

对《新京报》新闻专业主义的民族志研究

展 宁

摘 要：从报社新闻编辑部的中高层编辑如何理解新闻专业主义入手，通过三种调查手法，包括实地观察、深入访谈和阅读相关材料，考察了《新京报》的专业主义话语实践。揭示了这份都市报在特殊的地理场域中形成的一套独特而完整的专业主义运作方法，力图显示新闻专业主义的话语在某些都市报层面已经走过了中国新闻改革初期的碎片化和局域化呈现时期，开始显示出强大的生命力，而且将伴随着中国社会的进步获得更大的社会空间。

关键词：《新京报》；新闻专业主义；民族志研究方法

作者简介：展宁，男，传播学博士生。（浙江大学 传播研究所，浙江 杭州，310028）

中图分类号：G219.25 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552（2013）01-0011-06

2003年11月11日，南方日报报业集团与光明日报集团在北京联合创办了《新京报》。对于身上有着南方报业血统的《新京报》来说，其新闻专业主义探索并未经历过如《南方都市报》在市场化改革之初的迷茫期，^①从报纸创立伊始，深受南都影响的《新京报》就在新闻专业主义的理念和实践层面进入了一个成熟期，它有着明确的愿景定位：致力于创办一份承载新闻人理想的报纸，一份以责任感为灵魂的报纸，一份致力于纪录时代步伐的报纸，一份进步的美好的报纸。时任《新京报》总编辑的程益中曾将其特色风格概括为：法治精神，法律意识，人文色彩；敬业精神，专业意识，职业色彩；积极、稳健，有见地等。^②

2010年，《新京报》日均发行量72.5万份，主要门户网站对新京报稿件的转载率在平面媒体中处于前列，报纸跃居为当年网络热点及重大突发公共事件舆情源头的第二位。^③同时，由于其读者定位为“年富力强，中坚力量，成长阶层，实力人士，活力人群——这个社会向上生长的力量”，再加上其在北京的地理政治优势，《新京报》的社会影响力稳居北京乃至国内同类媒体前列。

然而，如张志安博士在其学位论文中提出的问题：在北京这个有别于广东的“场域”中，这样一份与《南方都市报》有着相似“道义”和“主流”取向的报纸，其新闻生产与社会控制的互动关系将呈现出何种特征？^④换言之，《新京报》的专业主义坚守是否会在继承中呈现出形态的变化？这些正是本文力图解答的问题。这既反映出一个主流都市报先行者的生存哲学，又因其个案的典型性为学界思考中国都市报业的突破路径提供了重要的借鉴。

我们从报社新闻编辑部的中高层编辑如何理解新闻专业主义入手，通过三种调查手法，包括实地观察、深入访谈和阅读相关材料，以考察《新京报》的专业主义话语实践。《新京报》的专业主义话语建构可以从报纸所持的新闻理念框架、特殊新闻生产场域中的规训与抵抗、新闻操作方式三方面去把握。通过我们的分析，本文力图显示：专业主义的话语在某些都市报层面已经走过了中国新闻改革初

① 张志安：《编辑部场域中的新闻生产——〈南方都市报〉个案研究1995-2005》，复旦大学博士论文，2006年。

② 程益中：《我们到底要办一张什么样的报纸——在新京报社成立大会上的演讲》。

③ 据据 IRI 监测数据统计，http://www.iricn.com/index.php?option=com_content&view=article&id=144&Itemid=7。

④ 张志安：《编辑部场域中的新闻生产——〈南方都市报〉个案研究1995-2005》，复旦大学博士论文，2006。

期的碎片化和局域化呈现时期,在特殊的地理场域中生成了一套独特而完整的专业主义运作方法,这套运作方法显示出强大的生命力,而且将伴随着中国社会的进步获得更大的社会空间。

一、新闻理念框架

《新京报》从诞生之日起,就有着明确的自我定位意识。虽然其口号每年都会发生变化,但是“从创刊到现在,这些口号里面有一个不变的东西就是——责任……无论是‘一出生就风华正茂’,还是‘品质源于责任’,我觉得对于新京报人来讲,本质的东西从没有改变”。^[1]《新京报》的责任口号“致力于对报道的新闻负责,一切新闻和一切责任。有责任报道一切新闻,追求新闻的终极价值和普世价值;更有责任对报道的新闻负一切责任,包括政治责任、经济责任、文化责任和社会责任……新京报至高无上的责任,是忠实看护对党、国家和人民的最高利益。”^①应该说,《新京报》的专业主义新闻理念框架就是从日常新闻实践对于口号的具体阐释中体现出来的。

