

社群真知：后真相时代新闻价值的 符号伦理反思

冯月季

摘要 新闻价值概念的有效性一直以来都被动地受制于媒介环境、市场需求和受众趣味的变化,新闻价值内涵的流动性不仅引发了新闻学自身的学科焦虑与合法性危机,甚至还触及到整个人类理性主义和公共正义的危机。这种危机在后真相时代“情感”取代“事实”的逻辑下被无限放大。这是因为传统意义上的新闻价值标准选择基于经验观察的偶发事件,这种价值标准在后真相时代加速了主体意识的破碎和瓦解,为了对抗这种危机,新闻价值的研究必须实现从“社会事件”向“符号文本”的转向,让新闻文本进入“阐释社群”的公共话语空间,在意义的生成过程中探寻获得身份认同和共享价值观的“社群真知”。“社群真知”是在新闻文本的意义阐释中逐渐显现出来的,具有“真知品格”的新闻文本建构内在地受到公共叙述伦理的规约。

关键词 后真相;新闻价值;社群真知;符号学;公共叙述

DOI 10.26599/GJMS.2024.9330010

无论从业务实践还是学术研究的角度来说,新闻价值都是新闻学中的核心概念。不过令人感到无奈的是,新闻价值常常遭遇有效性与合法性的危机,由于媒介环境的巨大变化,新闻价值成为了一个流动性的概念。梳理新闻价值定义的变化可以看出,从传统媒介时代到今天的社交媒体时代,新闻价值的概念界定以及意义解释充满了各种不确定性。以至于后真相时代,新闻价值再次遭遇了更为严峻的媒介环境甚至整个社会文化语境变迁带来的挑战,不仅给新闻学自身的学科合法性带来了危机,更引发了人们共享意义世界存在之“真”的焦虑。迫使新闻学自身以及整个社会文化必须反思:后真相时代的新闻价值应当如何界定?其对于人类追寻意义存在的动力,构筑意义存在的方式有何价值?本研究尝试从符号学中的“社群真知”(community truth)理论出发,给出这一问题的解释,并且从更为宏观的意义上,探讨社群真知作为后真相时代新闻价值公共阐释的结果,须以“公共叙述”作为后真相时代新闻文本建构的伦理规约。

冯月季:汕头大学长江新闻与传播学院教授。

一、从“事件”到“文本”:后真相时代新闻价值的悖论与转向

问题讨论之前,有必要先对新闻价值这个概念研究的演变史作一个简要的梳理。从新闻业的产生和发展来看,新闻价值就是在新闻业技术进步和产业化生产形成过程中由新闻生产者归纳总结出来的一种认知判断和实践标准。自1650年德国诞生世界上第一份日报之后,就有媒体人和学者开始探讨新闻价值的构成要素问题。19世纪30年代,新的印刷技术推动西方新闻业进入商业化生产时代,新闻从业者们逐渐意识到那些受欢迎的新闻都具有某些共同的特征,例如“独一无二的,奇妙的,幽默的,别出心裁的”(斯旺博格,1967/1989)。尤其是在商业逻辑支配的新闻生产体系下,追求猎奇性、反常性成为新闻价值取舍的首要标准,最为典型的莫过于《太阳报》主编博加特(John Bogart)提出的“狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻”(刘建明,1989)。1922年李普曼(Walter Lippmann)在《舆论学》中正式提出“新闻价值”的概念,引发了西方学者们广泛而深入的探讨。二十世纪初,中国新闻学者们也从学理层面开始了对新闻价值的探讨。徐宝璜(1919)在《新闻学》中提出:“新闻之价值云者,即注意人数多寡与注意程度深浅之问题也。”任白涛(1922)提出新闻价值的三要素为“新、速、确”。邵飘萍(1923)则认为新闻价值的内涵是“爱读者之人数,时机之适当与否,距离远近之关系,兴味之集中与变迁”。新中国成立后,各种关于新闻价值的讨论林林总总不下数十种。这些不同的新闻价值选择标准经过讨论在二十世纪九十年代开始逐渐在新闻学界达成共识,即新闻价值的构成要素包括五个方面,分别是:时新性(及时性或新鲜性)、重要性、显著性、接近性、趣味性^①。

从科学研究方法来看,上述关于新闻价值五要素的结论主要是基于经验现象观察,即媒体或新闻机构在选择新闻事件时,主观判断具有什么特征的事件符合市场的需求和公众的兴趣。尽管有学者指出:“在不同历史时期和不同文化中,人类在一直交换着相似的新闻。”(科瓦齐、罗森斯蒂尔,2001/2011)然而事实上,媒介环境、市场需求和公众的兴趣总是充满了变数,新闻价值一直以来都是一个流动性的概念。在不同的媒介时代,媒体在建构新闻文本时所依据的新闻价值五要素并不是基于平衡考量,而是会有所侧重。例如在传统媒介环境下,重要性和显著性可能会成为媒体考虑新闻价值的首要因素。伴随着网络媒介的兴起,公民新闻运动的普及,趣味性和接近性就会成为新闻价值更为青睐的要素。而到了今天的社交媒体时代,新闻价值五要素更是发生了全方位的变化。有学者指出:“第三媒介时代”新闻价值的核心要素包括全时性、定制性、人性化、必要性、沉浸性、合作性(李沁,2015)。新闻价值的构成要素除了在经验层面发生流变之外,二十世纪九十年代之后不少中国学者还从学理层面展开对

