

<<发掘新闻>>

图书基本信息

书名：<<发掘新闻>>

13位ISBN编号：9787301146033

10位ISBN编号：7301146035

出版时间：2009

出版时间：北京大学出版社

作者：[美] 迈克尔·舒德森(Michael Schudson)

页数：246

译者：陈昌凤,常江

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

笔者一直渴望梳理出美国传播研究的知识地图，以便为选修硕士课程《大众传播与当代社会》的学生准备必读文献。

但在翻阅若干美国传播研究文献之后，甚感困惑，因为处于绝对优势的实证主义取向的传播研究，和笔者课程设计的媒介社会学路径相去甚远。

在疑虑重重之际，幸获李金铨教授的教诲，他多次推荐了不同于实证传统的若干传播研究论著，本套译丛就是在这样的语境中诞生的。

数年之后，笔者仍然对李教授的引路感念至深，而且对他关于译丛所选著作的社会学论述的赞誉和他对美国传播研究的评论记忆犹新。

他认为前者的遗憾之处是缺少国际视野；而后者则在积极为行政与市场的权力机制提供合理化阐释中陷入了统计技术的泥淖，研究旨趣和社会脉络脱节，缺少社会批判与弱势关怀（李金铨，2004.8.12）

。

<<发掘新闻>>

内容概要

本书从媒介社会学的视角，深入考察了美国新闻业“客观性”理念诞生和发展的历史。作者将报业的发展置于美国近现代社会史的宏阔框架之内，深刻地揭示了政治、经济、文化和技术结构对新闻业和传播理念的建构过程。作者跳出传统新闻史研究囿于描述性或阐释性的窠臼，开创了美国新闻史研究的社会科学流派。以上原因使本书成为三十年来经久不衰的经典著作。

<<发掘新闻>>

作者简介

迈克尔·舒德森 (Michael Schudson) 当代美国最具影响力的媒介社会学学者之一，资深教授。现任美国加州大学 (圣迭戈) 传播学教授、哥伦比亚大学新闻学院教授。

主要研究方向为新闻学及其历史、大众文化。

著有《发掘新闻：美国报业的社会史》、《新闻的力量》 (The Power Of News, 1995)、《好公民》 (The Good Citizen, 1998)、《新闻社会学》 (The Sociology of News, 2003) 等多部论著。

其中影响最大的，就是这部初版于1978年的《发掘新闻》。

<<发掘新闻>>

书籍目录

致谢绪论 客观性理想第一章 平等主义时代的美国新闻革命：便士报 便士报的革命 与新闻业革命相关的解释 平等主义时代与新闻业 便士报的社会地位 结论第二章 讲故事：1880年后新闻业成为一种职业 科学与文学现实主义 新闻从业者的职业理想第三章 故事与信息：19世纪90年代的两类新闻 作为娱乐的新闻业：约瑟夫·普利策和《纽约世界报》 作为信息的新闻：《纽约时报》的兴起第四章 客观性成为意识形态：一战之后的新闻业 对民主市场社会失去信心 “事实”在新闻中的没落 报界的主观与客观第五章 客观性、新闻管理与批判文化 政府与新闻界：“新闻管理” 批判文化的兴起 对传统新闻业的批评及后果注释索引

<<发掘新闻>>

章节摘录

第一章 平等主义时代的美国新闻革命：便士报詹姆斯·费尼莫·库珀（James Fenimore Cooper）出生于美国显贵家庭，接受的是贵族教育，娶的是名门之女。