(一) 新闻的真实性

真实性是新闻报道的最基本要求,但是报纸在多大程度上坚持真实性却反映了媒体的不同定位和追求。一位副总编辑将《新京报》的首要目标归纳为“求真求实”,“有不可以说的真话,永远不要说假话;如果不得不说假话,绝对不要主动去说;如果不得不主动去说,那也不要创作性地说。”^②在的日常的新闻生产实践中,事件采访是否透彻,细节是否清楚,也成为了编辑对记者稿件的一个重要处理和筛选标准,^③“编辑在改记者稿件时还会与记者沟通比如哪些东西你还需要补充,或者哪些东西你没有说清楚这些之类的,不仅要说清楚,可能还要挖掘背后的东西”。^④

除了自觉地对新闻的真实性进行坚持外,真实性原则还成为了报社规避未知风险时所使用的策略,社长戴自更在接受笔者采访时强调新闻一定要注意真实性,这应该也是京城媒体一种必需的生存策略:“如果你要报道一样东西,真实性问题一定要注意,搞媒体切忌剽窃、抄袭、胡编乱造,这是最大的大忌。新京报8年风风雨雨走过来,只有一点你坚持好了之后就不会有大的问题,就是保证报道的真实性,在真实性基础上任何事情都有商量的余地。……现在中央领导提倡公开化透明性,就是只要你这个东西是真实的,领导还是可以理解的。在这样的环节上只要你报道是真实的,新闻媒体坚持的底线坚持好,就不会有过大的问题。”^⑤

(二) 史家意识

民国时期著名的报人史量才创办《申报》时提出历史意识问题,他认为报纸应该是“史家之别载,编年之一体”,它肩负着“通史之任务”,报社全体同仁必须“以史自役”,报纸所作的记载一定要真实、客观和公正。史量才姓史,加之主张“以史自役”,是以章太炎干脆将他的办报方针称为“史家办报”^[2],可谓一语中的。

在中国所处的特殊社会转型期,媒体不只是参与市场竞争的经济实体,也是为公共服务的社会公器。这种史家意识除了与《纽约时报》等西方媒体所倡导的“记录时代”有相同点外,还被赋予了另一层意义。一位部门主编这样理解报纸的史家意识:“这么重大的事件,作为一个报纸,我们要去记录

① 程益中:《我们到底要办一张什么样的报纸——在新京报社成立大会上的演讲》。

② 笔者对《新京报》副总编辑何龙盛的访谈资料,2011年8月29日,北京。

③ 注:由于新京报社采取“大编辑小记者”的新闻生产模式,编辑的把关能力增强,对于稿件的要求更加标准化。

④ 笔者对《新京报》深度报道部编辑李素丽的访谈资料,2011年8月30日,北京。

⑤ 笔者对《新京报》社长戴自更的访谈资料,2011年8月31日,北京。

这个历史，如果真的不让发，那是另外一回事。我们去记录历史，我们可以从其他渠道来报道这个东西，用不同的方式……对一个报纸的团队来讲，你不仅仅是记载新闻，你其实是在记录历史。我期待我的部门能不缺失中国的重大事件，即使这个重大事件是不让报的，在我的新闻团队采访中是不可或缺的，就像写中国编年史一样。我的摄影部要去完成中国这一年的重大事件，我的记者不能缺席。”^①

（三）影响力导向的都市报

《新京报》对于自身新闻理念的认识可以从编辑部内部对于北京同类型媒体的看法中得出。一位副总编承认“我们的发行量不如《北京晚报》，但我们看重的是影响力，这与定位、发行结构有关。”^②，员工中普遍存在一种倾向，认为影响力要比发行量更能反映出报纸的地位；只要影响力提高，销售量自然也就得到了保证。^③实际上，《新京报》的创办使得北京的都市类报纸有了一种独特的话语权。

如总编辑王跃春所说，“做《新京报》的过程是回归常识的过程，要回到读者需要的新闻，是办给读者看的。”^④。所谓常识的普及，其目的就是为了中国社会转型期价值观的重建。就《新京报》自身的定位来讲，首先是对法治精神和人文色彩的强调。