新闻价值哲学思辨和逻辑演绎的研究,例如从唯物主义、认识论层面追问新闻价值是一种主观认识价值还是一种客观事实价值,或者从马克思主义哲学视野范畴中考察新闻价值中的价值内涵到底是什么。

简单梳理一下新闻价值概念的演变史,表象上来看,符合一般性事物演进的规律性和动态性。然而若从深层次上追问,新闻价值研究却存在诸多学理上的漏洞。迄今为止,学术界关于新闻价值的定义依然未能达到有效性的共识,学者们总结出来的新闻价值定义不下数十种。缺乏概念的有效性对于一门学科合法性的建构而言是致命的。海德格尔(2001/2006)指出:“一门科学在何种程度上能够承受其基本概念的危机,这一点规定着这门科学的水平。”不仅如此,新闻价值的研究对象在不同的学术视野中也呈现出纷繁复杂的景观,“新闻价值是否等同于新闻的价值?”“新闻价值到底是记者的主观判断还是事件本身的客观属性?”诸如此类的质疑和争论一直困扰着学术界,难以得到明确的结论。新闻价值的概念自诞生起就是学术界根据新闻业界的经验总结和现象描述,在其基础上归纳总结而抽象出来的关于新闻选择标准的理论阐释。基于经验观察而得出的新闻价值定义之于现实有重要的实践意义,但是由于经验的丰富性和无限性,导致新闻价值概念缺乏相对稳定的有效性,不得时常被动地受到经验现象易变性的制约,柏拉图认为单纯的现象描述无法构成真正的科学知识,这种通过经验现象观察而界定新闻价值的方法对新闻学学科自身合法性构成了伤害。

造成新闻价值研究困境的原因,在笔者看来主要有三点。其一,研究对象的不明确,根本上我们必须追问:新闻价值研究到底是研究什么?其二,研究方法的固化与矛盾,从早期的经验观察到其后理论层面的哲学思辨,两者严重对立,难以达成理论和实践层面的融合。其三,研究的目的何在?是要为记者采写新闻树立某种统一的标杆?抑或给新闻价值这个概念注入学理因子以纠正人们对“新闻无学论”的刻板印象?约翰·费斯克(John Fiske)(1994/2004)在其《关键概念:传播与文化研究辞典》中指出:“多年来,想给新闻价值做出更明确定义的尝试数不胜数。但是,若把这些理论编成一个确定而可靠的价值一览表则难乎其难,因为,不同的研究是从不同的立场,使用不同的假定和术语而探究这一完整概念的。”尽管当下的新闻价值研究陷入了一种难以言说的境地,但是我们仍然可以从这个嘈杂的话语场中理出某些有价值的思绪。例如:由吉林省广播学院和北京广播学院早年编著的《新闻概论》中区分了事实价值和新闻价值;有学者区分了“新闻价值”和“新闻的价值”,认为“新闻价值”是“新闻事实对于受众的作用和效用”(郑保卫、刘新利,2010),“新闻的价值”“一是新闻对于作为主体的人的价值,二是新闻对于由人通过各种关系构成的社会的价值”(杨保军,2020)。郝雨(2006)关于新闻价值层次的表述则更为清晰:“我们首先把

新闻价值分解为两个层次进行理解。一个层次就是作为选择标准的新闻价值,即新闻传播者对于新闻事实和素材进行选择 and 把关时所采用的判断标准和尺度,我们称之为‘尺度性新闻价值’;另一个层次就是作为社会功能的新闻价值,也就是新闻传播活动和事业对于整个人类和社会的有用性,我们称之为‘功能性新闻价值’。”

应当说,上述学者关于新闻价值两个层次的划分是具有启发意义的,为了把意思说得更清楚,笔者将新闻价值的这两个层次分别称为“新闻事件价值”和“新闻文本价值”。由是观之,传统意义上有关新闻价值的研究主要集中于“新闻事件价值”,即决定好新闻的标准是什么。笔者前文指出:经验现象的观察得出的新闻价值要素具有被动性,不得不面临时刻自我否定的焦虑。之于新闻实践层面而言,尽管可以在某些状况下为媒体或记者提供新闻选择的依据,但是却面临着多重难以克服的困境,除了新闻价值分类标准体系在时空维度中不断变化之外,最根本的就在于,无论新闻价值的分类标准体系如何确立,这种以新闻事件作为制定分类标准的做法都难免陷入“一天给我一桩谋杀案”这样的思维窠臼,即“反常性”成为衡量新闻事件的最重要指标,这也是为什么有学者批评“现代新闻事业一直受到这个黄色新闻年代逸风的影响”(埃默里等,1997/2004)。如此,就会导致新闻业的危机在历史中反复上演。

