

# 浅析方法论在传媒业的应用

周舜锦

北京外国语大学, 北京 100089

**摘要：** 世界观主要解决世界“是什么”的问题，方法论主要解决“怎么办”的问题。把一件事情从现象上升到逻辑，再上升到方法，再到一整套方法体系，这个过程，就叫“方法论”。方法论经历了很长的发展历史，涌现出孔子、“笛卡儿”、马克思等方法论大师。学习方法论的目的是提升人们解决问题的能力，特别是在陌生领域尝试跨界的时候，能够在最短的时间内，建立一套有效的新工作方法。方法论适用于各个行业，本文主要通过方法论在新闻行业的运用，来说明传媒人不仅需要会写，还需要掌握更多的科学方法和方法论，才能创造性地解决问题，起到出奇制胜的结果。

**关键词：** 方法论；发展历史；笛卡儿；数学方法；传媒

**中图分类号：** G623.5

**文献标识码：** A

**文章编码：** 2023030138

## Analysis of the Application of Methodology in the Media Industry

Zhou Yijin

Beijing Foreign Studies University, Beijing 100089

**Abstract :** The worldview mainly solves the problem of what the world is, while methodology mainly solves the problem of what to do. The process of elevating something from phenomenon to logic, then to method, and finally to a complete system of methods is called methodology. Methodology has gone through a long history of development, with the emergence of methodological masters such as Confucius, Descartes, and Marx. The purpose of learning methodology is to enhance people's problem-solving abilities, especially when attempting to cross boundaries in unfamiliar fields, and to establish an effective set of new work methods in the shortest possible time. Methodology is applicable to various industries. This article mainly explains through the application of methodology in the news industry that media professionals not only need to be able to write, but also need to master more scientific methods and methodologies in order to creatively solve problems and achieve surprising results.

**Key words :** methodology; development history; descartes; mathematical methods; media

## 引言

《方法论》(Discours de la méthode)是笛卡儿在1637年出版的著名哲学论著，在这本书中正式提出了方法论的概念，对人们的思维方式、思想观念和科学研究方法有极大的影响。任何一门学科，都是由历史、理论、方法、实践(实验)这四大支柱构建起来的，我们必须在学科专业知识基础上，同步学习哲学、数学等知识，掌握更多的科学方法和方法论，打造一个现代化思维方法库，才能创造性地解决工作中的各种问题。科学方法和方法论，可以让我们系统性、结构性和细致性开展工作，可以在甚至是完全陌生领域的时候较快入门。那什么是方法论？方法论的发展历程是怎么样？方法论有什么作用？本文在下文进行了简单的阐述，也尝试通过方法论在传媒行业运用的分析，找到在传媒行业的一些好的工作方法。

## 一、方法论概述

### (一) 方法论的定义

方法论是一种以解决问题为目标的通用理论体系，通常涉及对问题各方面的论述，包括环境、阶段、任务、目标、工具、方法、技巧等。通过一系列具体的分析研究、系统总结并最终总结出较为一般性的通用原则。概括地说，世界观主要解决世界“是

什么”的问题，方法论主要解决“怎么办”的问题。把一件事情从现象上升到逻辑，再上升到方法，再到一整套方法体系，这个过程，就叫“方法论”。

青年问禅师：“我时常受到欺负，没办法挺直脊梁做人。”老禅师微笑，拿出一条蛇。青年大悟：“您是要我像蛇一样能屈能伸对吗？”老禅师笑答：“谁欺负你，就把这东西放他窝……”这个段子很多人都看过，大部分人是一笑了之，但如果你是一个

喜欢思考的人，可能回想一下，这个段子的笑点在哪儿？少数职业段子手会意识到，这个段子的结构可以植入新的内容，改编成全新的段子，极少数顶尖段子手还会为自己的段子创作方法进行案例补充：可以套的段子有哪些特点，具体套的方法和效果……上面四类人，可以总结成工作方法的四个阶段：现象层、逻辑层、方法层、方法论层。

把一件事情从现象上升到逻辑，再上升到方法，再到一整套方法体系，这个过程，就叫“方法论”<sup>①</sup>。



## （二）方法论的发展历史

《方法论》(Discours de la methode)是笛卡儿在1637年出版的著名哲学论著，在这本书中正式提出了方法论的概念，这对西方人的思维方式，思想观念和科学研究方法有极大的影响，但方法论在发展中经历了很长的发展历史，比较有代表性的历史如下：

（1）古代方法论：中国哲学史上，孔子主张“博学”、“多闻”、“多见”，然后把所有知识用“一以贯之”的原则贯穿起来，根据这个原则，孔子还提出了“举一反三”、“叩其两端而竭”等方法，他还强调“毋意、毋必、毋固、毋我”，即反对臆测、武断、固执、主观的思想方法。墨子注重实际验证或实际应用的经验方法，孟子讲尽心主张反省内求，荀子将观物与体道结合起来要求在对事物的观察中认识规律即“道”，清代的王夫之把前人所讲的格物致知分解为归纳法和演绎法。…这些理论形成了具有中国文化传统的认识方法的理论。在古希腊罗马哲学中，亚里士多德的《工具论》和《形而上学》也是有关方法论的重要文献，亚里士多德发现的逻辑思维形式和规律，他所创立的逻辑体系，到文艺复兴以前的许多世纪内，都是西方思维方法的规范。这些理论在人类思想发展史上打下良好基础。