对他而言，权力和威望总是唾手可得。

但他同时又是一位热心的民族主义者，是杰斐逊，甚至杰克逊的崇拜者。

他的小说《亡命徒》（The Bravo, 1831）歌颂法国七月大革命，致力于揭发“牺牲社会大众以追求一己之利的人”。

《亡命徒》完成于库珀在法国停留的七年期间（1826-1833）。

在那段时期，他逐渐“疏离了自己所在的阶层，对欧洲和美国被剥夺了政治权利的下层民众表现出深刻的同情”。

但这种疏离感并不持久，库珀回到美国后，发现美国已非记忆中的合众国，一群只关心个人利益的新兴阶层逐渐对社会产生威胁。

他日渐不满，因而攻击起美国的报纸来。

他写下一系列文字来攻击新闻业，比如在《归途》（Homeward Bound, 1838）和《重归故里》

（Home As Found, 1838）两书中所刻画的斯戴法斯特·道奇（Steadfast Dodge），就是一个人见人厌的报纸主编。

在政治短评《美国民主党人》（The American Democrat, 1838）中，他写道：报纸有益于推翻暴政，但报纸只是要建立自己的暴政。

新闻媒体对公众人物、文学、艺术、戏剧甚至私人生活尽情施暴。

在保护公共道德的假面具下，报纸其实是在彻底腐化道德；在保障自由的外貌下，报纸其实逐渐在建立一个暴政，与其他基督教国家的暴政一样无礼、贪婪和粗鄙。

大声呐喊意见自由，却缺乏容忍；打着爱国主义的旗号，却不愿牺牲自己的利益；过分推崇礼仪教化，实质却粗俗不堪。

这样的描述或许对19世纪30年代的美国报界过于严苛了，但它无疑揭露出既有势力对民主化（中产阶级）社会秩序的反抗。

库珀对新闻媒体的道德影响力深感焦虑，在他眼中，新闻媒体是“腐化”、“粗俗”和毫无教养的。

在他看来，媒体拥有最不受欢迎的中产阶级特质：狭隘的地方观念、对私生活的极不尊重、贪求个人利益等等。

更令人不安的是，它拥有左右民意却无正当性的巨大权力。

库珀对“报纸专政”（press ocraey）的恐惧虽然夸张，却反映出美国新闻业的巨大转变。

1830年，美国共有650份周刊、65份日报。

日报的平均发行量为1200份，总发行量为7.8万份。

及至1840年，周刊达1141份，日报达138份。

日报平均发行量为2200份，城市总发行量为30万份。

同一时期的人口数虽有增长，但增长率很缓慢，总人口由1290万增至1710万，城市人口则从90万增至150万。

但库珀的感慨并不是针对统计数字而发。

他知道，报纸和以往不一样了，不仅数量比他离开美国的1826年大增，最大的不同是“便士报”

（penny papers）成为最有影响力的报纸。

新兴的报刊反映出政治、社会和科技各方面的转变，让库珀这样的有识之士倍觉惊慌。

一般公认，19世纪30年代那十年在许多方面都可圈可点，是美国新闻业革命的标志。

这场革命使“新闻”战胜了社论，“事实”战胜了观点。

这场变革伴随着政治民主化和市场经济范围的扩大而逐渐成形，不久之后，客观性便成了新闻工作者不得不遵守的法则。

便士报的革命库珀离开美国时，以及托克维尔（Tocqueville）几年后访问美国时，美国的主流报纸都是周报，但沿海城市已经出现了许多日报。

<<发掘新闻>>

典型的日报是四版的篇幅，头版和第四版几乎全是广告，封面和封底两页看起来就像书刊杂志，必须翻开才看得到内容。

二版有评论性专栏。

第二和第三版的主要内容为各类船期及其货物信息和海上消息。

第二版还有一篇政治社论和简短的消息。

短文大多直接抄自其他报纸，通常会注明出处。

其他的短文也大多是总编辑或其所属政党的观点，编排、印刷和风格都和社论没什么差别。

部分报纸以广告为主，其他的则主要是政治内容。

政治性报纸侧重对全国性政治内容的报道，财源主要来自政党、党内派系或有志竞选公职的候选人；这些资助者主导了社论的方向，有时甚至自己写社论。

这不能算是欺骗，因为在当时这是众所周知的常态运作。

政党报纸之所以仰赖政治领袖，不仅是为了获得办报资金和专栏内容，更是为了在该政党当权后，可以承包政府印刷品业务。

纽约州民主党党报《阿尔巴尼看守人报》（Albany Argus）的发行人埃德温·克罗斯威尔（Edwin Croswell）在1824至1840年间便担任纽约州官方印刷商。

这是全州最有油水的职务，克罗斯威尔一年赚了大概3万美元。

之后《阿尔巴尼晚报》（Albany Evening Journal）的发行人苏罗·韦德（Thudow Weed）接替了这个职位，他和两个合伙人1841年大约赚了5万美元，而克罗斯威尔估计他们赚了6.5万美元。

商业化报纸和党报有一些共同的特征。

第一，二者都很贵，一份报纸售价约为6美分，当时非务农的劳工平均一天所得不到85美分。

而且读者只有到承印的办公室去才能买到报纸，所以一般都是订阅，一年订费约在8-10美元间。

在这种情形下，报纸发行量低就不足为奇了，最有名的都市报的发行量也不过是1000到2000份。

读者群多为商界、政界的精英，报纸内容也难免局限在商业和政治等领域。

倒不是说当时的报纸就沉闷呆滞。

报纸上确实以广告和船运消息为主，在商界人士眼中，它们形同商业告示。

不过报纸的社论却是其引以为自豪的部分，党派立场鲜明、煽动性浓重、火药味十足。

各报主编在报纸上激烈地互相攻讦，有时甚至恶化成打架或决斗。

纽约日志作家菲利普·霍恩（Philip Hone）曾记录了1831年的一次事件：今早我刮胡子时，看到窗外《晚邮报》（Evening Post）的丰编威廉·卡伦·布莱恩（William Cullen Bryant）和《商业广告人报》（Commercial Advertiser）的主编斯通（wm L Stone）在打架，布莱恩用牛皮鞭抽斯通的头，抽了几下后，斯通夺下了鞭子，结束了这场打斗。