后真相时代,新闻价值研究的困境依然存在。有人分析了后真相时代新闻价值标准的变化:从时新性向实时性转变;从显要性向实用性转变;从接近性向亲近性转变;从趣味性向媚俗性转变(易艳刚,2017)。根据《牛津英语词典》的定义,“后真相”(post-truth)是指诉诸情感与个人信仰比陈述客观事实更能影响公众的舆论。“‘情感’取代‘事实’成为核心。”(王雅楠,2018)后真相时代的来临,预示着传统的理性主义在互联网空间中遭到了空前的解构,同时也代表着以追求客观性为准则的新闻专业主义在后真相时代的失落。本质上,新闻业在后真相时代遭遇的这种信仰危机,依然是传统新闻价值观的副产品,即当我们试图通过新闻产品来渲染某种情感时,实际上已经遁入了以追求事件反常性为目的的新闻价值语义框架中,它带有一种庸俗的结果主义功利性。后真相时代情感取代事实更深层次的危机在于,伴随理性主义一同被解构的主体面对互联网空间中发酵的情感表现出空前的焦虑和错愕,迷失于新闻事件制造的情感漩涡中,主体的失落、分裂、异化将成为后真相时代的阿喀琉斯之踵。

为了克服上述危机给人类带来的伤害,后真相时代媒体的新闻价值观需要完成两个转向。其一,不能再将新闻看作一种纯粹的信息产品,从人与社会存在的层面,新闻是主体认知的符号文本,其意义在于为主体建构探寻后真相时代本质的“社群真知”。其二,新闻价值的选择标准必须完成由外而内的转向,即从新闻事件价值到新闻文本价值的转向。其意义在于,新闻事件作为经验世

界发生的表象,“它们往往在某个特定时刻或特定地点发生在我们面前,促使我们感到惊讶、发愣,给予我们冲击和刺激,促使我们有所感发,使我们为此而产生这样或那样的情绪,萌生一系列对待生活的‘情态’”(高宣扬,2014)。哲学视野中的新闻事件具有凸现性、个体性和偶然性,展现了情感世界的丰富和多元。然而世界的构成又不纯粹是众声喧哗、瓦釜雷鸣,世界还存在着理性、秩序和思考。后真相时代,如果世界被偶然事件引发的情感喧嚣所充斥,人类的理性时代有可能被完全终结。如果说作为社会个体的公众在后真相时代倾心于主体情感的宣泄,那么作为社会公共机构的媒体必须对抗这种危机,从外在世界的碎片化中主动抽离,回归理性内在的沉思。新闻文本尤其需要理性思考的光芒照亮被后真相遮蔽的角落,如此,新闻文本就不应当成为任由情感泛滥的个人言说,而是努力探寻塑造共享意义世界和公共理性价值观的“社群真知”。

二、社群真知：后真相时代新闻价值的公共阐释

根据后真相时代“情感”取代“事实”的逻辑,世界向我们展示的是否仅仅只是真伪难辨的“拟像”?有学者追问:后真相时代是否意味着客观性的终结?因为支撑真相的两大根基“即作为普世性的理性原则,以及作为经验性数据收集、统计、分析的客观性结论”(蓝江,2017)随着后真相的来临都崩塌了。理性来看,这毋宁说是一种过度悲观的论调。有学者认为,后真相时代与所有人类现代社会文化领域出现的与“后”相关的社会文化现象,例如后现代主义、后消费主义等具有同样的表征世界的逻辑,“在这些命名的背后隐含着一种意指:这注定都是一个过渡的时代,是一个旧秩序正在解体,新秩序还未生成的时代”(夏莹,2017)。在这个新旧秩序交替的时代,世界展现自身以及我们理解世界的方式都发生了变革,我们所需要的不再是一种纯粹的关于客观世界的知识陈述,而是一种新的体认世界的知识,按照“post-truth”的直译,其意为“后真知”,“当其在我国中国学界的讨论中被转译为‘后真相’的时候,其中所包含着对‘真’的诉求层面发生了转换”(夏莹,2017)。“真”并非单纯陈述客观经验世界,事实上,我们基于哲学“符合论”对客观经验世界的把握从未达到理想的状态,后真相时代恰恰给我们提供了转换对“真”的认识的一种新语境,“真”不是对客观真相即刻当下的描述,而是超越了对客观经验世界的陈述上升为对符号意义世界的沉思和理知。

后真相加剧了社会的高度原子化,尤其在非理性情感泛滥的社交媒体空间,单凭社会个体不可能获得具有沉思和理知的知识,只有在社群中,通过社群成员的协商与交流才有可能。在麦金泰尔(Alasdair MacIntyre)、沃尔泽(Michael Walser)等社群主义者看来,作为社会个体的自我必须置于社群之中

才能体现出存在的意义,而鲍曼(Zygmunt Bauman)(2001/2007)则认为社群就像是一个温馨的家,能够为人们提供生活上的安全、快乐和舒适。不过社会个体进入社群就必须付出一定的代价:为了寻求社群生活的稳定性,就必须放弃自我的独特性。社群主义的这种观念遭到了以罗尔斯(John Rawls)为代表的自由主义自我观的批评,罗尔斯认为,相比于特定的目的和价值,自我的选择权利和认知能力更为重要。“没有什么东西是‘为我们指定的’,也没有什么东西在我们对它的价值做出判断之前就是权威的。”(金里卡,1995/2005)这种观念在社交媒体时代获得了越来越多的认同,社会个体所具有的身份多元特征与社交媒体空间中错综复杂的社群发生了耦合,因此,社会个体的思维意识有可能落在多个社群意义框架中。