《新京报》评论版所承载的社会功能已经逐渐从思想启蒙转向了建设性推动，并且具有明显的问题意识，在一定程度上反映出都市报试图解决中国社会问题、推动中国社会进步的目的转向。“到2005年左右，评论依然处在一种价值的判断，对或者错，人们常识里面的一个突破……2005年往后以《新京报》为代表的转向一个专业化，讲究专业化和建设性，开始推动。……具体到内容更加专业化，就是怎么给读者提供一个新的价值，也就是启发，前面讲为什么错，后面讲怎么去改。”^⑤

二、特殊新闻生产场域中的规训与抵抗

《新京报》承载着《南方都市报》“延伸的声音与梦想”来到北京，注定要在一个特殊的政治场、经济场、文化场中游弋。综合对报社各位中高层领导的访谈，北京特殊的场域特征对《新京报》的影响如下：

（1）政治关系错综复杂。北京身处中国的政治中心，媒介生存和言论自由度的处境微妙。《新京报》在政治影响力和资源占有上有得天独厚的地域优势，通过互联网和海外驻华媒体、机构的二次传播，甚至能够产生国际影响力；但是另一方面，又因为其影响力的不断扩大容易成为高层关注的焦点，这就对报纸的新闻生产提出了更高的要求。^⑥

（2）圈子文化分层明显。城市社会极化是近年来北京社会结构的最大变化，它主要受城市功能结构转变、外国直接投资和流动人口涌入的影响。执行总编王跃春这样形容北京与广州文化的差异，“北京地域方面政治氛围更浓一些，北京是哑铃型的社会，是一个圈子化的社会，不同圈子关注的话题是

① 笔者对《新京报》摄影部主编陈杰的访谈资料，2011年8月30日，北京。

② 笔者对《新京报》副总编辑何龙盛的访谈资料，2011年8月29日，北京。

③ 《新京报》对于影响力的追求从报纸的目标定位人群就可以看出，执行总编王跃春这样看待《新京报》的市场策略：“我们就靠品质和影响力去提高市场份额……我的目标定位人群是不同的。主要是一些主流人群，包括政府机关、高校、国外使领馆、政府企业的高层”。笔者对《新京报》执行总编王跃春的访谈资料，2011年8月31日，北京。

④ 笔者对《新京报》执行总编王跃春的访谈资料，2011年8月31日，北京。

⑤ 笔者对《新京报》社论部主编王爱军的访谈资料，2011年8月30日，北京。

⑥ 在采访过程中，几乎所有的采访对象都对北京特殊的政治环境有清醒的认识，如某文化部编辑说到，“南都和我们比较接近，要做的东西很像。但是南都很多可以做，新京报就不可以，这是地域决定论。外部环境上新京报放一个200字的新闻出错了领导就找你，南都可能整版立场不大正确也没人管”。但是他也承认，“不过在资源方面新京报在北京又具有优势。”笔者对《新京报》社文化部某编辑的访谈资料，2011年8月30日，北京。

不一样的；广东整个是纺锤形市民型社会，人的素质和教育程度都差不多，形成一个稳定的市民社会，更容易形成共识，互动非常强烈，整个城市关注的东西是差不多的。”^①这就使得《新京报》必须形成明确的受众定位意识。

《新京报》由此形成了一套应对权力规训的相应策略，这既与其所处的外部场域环境有关，也与其自身的报社文化密不可分。下文拟从政治场和经济场两个方面来探讨报纸的操作策略。

（一）新闻场与政治场

无论是所谓的民主社会还是专制社会，政治与媒体之间一直存在着一种相对紧张的关系，政府的信息控制与媒体张扬的知情权之间，一直是政治与媒体斗争的竞技场。^②政治对于新闻的规训作用无处不在，《新京报》由此形成了一些相应的处理策略。

（1）坚持客观真实的新闻标准。这个在前文已经有所提及，客观性所起到的一个重要作用便是：“避免触犯受众中的某一部分人，以及引起意识形态和社会产生不合的种种问题。客观性是避免这类问题的挡箭牌。”^[3]记者采访过程中，证据采集的充分和保留相关证人的证明、录音材料等物证已经成为必须注意的问题。例如深度报道新闻的证据如果搜集不充分，很可能最终会放弃对这一事件的报道。^③

（2）坚决执行相关报道禁令，不触碰政治底线。“作为媒体来讲，第一不要在政治中犯差错，设定的一些基本条规、高压线，政治上的东西不要去触碰，这是传媒人基本的一个要求。具体的指令我们坚决执行，比如某一个事件不让报道，我们会严格执行。”^④这一观念也渗透到了各部主管领导的日常操作习惯中。

