约作用。其中有媒介之间的影响、社会管理的影响、思想理论的影响。新闻媒介的发展受到需求和条件的影响制约。其中需求是有可能实现的需要,条件包括物质、文化、制度等条件。需要是发展之母,信息、宣传、文

化、娱乐等需要,使新闻传播、媒介、事业、产业应运而生,不断演进。其中,尽可能随时随地、随心随意进行传播的需要,使新闻活动和媒介更快、更广、更多、更方便;政治、经济、文化、大众社会、人民生活等需要,带来了相应的新闻内容、媒介和机构。需要有合理的与不合理的,前者受到抑制,后者得到发展和尽可能满足。而这些又取决于人们的认识水平和掌控者的意志。有可能实现的需要会成为现实的需求,直接推动人们做出相应的行为。实现需要的可能性由条件带来。新闻传播的条件包括物质、技术条件和社会环境条件。物质、技术条件带来传播能力的提升,人类物质文明、传播技术的每一次重要进步,从发明纸张、印刷、电报、广播、电视,到现在的新媒体,都使新闻媒介的质和量产生巨大的飞跃,如印刷、声光、电子技术之于报刊和电子媒体的发展。社会环境条件主要为政治、经济、文化、社会(包括受众)条件,而媒介体制条件则是这些条件因素的集中体现。

(二)两“业”的共同规律

新闻传播事业与产业也离不开量变到质变、否定之否定、波浪式前进等各种事物发展的一般规律,同时又有自己的独有规律,其中又含两“业”的共同规律和各自的独有规律。两“业”的主体部分都是新闻媒介。大部分新闻媒介既属于事业,又属于产业,两“业”也就你中有我、我中有你。两“业”的发展主要表现在新闻媒介系统内部因素和外部因素的作用上,并且都要尽可能实现社会效益和经济效益的统一。中外传播历史和现状告诉我们,政治制度和体制决定了新闻体制,经济、科技水平决定了传媒业发展水平,社会的价值取向、文化传统和受众的文化程度制约着传媒的内容和形式,人们随时随地、随心所欲进行传播的需要提升着传播工具和方法。要而言之,社会需要和社会条件决定新闻体制和管理、机构和媒介乃至新闻思想和理论、教育和研究。

(三)两“业”的各自规律

先看新闻事业的独有规律。新闻事业的主体——新闻媒介总是会受到各种政治、经济、社会势力的影响和控制。因其有很大的社会影响力,有设置议题、授予地位等多种功能。有些影响和控制是必要的,有些则是为少数人利益服务的,社会必须有所警觉和防范。新闻媒介总是要从少数统治者掌控走向人民大众掌握。这也是一种民主化,虽然有时会有反复。与此相应,新闻媒介的内容也趋于民主化、多样化,功能从单一趋于多元。这是人类的明智选择。在新闻传媒市场化运行的时代,新闻事业又会受到新闻传播产业规律的很大影响。

再来看新闻传播产业的独有规律。新闻传播产业的发展受到市场规律的影响,包括新闻及其媒介市场的供求机制、价格机制、竞争机制的影响。与此相应,新闻传媒也会从自由竞争走向垄断竞争、寡头垄断,产业主体——新闻机构也趋于规模化、集中化、垄断化。这其中有利有弊,需社会统筹兼顾、全面把握。新闻传媒机构和媒介市场趋于跨媒体、跨地区和全球化,这其中有机遇有挑战,需积极应对、及时改进。新闻传播产业又受到新闻事业规律和要求的影响。这种影响有的是一种制约,如在统治者把新闻媒介仅作为自己的统治工具时,或新闻媒介片面追求经济效益而损害公共利益时;有的又是一种促进,如可推动媒介繁荣,提升媒介声誉和效益。

注释:

[1]《新闻学与传播学名词》,全国科学技术名词审定委员会网站,“审定预公布”栏,http://www.cnctst.cn/sdgb/sdygb/201811/t20181123_462077.html。

[2]详见谢金文:《新闻媒介与社会》,北京:北京大学出版社,2015年,第80-91页。

[3]丁柏铨:《新闻理论新探》,北京:新华出版社,1999年,第38页。

[4]谢金文:《新闻学导论》,北京:清华大学出版社,2014年,第3页。

[5]李良荣:《新闻学概论(第六版)》,上海:复旦大学出版社,2018年,第25页。

[责任编辑:李本红]