人作为思维和行动的主体,在社群中的意义寻求从长远来看是一个类似于符号无限衍义的过程,然而有些时候人的思维意识必须暂时停留在某个社群文化中以获得意义在场感。后真相时代,正是新媒介技术以及新闻文本的生产延伸了人的意义感知能力。正如本尼迪克特·安德森(Benedict Anderson)所表明的,现代媒介在维系社群的文化结构上扮演着重要的中介者的角色,“创造了一个超乎寻常的群众仪式……在同一时间正被数以千计(或数以百万计)他虽然完全不认识,却确信他们存在的其他人同样进行着……每隔一天或半天就重复一次”(安德森,1991/2005)。美国新闻学者约翰·哈特利(John Hartley)认为“新闻是现代性的意义生产实践,因而它是世界上最重要的文本系统”(舒德森,2003/2010)。迈克尔·舒德森(Michael Schudson)也认为:“新闻媒体对于社会的主要作用在于,它日复一日地成为文化领域的行动者,即扮演着意义、符号与信息的生产者或信使的角色。”(舒德森,2003/2010)现代社会,新闻之于社群而言,其重要性不在于简单地传递现实,新闻作为符号文本必然是社群成员进行社会文化意义解释和交流的载体,新闻符号文本构成了公共阐释的空间,社群成员从新闻符号文本的意义生产中完成了自我的社会化过程并获得了对社群社会文化意义系统或规范的认知。美国符号学家皮尔斯(Charles S. Peirce)将符号文本表意系统蕴含的价值规范称为“社群真知”。根据皮尔斯的理解,社群真知并非某种具体而确定的知识,它是社群成员在享有共同价值规范和身份认同的基础上达成的对于某个文本意义的共识,它是在探讨、交流、辩论甚至不断纠错的过程中逐渐建构起来的社群成员意见或观点的共识,但并非整齐划一的一种声音。社群真知并不像具体的科学知识那样能够对当下境况作出确定的解释,我们也很难用具体的语言描述社群真知的面目,所谓“道可道,非常道”。皮尔斯认为,“存在世界的‘圆极’”(皮尔斯,1991/2014)。那是一种人类趋向于道德圆满和伦理至善的境地,尽管至今从未达成,但人类通过符号表意追求世界的“圆极”从未止息。

后真相时代的复杂性在于,促成人类理性反思能力的社群真知在情感逻辑支配的互联网空间中遭到了挑战,碎片化和表象化的信息形成了意义多维的阐释旋涡,将人类本就脆弱的公共理性主义精神抛入了无底的黑洞。这恰恰就是后真相时代“真”的存在方式,传统媒体时代追求的那种直接显露的“纯粹客观性”在当今泥沙俱下的媒介环境中已经退场,取而代之的是一个像剥洋葱一样的逐层显现真相或真理的探究过程,以及在此过程中出现的观点或意见的碰撞、辩驳和推断。社群成员在意义阐释旋涡中如何通过社群真知进行取舍和判断?从人的存在本质来看,皮尔斯将自我看作具有弹性的符号结构,社群真知的获得来自人类追求意义化生存的动力,从而超越“此在”视域朝向可能世界寻求意义。正如雅斯贝斯(Karl Jaspers)(1956/2005)所说:“我们要相信一个自身圆满的世界呢?还是相信思维必须朝着超越存在?”德国哲学家汉斯·兰克(Hans Lenk)认为,“人类不仅是符号的动物,而且是元符号的动物”(兰克,2009)。通过“阐释社群”,人类能够在一个更高的元层次上使用符号,即能够以一种无限上升的方式解释符号并使用符号的意义。

阐释社群对符号文本意义的解释不是为了寻求某种确定性或明晰性的知识。根据皮尔斯的三元符号学理论,解释项在符号表意过程中具有无限衍义的特征,“虽然符号表述的意义有可能是虚假的,甚至可以说真理不可能被表述出来,但是意识追求意义的本来目的就是找到真知,取得真知是人类意义活动本身的前提”(赵毅衡,2017)。尤其在后真相时代人们对“真”的诉求层面发生了转换的情境下,“真理不是真相,……真理并不一定能够获得其真相式的表达”(夏莹,2017)。然而在后真相时代,人在互联网空间中成为“漂浮的能指”,并且由于“程序工业使构成文化的历时性要素,即意识,突然间急剧地共识化”(斯蒂格勒,2001/2012),公众迫切寻求新闻事件的表象可以暂时将意识安放其中,而缺乏进一步探究通向真理的真知。人们期望获得的真相是即时在场的,哪怕是被互联网空间的众声喧哗割裂为碎片,人们依然能够感觉到通过把握琐碎化的真相获得主体在场的实在感,这充分显现了后现代主体退隐之后个体主义的狂欢。而通向真理的真知却需要通过社群成员对文本意义的公共阐释才有可能获得。获得真知的过程需要时间的沉思,会显得漫长,它是一个在时间和空间中绵延的过程,甚至是一种“延迟的否定”,因而不具有那种对琐碎真相即时把握的在场愉悦感。获得真知需要社群成员具有自我反思意识、理性的沉思,以及社群文化饱含着公共理性主义的精神。在一个自由多元的公共空间中,在社群成员的相互交流、谈论和辩驳的过程中,真知逐渐在文本意义的解释过程中显现出来。