（2）近代方法论：近代方法论的奠基人是英国哲学家F.培根。他推崇科学，反对遏制科学的宗教神学和经院哲学。培根在《新工具论》中，总结了科学实验的经验，提出了新的认识方法即经验归纳法。法国哲学家R.笛卡尔正式提出了理性演绎方法论。他重视理性，提出4条方法：①永远不接受任何我自己不清楚的真理，就是说要避免鲁莽和偏见②可以将要研究的复杂问题，尽量分解为多个比较简单的小问题，一个一个地分开解决。③将这些小问题从简单到复杂排列，先从容易解决的问题着手。④将所有问题解决后，再综合起来检验，看是否完全，是否将问题彻底解决了。洛克、休谟、康德、黑格尔也不断进行方法论的尝试。这些理论在人类思想发展史上有突出贡献。

（3）现代方法论：20世纪50年代以来，随着各门科学突飞猛进的发展，西方科学哲学出现了一个新的发展趋势，把对方法

论的研究同科学发展的联系了起来。如数学方法，数学几乎同哲学一样古老，最初仅仅运用在天象、历法、土地测量、机械等少数几门学科，但是，世界上一切事物都具有质和量两个方面，质量互变规律是普遍的辩证规律。因此，数学及其方法普遍适用于任何一门科学，日益成为包括自然科学、社会科学、思维科学等一切科学部门不可缺少的方法。除数学方法得到普遍运用外，还出现了系统论、控制论、信息论等横断科学。这些理论对诸多科学部门都具有方法论的意义。

## 二、方法论的作用

任何一门学科，都是由历史、理论、方法、实践（实验）这四大支柱构建起来的，我们必须在学习专业知识基础上，同步学习哲学、数学等知识，掌握更多的科学方法和方法论，打造一个现代化思维方法库，这样才能使人站得高，看得远，因为视野广阔宏大，角度四处发散，洞察事物本质，才能拿出出奇制胜的对策和结果。

### （一）方法论能提供解决问题的思路

方法论一般不能直接解决具体问题，但它在以世界的普遍本质和规律为其研究对象，揭示了世界发展的普遍本质和规律，是具有普遍意义的思维方法。它所阐述的原理、原则以及把这些原理、原则转化为解决问题的方法，有着广泛的普遍性和适用性。授人以渔而不是授人以鱼，通过方法论，通过方法论能看到问题的内在矛盾、找到根本的解决方法，方法论的深度，所以其不光能帮助我们解决问题，也可以在解决问题的过程中让我们明白问题是如何发生的、问题涉及到哪些方面、解决问题的关键点是什么，以及还有哪方面可能存在问题。

### （二）方法论能提供解决问题的办法

方法论提到这些科学方法，存在着共同的属性和规律。这些共同的属性和规律，具有广泛的适用性。各个领域各门学科所通用的思维方法，像抽象与概括、观察与实验、演绎与归纳、分析与综合、比较与类比、发散与收敛、裂变与聚合、矛盾转化规律、量变质变规律、整合法、统筹法、模型法、博弈论、信息方法、控制方法、结构功能方法等等，就是一般方法。在各个领域普遍适用，常常又简称为普适法。

### （三）方法论便于复制和传承

通过对科学方法和方法论的研究，可以形成完整的理论体系，在一定范围内解决更多同类问题，把工作经验稳定持续地输出，即使在跨界进入一个新领域时，面临的问题有所变化也能够最短的时间内，建立一套有效的新工作方法。虽然不能做到放之四海，但其往往能起到很大作用。

## 三、方法论在传媒行业的应用

作为一个专业工作者，在掌握业务领域专业知识外，还应该掌握各门科学所共有的一般科学思维方法，形成自己有一定深度的理论体系。因为一项成果，影响全局和发展前景的决策，绝不

仅是专业方法能够完成的，而是由理性思维方法也就是逻辑思维方法和普通法决定的。我们洞察到一些普遍规则时，也可以形成一些创新思路和成果，通过现象看到本质。炒股的人熟悉的“缠论”归根结底是技术分析理论中形态学和动力学在金融领域运用的产物，钱学森将巨系统论在航天技术运用后，再成功推广到经济社会领域，刘宇昆将信息论与文学创作结合，席文举先生将数学理论在传媒行业运用，打造了《华西都市报》的辉煌，他系统提出了建立自己的思维方法库，以高点思维打造不同凡响的新闻。本文在此体系下将方法论在传媒业的应用进行分析。

### （一）裂变法在传媒业的运用

裂变法是16、17世纪数学家们研究变量数学中产生的思维方法。量变的办法很多，最简单的是一分为二，还有一分为三，一分为四……一分为n，如果n为很大数字的时候，就形成了裂变。裂变，也就是小数变成大数，变成一个超过常规的数字，裂变走过的层级越多，裂变的数量就越大，裂变效果就越好。