当时办报极端个人化。

早期报纸的规模很小，一个人兼任编辑和记者（如果有新闻报道的话）、业务经理和印刷商。

虽然办报是个人行为，当时的编辑对后台的政治老板却卑躬屈膝，而且对什么东西适合报纸刊登毫无概念。

詹姆斯·戈登·贝内特（James Gordon Bennett）的同代传记作家写道：“记者其实就好比依赖政阀、商人、掮客和公职候选人的秘书，衣食住行、社会地位都由他们来决定……”直到19世纪30年代报业革命后，主编在自己报纸上表达自身的观点的能力才见增强，而且是朝一个新方向增强：主编出名的手段已经不再是写社论，而是通过工业、企业和在新闻采编上的创新来使自己名扬四方。

奇特的是，当报纸将重心由社论转往新闻采访时，它的个人机器色彩反而更加浓厚了。

我们可由报纸名称的改变来追溯上述发展。

19世纪30年代以前，报纸的主要读者群为商业精英，报纸的名称也反映了此种情形。

1820年，波士顿有两份日报，分别是《波士顿广告日报》（The Boston Daily Advertiser）和《波士顿爱国者及商业广告日报》（Boston Patriot and Daily Mercantile Advertiser）。

1820年，巴尔的摩的日报有《美国及商业广告日报》（American and Commercial Daily Advertiser）、《联邦公报及巴尔的摩广告日报》（Federal Gazette and Baltimore Daily Advertiser）、《联邦共和党人及巴尔的摩电讯报》（Federal Republican and Baltimore Telegraph）（原《联邦共和党人及商业公报

<<发掘新闻>>

》(Federal Republican and Commemoria[Ga.zette])、《巴尔的摩广告及晨间纪事报》(Morning Chronicle and Baltimore Advertiser)、《巴尔的摩爱国者及商业广告报》(BaltimorePatriot and Mercantile Advertiser)等。

1820年,纽约、波士顿、巴尔的摩、费城、华盛顿、查尔斯顿和新奥尔良半数以上的周报和日报冠有“商业”或“广告”等字样。

但1830年以后,很少有报纸用这些名字了,许多报纸选用了带行动和操作性的名字来取而代之,比如“时评”、“先锋”、“论坛”等。

此外,一些报纸会选用“明星”、“太阳”等照耀世界的物体为名。

单从报纸名称来判断,我们可以说,1830年以后的报纸更主动、更自觉地表达了编辑的个性和信念。

19世纪30年代报纸名称由“广告报”转为“先锋报”、“明星报”的这次变革,被称为美国新闻业的“商业革命”。

这场革命并非包括所有的报纸,而是专指当时勇于打破传统并成为后来报业典范的“便士报”。

顾名思义,“便士报”最具开创性的特征就是售价为1便士(1美分——译者),而非当时常见的6便士。

除了按年订阅,报社还雇报童在街头叫卖。

和售价6分钱的报纸比起来,“便士报”的发行量相当大。

第一份便士报《纽约太阳报》(New York Sun)于1833年9月3日创刊,数月内便成为纽约最大的报纸,到1834年1月发行量增加到5000份,两年内更增至1.5万份。

《晚讯报》(Evening Transcript)和詹姆斯·戈登·贝内特1835年5月6日发刊的《纽约先驱报》(New York Herald)随后创办。

到了1835年6月,3份报纸的日发行量已达4.4万份。

而1833年《太阳报》初创之时,全市11份日报的总发行量才不过26.5万份。

“便士报”迅速扩展至波士顿、费城和巴尔的摩等其他都市陶业中心。

《波士顿每日时报》(Boston Daily Times)于1836年2月16日创刊,短短几周内便成为波士顿最大的报纸,3月中旬发行量便达到8000份。

《费城公共基石报》(Philadelphia Public Ledger)于1836年3月25日创刊,由本杰明·戴(Benjamin Day)的两位好友——纽约印刷商威廉·斯温(William Swain)、阿儒羽·亚贝尔(Arunah Abell)及他们的合伙人亚撒利亚·西蒙斯(Azariah Simmons)合办。

<<发掘新闻>>

编辑推荐

《发掘新闻:美国报业的社会史》以社会学为背景，将客观性当作一种文化现象加以考察，以此研究新闻专业性和媒介机构。

在研究美国现代报业开端时，着重解剖了两种报道模式——“故事模式”与“信息模式”。

《发掘新闻:美国报业的社会史》为我们提供了社会学视角的新闻事业变迁史，其理论框架与研究方法突破了传统的研究，把报业融入社会体系之中，又以新闻专业主义为中心，紧紧抓住与“客观性”相关联的新闻表现手段及其源起、目的，具有很强的现实意义。

《发掘新闻:美国报业的社会史》作为新闻传播学领域的经典读物为广大学者所推崇。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>