皮尔斯是一位积极的社群主义者,他认为通过社群成员的公共阐释,最后总能够得到或者无限趋近于“真知”,也即获得真知总是一种“在路上”的符号意

义解释活动。通过符号意义的叠加累积,使得“解释项能够接近完美的真知或绝对真知”(Robin,1967)。但是获得或接近真知必须在社群中才能实现,在皮尔斯的观念中,“社群的功能作为一种认识论的典范;社群意见的一致明确了真知与实在,社群是思想进程到达顶峰的所在之处”(DeMarco,1971)。真知是在社会文化层面展开的意义解释活动和交流,它并不强制社群成员被迫接受特定的符号意义,也不“指导”社群成员沿着某个既定的意图进行文本意义的解释。正如舒德森(2003/2010)所说:“他们(新闻文本)没有向受众提供支票或挥动棍棒,没有表扬或批评,也没有许可或限制。”真知潜隐在符号文本中构成意义之网,等待社群成员的公共阐释。潜在的真知就像语义胶,将社群成员进行意义解释的动力粘结在一起。

新闻文本具有某种深层价值,它是蕴含在新闻文本中潜在的象征含义或真理,通过受众的解读,新闻文本的深层价值以符号表意的形式显现出来。新闻文本的开放性和多义性决定了“文本不是一个用以判断解释合法性的工具,而是解释在论证自己合法性的过程中逐渐建立起来的一个对象”(艾柯,1992/1997)。保罗·利科(Paul Ricoeur)(1981/2012)说:“解释就是将自己放置于由文本本身支持的解释关系所指示的意义之中。”新闻文本构成了意义之网,盖伊·塔克曼(Gaye Tuchman)(2022)认为新闻是一种知识的框架,依靠对新闻文本的意义解释,社群成员共享其中的价值观和规范,完成了从个体身份向社群身份的转换。阐释社群是后真相时代对抗网络碎片化和无中心性终极的理想公共空间,阐释社群在探究真知的过程中让我们生活在一个有意义的世界中,“使人们共享对社群有价值的物体和艺术,促进意义的提升、深化和巩固,并形成共同参与的感觉”(Dewey,1929)。

三、公共叙述:后真相时代新闻文本的伦理建构

后真相时代尤其要面对所谓“液态新闻业”的冲击,新媒介技术的泛滥以及话语场的多元丛生正在导致传统的新闻专业主义走向失序的境地,新闻的客观性变得无从追寻。这给新闻界提出了切实的挑战,即“遵循何种价值观以充分地收获新信息技术的应用所带来的可供性”? (潘忠党,2018)当传统的新闻价值观遭遇消解,也必然迫使新闻界不得不进行自我反思,正如后真相时代不再单纯执着于追求客观事实的呈现,更表达了一种对真知体认方式的变化。这意味着后真相时代新闻文本需要承担双重使命:“作为文本的新闻是可验证的事实呈现;作为活动的新闻是观察、记录、查核、传递事实并建构意义的社会和文化实践。”(潘忠党、陆晔,2017)因此,后真相时代新闻价值的难能可贵性就在于从纷繁无序的格局中建构一个理知的世界。在此逻辑下,新闻业面对客观事

实价值的滑落,并没有走向衰落,反而因其所承担的独特使命——“参与公共生活所必须的交往模式,实践并阐述它的建构所要遵循的交往伦理和规范”(潘忠党,2018)而获得了更为广阔的实践空间。当然,这并不是说新闻业对客观事实的陈述变得不再孜孜以求。在高度现代性的媒介环境中,“人是万物的尺度”被无限放大,人人都声称见证了客观事实,然而,这里面的错误和偏见已经在一次又一次的公共舆论场中显露无疑,我们所宣称把握的客观真相,不过是被情绪化支配的新闻事件的冰山一角。因此,在所谓新闻生产情感泛滥化的后真相时代,尤其需要专业化的新闻生产者和传播者。在此前提下,新闻业的另外一重无可代替的价值就在于建构一个开放的舆论场,促成不同观点和意见的表达与交流,为社群成员寻求意义和价值判断提供社群真知的语义场,如此,公共对话和理性精神方能熠熠生辉。

这种新闻实践内在地蕴含着一种公共叙述的伦理规约,公共叙述不是编织眼花缭乱的故事,也不热衷于泛娱乐表象之下以离奇情节和狗血剧情图谋商业利益的最大化,新闻业的公共叙述秉承的是新闻专业主义理念,以职业化的新闻生产对抗后真相时代的价值失序以及真知的匮乏。舒德森认为新闻通过两种途径影响受众:“第一,新闻有助于建构一个情感的共同体。第二,新闻有助于建构一种公共的交谈。”(舒德森,2003/2010)后真相时代知识生产的方式出现了巨大变革,以互联网为代表的新媒介所具有的超文本特征使得知识生产与过去相比出现了巨大的增殖与扩容。携带着后现代主义的浓墨重彩,互联网知识从一开始就是建立在对抗“知识的社会决定理论”(曼海姆,1998/2002)基础之上的,知识的疯长和异化连带着使得现代社会的主体意识出现了巨大的焦虑和盲从,而社群作为安放人的意义根基的文化容器也面临破碎的危险,因此必须有一种制动方式防止人类从文化意义之网中跌落。这样的时代,尤其需要像专业新闻生产者和传播者这样怀有公共伦理精神的知识人,他们所抛出的命题不是为了私有利益,而是致力于挽救社群的文化危机,他们通过专业知识的叙述,拓展社群被后真相时代情感泛滥淹没的公共空间,让社群真知的理性光芒照耀人心,让那些因为曾经陷入后真相旋涡而离散的主体意识再次得以凝聚,让人类重新思考那些关乎价值、存在和意义的宏大命题。