（3）媒体的游击战术。然而，《新京报》在面对政治力量的规训时，也会采取相应的游击策略进行“临场发挥”，这不仅是对报纸报道“责任”理念的回应，也是报纸为中国社会不断扩展舆论空间做出的努力。除此之外，在一些不便直接表明报社立场的话题上，《新京报》内的一个常见处理策略是配上一些微博评论和网友质疑，通过第三方声音含蓄地显露自己的立场。^⑤

（二）新闻场与经济场

从编辑部内部组织来看，虽然《新京报》的广告和经营是严格分开的，但是对于广告客户是否会左右编辑部的报道，主编与部门编辑对于这个问题的理解则有细微的差别，这也从一个侧面反映出编辑部内部位置的不同决定了新闻把关权力的侧重存在差异。深度报道部的主编认为“（是否）涉及到广告商我们不会去考虑，如果是大客户反而做深度报道更好。披露的部门越有名越有警示作用，我更希望去揭露这些企业。”^⑥但是在主编层面上完全不考虑广告商的利益是不可能的，主编会根据具体的事情进行分析和选择，“我们大的广告客户，不可能完全不给予照顾。但是XX^⑦这样的事情也会去报的，我们不报其他媒体也会报。26这是把握平衡和度的问题，也不可能完完全全为了新闻影响到整个报纸的利益，媒体挣钱就是靠广告。所以在新闻上不可能没有倾斜，但是在一些大是大非的问题上不会违

① 笔者对《新京报》执行总编王跃春的访谈资料，2011年8月31日，北京。

② 吴飞．新闻专业主义研究[M]．北京：中国人民大学出版社，2009：225。

③ 笔者对《新京报》深度报道部编辑李素丽的访谈资料，2011年8月30日，北京。

④ 笔者对《新京报》社长戴自更的访谈资料，2011年8月31日，北京。

⑤ 笔者参加评报会的会议记录，2011年8月30日，北京。

⑥ 笔者参加评报会的会议记录，2011年8月30日，北京。

⑦ XX电器公司是《新京报》的重要广告客户，在某经济案件中曾对报社施压。后来报社放弃广告商1500万的合同，仍然坚持报道。

背报纸的新闻原则，在一些小事上……还是会照顾。”^①由此可见，《新京报》已经形成了一套稳定的采编与广告经营完全分离的操作模式，在采编层面上广告经营起到的影响极小，“对采编中层和一线编辑记者来讲只有社会利益的问题，他怎么去操作就怎么去操作，最后发与不发是报社层面来决定的。”^②

三、新闻操作方式

从微观层面上讲，日常的新闻操作方式是报纸专业主义理念的反映，从选题到成文的整个过程反映出报纸的品格。《新京报》的每个部门都形成了各自稳定的报道特点和风格，下文将选取评论部和深度报道部两个主要部门作为研究对象，^③以进一步探究具体操作层面的新闻生产策略。

（一）评论部：引导新闻评论转向建设性

报纸影响力导向的定位使得评论部在日常新闻操作中从思想启蒙转向建设性，并且具有明显的问题意识。相应的在取材和写作手法上有一个新的变化：“平常约稿（对象）主要是专家学者，因为他们比较专业，比如有问题他们知道出在哪里，应该怎么办，普通大众知道这个有问题，是错的，但是错在哪里就不清楚，更不用说我们要建立一个什么东西，普通人做不到这个……评论还是一种建设性。国人的一个习惯就是空谈的特别多，解决问题的少……比如引入什么制度才能体现出来，这个问题比单纯谈我们要民主更重要……我们还是倡导这个东西，不故意地就事论事，也不单纯呼喊口号，而是一个问题一个问题地解决。”^④

在面对一些敏感事件时，评论版的选择更能看出对于推动性和建设性作用的强调：“还是坚持建设性，比如不去渲染某种情绪，不去痛骂他，我只讲里面哪几个环节不好，有什么解决办法。……我们真的在讲理，这就要很专业的人查找大量资料，去研究一些实际问题才知道。”^⑤