舞蹈“科目三”爆火就是一个裂变传播典型。在广西当地的一场婚礼上，有人跳了一段“科目三”舞蹈，视频被传至网络后，“科目三”凭借简单易学、魔性十足的特点，引起了在田间地头、村口超市、城市广场等场景模仿，视频在网络上传媒，吸引海底捞员工的在上线上和线上传播，越来越多的人观看后又融入了芭蕾、民族舞、搞笑、斗舞等各种元素进行创新，引起连锁反应。“科目三”热度升温后，开始向海外进一步扩散，在日本、韩国、俄罗斯、英国、美国等各地，不同国家和民族的人，纷纷在各大视频平台跳“科目三”，“科目三”热度持续发酵。从风靡全国到风靡全球，“科目三”魔性舞蹈奇迹般穿越全球各地，也跨越了社会阶层、国籍和年龄壁垒，络视频播放量已突破460亿次。总结来说，裂变式传播，最重要是抓住用户心理，提供足够的传播动力，在每个环节降低用户操作门槛。当裂变层级超过4层，每个用户能带来1个以上新用户时，你的裂变式传播就开始了。

### （二）怀疑法在传媒业的应用

怀疑法是法国哲学家笛卡尔总结提出来的思维方法。笛卡尔的怀疑是从宗教神学的上帝开始。笛卡尔认为，为了获得真理，必须对过去的任何研究成果，进行一次“普遍怀疑”。西方的现代科学技术，基本上都是使用笛卡尔的方法论，从怀疑开始然后进行探索论证而建立起来的。从此以后，怀疑法成为科学研究的基本方法，也是走向创新的必经之路。你找到了怀疑的内容，也就找到了创新的方向。

小罐茶骗局新闻，就采用了这个方法。小罐茶的顶着“小罐

茶、大师作”的宣传噱头，伴随着“八位制茶大师手工制作”、“每一罐都是泰斗级大师手工制茶”的宣传语，小罐茶横空出世后，公布其年销售额达到了20多个亿，这个数据引起了媒体的质疑，20亿的销售额，平均到8位制茶大师，相当于每位大师一年要制作2.5亿元的小罐茶。照此计算，每位大师全年无休的情况下，每天要炒220斤净茶，1466斤鲜茶叶，而一般的熟练茶娘一天只能炒30-40斤左右的茶。因此，媒体惊呼：大师累坏了，并直指小罐茶涉嫌虚假宣传。小罐茶虚假宣传和收“智商税”的新闻一下成为社会热点。用这种怀疑的方法，产生不少的头号新闻。美国的水门事件、蓝田股份财务造假事件也都是通过怀疑找到的大新闻。

### （三）悖论在传媒业的应用

悖论通常是指这样一种命题，按普遍认可的逻辑推理方式，推导的结论超出“通常可接受的见解”。或者说结论是有矛盾的，而这两个结论都能自圆其说。悖论的抽象公式就是：如果事件A发生，则推导出非A，非A发生则推导出A。

罗翔从一个默默无闻的法学老师到全网爆红，他的视频飞速传播，成为了现象级网红。仔细分析他的经历，会发现他喜欢哲学，将科学方法论融入他的讲课中，他经常将悖论使用在案例讨论中，如：“罢工向老板讨钱，是一种敲诈吗？”、“投降是自首吗？”和“熊猫咬我，我能把熊猫打死吗？”这些悖论，常常让观众觉得十分烧脑，一起案件可能推导出相互矛盾的立场，而且这两个立场居然还都非常合理？好奇心会使观众，即使不是法学的观众都会有看完视频的动力，并且会喜欢上罗翔的视频。罗翔抓住观众心理，再利用悖论辨析了法律与案件中的盲区，帮助观众看清法治的核心。

## 四、结论

本文阐述了方法论的定义、发展历史和作用。并通过裂变法、怀疑法、悖论等方法在传媒业的应用说明了方法论的普适性，也说明做好新闻工作不是会写就行，还必须建立科学思维，通过科学方法，这样才能使人站得高，看得远，因为视野广阔宏大，角度四处发散，洞察事物本质，可以看到一般人看不到的东西，不仅看得远，而且看得深刻，自然引起不同凡响的思索，拿出出奇制胜的对策和结果。思维方法库是地基，也是材料库、工具库、武器库。对于我们来说，切切实实学习现成的人类已经总结创造出来的科学思维方法的确会受益终身。

## 参考文献：

- [1] 胡正荣. 媒介的现实与超越: 胡正荣自选集 [M]. 北京广播学院出版社, 2004.
- [2] 王梓坤. 科学发现纵横谈(续一) [J]. 南开学报: 哲学社会科学版, 1977(5):15.
- [3] 席文举. 传媒方法论 [M]. 中国社会科学出版社, 2021.
- [4] 刘冠军. 王维先. 科学思维方法论 [M]. 山东人民出版社, 2000.
- [5] 席文举. 策划传媒 [M]. 南方日报出版社, 2007.
- [6] 席文举. 报纸策划艺术 [M]. 中国社会科学出版社, 2000.
- [7] 胡正荣. 媒介的现实与超越 [M]. 北京广播学院出版社, 2004.