理查德·罗蒂(Richard Rorty)(1989/2003)认为“叙述转向”之于人类道德乌托邦的建构具有重要的意义,语言的偶然性使得基于“客观真实”的研究方法已经无法为人们找到一条通向真理的途径,真理不是被发现的,是在公共叙述中显现出来的。当今受众的审美需求已经超越了纯粹的客观的“真”,人们更希望在大众传媒的公共叙述中获得意义的满足感和自我认同感。后真相时代遵循着后现代主义解构一切、消解主体和崇高的逻辑,主体在网络空间的情感喧嚣中被摧毁为“漂浮的能指”,主体存在的意义也在网络的嘈杂躁动中被割裂,

趋向碎片化和扁平化。主体极度碎裂和意义不在场使得人类文化的延续性遭遇了前所未有的危机,人类文化迫切需要找到一个能够缝合主体精神的意义空间,叙述转向为人类文化的延续提供了这样一种可能。社群主义者麦金泰尔(Alasdair C. MacIntyre)(1984/1995)认为,现代性自我的日常生活必须植入具有共享意义的社群中,“这是这样一个自我概念:它的整体性在于这样一种叙述的整体中,这种叙述把诞生、生活和死亡联结起来作为叙述的开端、中间和结尾”。只有在叙述中,现代性的漂浮、碎片化的主体才有可能找到安身立命的场所,获得意义在场感,从而探寻重建主体的可能性。

根据罗蒂的观点,进入现代性以来,大众传媒已经取代传统的布道成为社会文化伦理变迁的主要媒介。新闻作为一个庞大的符号文本系统,在后真相时代的语境中其表征现实的价值已经无法满足现代主体对意义的追寻,必须把新闻当作一种修辞集合、一种文化结构。文化结构是一个依靠符号传播意义展开的公共空间,新闻文本生产者不再简单地扮演着再现世界的角色,传统对新闻以及新闻价值的定义强制性地将新闻阐释成了“一个个孤立的信息片段”,自然不可避免地造成了现代社会主体“感知”的零碎化。必须将新闻文本看作一种知识构成系统,新闻文本生产者遵循公共理性和正义的准则,将那些被孤立的信息片段遮蔽的意义挖掘出来,新闻文本中并不“规定”某种固定的意义,新闻文本是现代人类社会文化结构的重要组成部分,人类学家格尔茨(Clifford Geertz)(2010/2014)认为文化并不构成权力本身,文化并不能对社会事件、行为或过程进行归因,文化只是一个语境,在这个语境中的事物可以被明白地展示和阐述。

新闻价值作为社群真知的一种表现形式,也必然遵循符号意义的传播过程,即新闻价值并非是由新闻文本接收者单向阐释出来的,新闻文本生产者和传播者也是阐释社群的构成部分,新闻文本生产者和传播者并不直接“锚定”新闻文本的意义,“媒介只提供词语和图像,除了符号之外别无他物”(舒德森,2003/2010)。但这并不意味着媒介机构在新闻文本生产过程中毫无作为,社群成员因为具有意义表达和解释的潜在动力,“社群真知的最大作用,是让个人和社群的意义活动朝真知方向行进,这就是真知的最终形态”(赵毅衡,2017)。换言之,社群成员对于新闻文本表意结构是有“真知期待”的,他们期待从解读新闻文本意义的过程中进入一个共享的世界,新闻文本表意结构已经成为社群成员建构常识经验以及获取真知重要的公共空间。具有真知品格的新闻文本建构一定是内在地受到新闻伦理的规约,这种伦理规约作为一种内在价值根植于人类对美好生活的期望以及对社会正义的追寻,“定义正义及其在数字时代美好生活中的作用是一个知识分子议题”(克里斯琴斯、刘沫潇,2019)。毫无疑

问,后真相时代的新闻生产者和传播者也必然应当信守并践行这种正义伦理,因此真知显现的过程并不能纯粹依靠社群成员对新闻文本的公共阐释,新闻文本在生产的过程中就已经被赋予了真知品格。新闻文本真知品格的获得依靠的是新闻界内在地将新闻业定义为一个具有公共使命的领域,在建构新闻文本的过程中自觉遵守“公共叙述”的伦理规约。