（二）深度报道部：以客观性和品质化为中心的延展性追求

在深度报道的概念解析上，我们更倾向于认同杜骏飞和胡翼青的观点，“指新闻执著于追求深刻性与全面性的思维方式……它也是一种新闻理念，它的本质不在于文体或报道方式，而在于新闻本体的哲学理解……并不要求新闻文本像社会科学论文一样做到观点和理论上的深刻和严谨，它只要求通过作者深刻而全面的视角与采写手法，帮助受众更深入地理解新闻事实；它只要求新闻的文本能够诱发受众的深入思考，从而体尝思考的乐趣；它只要求通过各种新闻背景的合理运用，表现出新闻事件的‘景深’——历史纵深感。”^④《新京报》深度报道部首先从选材上就注重对新闻事件“景深”的强调，部门内部已经形成了统一的选材标准，“更关注一些可延展的，公共利益或者公共价值有没有普遍性，有没有反映社会或者在转型的过程中的弊病或者共同的东西，不太多个体的东西……除了典型性和公共价值，有的比如涉及到法制进程的东西，公共理性的东西可以选择。”^⑥报纸会更加注重品质和延展性，不会为了增强可读性而刻意追求选材的特殊性和事件性。

① 笔者对《新京报》执行总编王跃春的访谈资料，2011年8月31日，北京。

② 笔者对《新京报》执行总编王跃春的访谈资料，2011年8月31日，北京。

③ 选择这两个部门的原因有二，其一是因为这两个部门的新闻作品直接决定了都市报的质量和厚度，其二是因为在有着南方报业血统的编辑部内部，这几个部门也往往被看作是起标杆作用的“拳头产品”。某副主编这样评价自己对报纸各栏目的偏好：“我最欣赏报纸的品牌是评论，因为这是一个报纸的旗帜；当然还有深度报道。另外，我还欣赏文艺副刊，它有优雅的格调；再就是报纸的视觉形态，它反映了一种国际化的、主流的审美趋势。”

④ 笔者对《新京报》社评论部主编王爱军的访谈资料，2011年8月30日，北京。

⑤ 笔者对《新京报》社评论部主编王爱军的访谈资料，2011年8月30日，北京。

⑥ 笔者对《新京报》社深度报道部主编刘炳路的访谈资料，2011年8月29日，北京。

另外, 调查记者要尽力去梳理纵向完整的证据链条, 看是否有值得更深层次挖掘的意义。“都市类报道不能只做抓人眼球的报道, 而应该做更符合专业主义的标准。更应该培养一些专家型的记者。”^①

四、结 语

“中国新闻业面临的挑战是, 如何在多重权力因素的制约‘场域’中更好地平衡传媒经济与社会效益的关系、‘喉舌功能’与‘公共责任’的关系。”^② 如果说在整个中国的传媒行业中, 专业主义依然呈现碎片化和局域化的特点, 那么在以《新京报》为代表的主流大报的个体新闻编辑和生产过程中, 我们看到了一种日趋成熟的都市报专业主义操作理念和实践。这种操作和实践产生于一个特殊的地理场域中, 在当代中国最大限度上接近了凯利所强调的那样: 新闻的目的“是理解, 并通过这份理解, 以人文关怀为尺度对现实生活作出批判, 而且还要在此基础上促进社会的进步与改造, 使我们的生活新的境界上更接近人文价值的标准, 其核心是人的自由、平等和尊严。”^[5]

参考文献:

- [1] 王跃春: 媒体放弃舆论监督会丧失话语权 [EB/OL]. 腾讯嘉宾访谈. http://news.qq.com/a/20101119/001386_1.htm.
- [2] 宋军. 申报的兴衰 [M]. 上海: 上海社会科学出版社, 1996: 103; 徐培汀等. 中国新闻传播学说史 [M]. 重庆: 重庆出版社, 1994: 237.
- [3] 李良荣. 西方新闻事业概论 [M]. 上海: 复旦大学出版社, 1997: 60.
- [4] 杜骏飞, 胡翼青. 新闻深度: 对深度报道的重新诠释 [EB/OL]. <http://www.zjol.com.cn/05cjr/system/2004/01/18/002327030.shtml>.
- [5] 潘忠党. 解读凯利·新闻教育·新闻与传播之别 [J]. 中国传播学评论, 2005 (1): 111.

① 笔者对《新京报》社深度报道部主编刘炳路的访谈资料, 2011年8月29日, 北京。

② 张志安:《编辑部场域中的新闻生产——〈南方都市报〉个案研究1995-2005》, 复旦大学博士论文, 2006。