新闻文本中被赋予的是一种可以“被展示”的意义,即可以被“阐释社群”反复探究,通过解释其意义获得具有真知品格的普遍信念,达成通向社群伦理价值圆满的可能性。新闻文本中“被展示”的意义,不能用对错的二元标准去评判,在新闻文本解释过程中,它并不强制文本解释者以一种机械论的“说明”方式去接收文本的意义,而是用“理解”的方式将文本的意义“创造”出来。利科区分了文本的两种接收方式,“说明”式的文本趋向于固定的结果,而“‘理解’是一个过程,由此,通过显现的感知符号,我们逐步了解精神生活的某些方面”(利科,1981/2012)。由此蕴含真知品格的文本必须以某种范式进入按照公共伦理规则建构的叙述框架中,根据利科的观点,一个“理解”式的文本是具有显现精神符号的“书写纪念碑”,书写固定了的不是事件,“而是已说的‘内容’,这里,通过已说的内容,我们理解了,由于说话想成为说出来的,即陈述的东西,所以,意向的外在化成为话语的目的,总之,我们所写的……它就是言语事件的意义,而非作为事件的事件”(利科,1981/2012)。

从生产实践层面而言,遵从公共叙述伦理的新闻文本最终要依靠生产者的“真知自觉”和“伦理自觉”,尤其是在后真相时代的语境中,一方面是被异化了的科学主义的客观性,另一方面是与之悖谬的由互联网技术引发的主观情感泛滥。如何在这种极端对抗的文化结构中嵌入理性的沉思,考察的是新闻文本生产者作为知识人应当遵从的公共叙述伦理,哈钦斯委员会(The Commission on Freedom of Press)在阐释传媒社会责任论时认为一个自由社会对新闻界具有五项理想化的需求:“第一,一种就当日事件在赋予其意义的情境中的真实、全面和智慧的报道;第二,一个交流评论和批评的论坛;第三,一种供社会各群体互相传递意见与态度的工具;第四,一种呈现与阐明社会目标与价值观的方法;第五,一个将新闻界提供的信息流、思想流和情感流送达每一个社会成员的途径。”(新闻自由委员会,1974/2004)这五项理想化的需求既可以看作是社会化文化对于新闻界真知期待的具体表达,也可以认为是新闻文本建构遵循公共叙述伦理的内容构成。

本文系汕头大学科研启动基金项目“中国文化符号国际传播机制研究”(编号:STF23006)的阶段性研究成果。

注释

- ① 除了新闻价值“五要素”说之外,学术界还流行新闻价值“六要素”说,即在“五要素”之外再加上“真实性”。

参考文献

- 阿拉斯代尔·麦金泰尔(1995):《德性之后》(龚群、戴扬毅译),北京:中国社会科学出版社。(原书 Alasdair, M. [1984]. *After virtue: A study in moral theory*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.)
- 艾柯(1997):《诠释与过度诠释》(王宇根译),北京:三联书店。(原书 Eco, U. [1992]. *Interpretation and Overinterpretation*. London: Cambridge University Press.)
- 保罗·利科(2012):《诠释学与人文科学》(孔明安等译),北京:中国人民大学出版社。(原书 Ricoeur, P. [1981]. *Hermeneutics and the human science: Essays on language, action and interpretation*. London: Cambridge University of Press.)
- 贝尔纳·斯蒂格勒(2012):《技术与时间3:电影的时间与存在之痛的问题》(方尔平译),南京:译林出版社。(原书 Stiegler, B. [2001]. *La technique et le temps: 3. Le temps du cinéma et la question du mal-être*. Paris: Galilée.)
- 本尼迪克特·安德森(2005):《想象的共同体:民族主义的起源与散布》(吴叡人译),上海:上海人民出版社。(原书 Anderson, B. [1991]. *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. New York: Verso.)
- 比尔·科瓦齐、汤姆·罗森斯蒂尔(2011):《新闻的十大基本原则——新闻从业者须知和公众的期待》(刘海龙、连晓东译),北京:北京大学出版社。(原书 Kovach, B. & Rosenstiel, T. [2001]. *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.)
- 柏拉图(2015):《泰阿泰德》(詹文杰译),北京:商务印书馆,第95页。
- 盖伊·塔克曼(2022):《做新闻:现实的社会建构》(李红涛译),北京:中国人民大学出版社。(原书 Tuchman, G. [1978]. *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.)
- 高宣扬(2014):论巴迪欧的“事件哲学”,《新疆师范大学学报(哲学社会科学版)》,第35卷第4期,1-11页。
- 海德格尔(2006):《存在与时间》(陈嘉映译),北京:生活·读书·新知三联书店。

- (原书 Heidegger, M. [2001]. *Sein und zeit*, Niemeyer: Tübingen.)
- 汉斯·兰克(2009):《人是元符号和元解释的存在》(王伟译),《西安交通大学学报(社会科学版)》,第5期,49页。
- 郝雨(2006):回归本义的“新闻价值”研究,《上海大学学报(社会科学版)》,第13卷第6期,69-74页。
- 卡尔·曼海姆(2002):《意识形态与乌托邦》(黎鸣、李书崇译),北京:商务印书馆。(原书 Mannheim, K. [1998]. *Ideology and Utopia: An introduction to the sociology of knowledge*. London: Routledge.)
- 卡尔·雅斯贝斯(2005):《生存哲学》(王玖兴译),上海:上海译文出版社。(原书 Jaspers, K. [1956]. *Existenz philosophie*. Berlin: Walter De Gruyter & Co.)
- 克利福德·格尔茨(2014):《文化的解释》(韩莉译),南京:译林出版社。(原书 Geertz, K. [2010]. *The interpretation of cultures*. London: Fontana Press.)
- 克利福德·G. 克里斯琴斯、刘沫潇(2019):数字时代的新正义论,《全球传媒学刊》,第6卷第1期,96-102页。
- 蓝江(2017):后真相时代意味着客观性的终结吗,《探索与争鸣》,第4期,10-13页。
- 理查德·罗蒂(2003):《偶然、反讽与团结》(徐文瑞译),北京:商务印书馆。(原书 Rorty, R. [1989]. *Contingency, irony and solidarity*. London: Cambridge University Press.)
- 李沁(2015):“第三媒介时代”新闻价值的定位与建构,《当代传播》,第4期,41-44,48页。
- 刘建明(1999):《现代新闻理论》,北京:民族出版社。
- 迈克尔·埃默里、埃德温·埃默里、南希·L. 罗伯茨(2004):《美国新闻史:大众传播媒介解释史》(展江、殷文译),北京:新华出版社。(原书 Emery, M., Emery, E. & Roberts, N. L. [1997]. *The press and America: An interpretive history of the mass media (9th Edition)*. London: Pearson.)
- 迈克尔·舒德森(2010):《新闻社会学》(徐桂权译),北京:华夏出版社。(原书 Scudson M. [2003]. *The sociology of news*. New York: W. W. Norton & Co.)
- 潘忠党、陆晔(2017):走向公共:新闻专业主义再出发,《国际新闻界》,第39卷第10期,91-124页。
- 潘忠党(2018):在“后真相”喧嚣下新闻业的坚持——一个以“副文本”为修辞的视角,《新闻记者》,第5期,4-16页。
- 皮尔斯(2014):《皮尔斯:论符号》(赵星植译),成都:四川大学出版社。(原书 Peirce, C. S. [1991]. *C. S. Peirce: On signs*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.)
- 齐格蒙特·鲍曼(2007):《共同体:在一个不确定的世界中寻找安全》(2版)(欧阳景

- 根译),南京:江苏人民出版社。(原书 Bauman, Z. [2001]. *Community: Seeking safety in an insecure world*. Cambridge: Polity.)
- 任白涛(1922):《应用新闻学》,杭州:中国新闻学社。
- 邵飘萍(1923):《实际应用新闻学》,北京:京报馆。
- 王雅楠(2018):“后真相”时代:作为制造者的媒介,《中南大学学报(社会科学版)》,第24卷第2期,172-178页。
- 威·安·斯旺博格(1989):《普利策传》(陆志宝、俞再林译),北京:新华出版社。(原书 Swanberg, W. A. [1967]. *Pulitzer*. New York: Simon Schuster Trade.)
- 威尔·金里卡(2005):《自由主义、社群与文化》(应奇、葛水林译),上海:上海译文出版社。(原书 Kymlicka, W. [1995]. *Liberalism, community and culture*. Oxford: Oxford University Press.)
- 夏莹(2017):“后真相”:一种新的真理形态——兼与吴晓明、汪行福等教授商榷,《探索与争鸣》,第6期,66-70页。
- 新闻自由委员会(2004):《一个自由而负责的新闻界》(展江、王征、王涛译),北京:中国人民大学出版社。(原书 Hutchins, R. [1974]. *A free and responsible press*. Chicago: University of Chicago Press.)
- 徐宝璜(1919):《新闻学》,北京:北京大学出版部。
- 杨保军(2020):论新闻的价值根源、构成序列和实现条件,《新闻记者》,第3期,3-10页。
- 易艳刚(2017):“后真相时代”新闻价值的标准之变——以“罗尔事件”为例,《青年记者》,第4期,17-19页。
- 约翰·费斯克(2004):《关键概念:传播与文化研究辞典》(李彬译),北京:新华出版社。(原书 Fiske, J. [1994]. *Key concepts in communication and cultural studies*. London: Taylor & Francis Co.)
- 赵毅衡(2017):《哲学符号学:意义世界的形成》,成都:四川大学出版社。
- 郑保卫、刘新利(2010):论不同文化语境下的新闻价值观,《今传媒》,第8期,32页。
- DeMarco, J. P. (1971). Peirce's concept of community: Its development & change. *Transactions of the Charles S. Peirce society*, 7(1), 24-36.
- Dewey, J. (1929). *Experience and nature*. London: George Allen & Unwin, Ltd.
- Robin, R. S. (1967). *Annotated catalogue of the papers of Charles S. Peirce*. Amherst: University of Massachusetts Press.

Community Truth: A Semiotic Ethic Reflection about News Value in the Post-Truth Era

Yueji Feng

(Cheung Kong School of Journalism and Communication, Shantou University)

Abstract The validity of the concept of news value has always been subject to media environment change and caused the anxiety and crisis of journalism legality, which it even touches the whole human culture crisis. The crisis is infinitely amplified by the logic of “emotion” replacing “fact” in the post-truth era. The root reason is the selection of the traditional news value standard based on the empirical observation of incidental events. Such value standard can only aggravate the disintegration of subject consciousness in the post-truth era. In order to fight against this crisis, we must complete the transition from “news event value” to “news text value”, The public interpretation for the meaning of news text by “interpretation community”, we can seeking “community truth” for identity and shared values. “Community truth” is gradually revealed in the interpretation of news text meaning, the construction of news text with “truth character” is intrinsically regulated by public narrative ethics.

Key Words Post-truth; News Value; Community Truth; Semiotics; Public Narrative