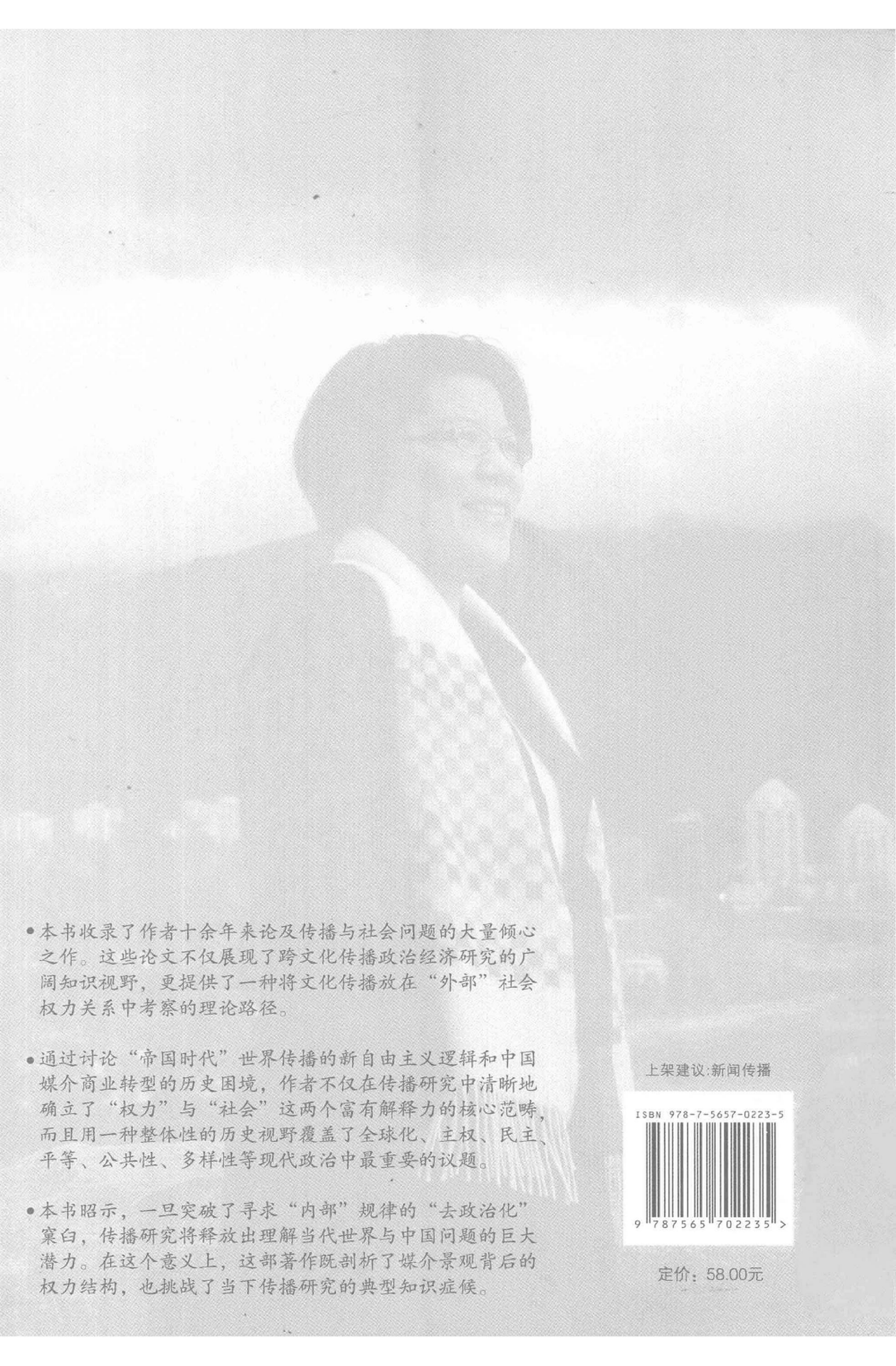


新闻学与传播学名家论丛

传播与社会： 政治经济与文化分析

赵月枝 著

中国传媒大学 出版社



• 本书收录了作者十余年来论及传播与社会问题的大量倾心之作。这些论文不仅展现了跨文化传播政治经济研究的广阔知识视野，更提供了一种将文化传播放在“外部”社会权力关系中考察的理论路径。

• 通过讨论“帝国时代”世界传播的新自由主义逻辑和中国媒介商业转型的历史困境，作者不仅在传播研究中清晰地确立了“权力”与“社会”这两个富有解释力的核心范畴，而且用一种整体性的历史视野覆盖了全球化、主权、民主、平等、公共性、多样性等现代政治中最重要的议题。

• 本书昭示，一旦突破了寻求“内部”规律的“去政治化”窠臼，传播研究将释放出理解当代世界与中国问题的巨大潜力。在这个意义上，这部著作既剖析了媒介景观背后的权力结构，也挑战了当下传播研究的典型知识症候。

上架建议：新闻传播

ISBN 978-7-5657-0223-5



9 787565 702235 >

定价：58.00元

新闻学与传播学名家论丛

传播与社会： 政治经济与文化分析

赵月枝 著

中国传媒大学 出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播与社会:政治经济与文化分析/赵月枝著. —北京:中国传媒大学出版社,2011.6

ISBN 978-7-5657-0223-5

I. ①传… II. ①赵… III. ①传播学:政治经济学—文集

IV. ①G206-53 ②F0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 062170 号

传播与社会:政治经济与文化分析

作 者 赵月枝
特约编辑 王维佳
责任编辑 赵丽华
责任印制 范明懿
封面制作 魏 东
出版人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 787×1092mm 1/16

印 张 21.25

版 次 2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

书 号 978-7-5657-0223-5/G·0223 定 价 58.00元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序言：我的跨国学术，我的跨国体验

1986年，在中国对外开放政策背景下，我以公费留学生身份“出国”，赴加拿大攻读传播学硕士学位。出于对西方新闻学理论前沿的无知和对英文阅读的不自信，我箱里装着《报刊的四种理论》的第一个中译本。这本冷战时期的美国新闻理论经典由中国人民大学出版社以供批判资产阶级新闻理论之用的名义在国内内部出版。由于当时我们自己可作为其批判武器的传统马克思主义新闻理论已失去了权威性和说服力，而我又根本不知道可作为批判此书之用的西方马克思主义理论和其他批判理论早已在西方学界流行，所以，我不仅多多少少从接受的角度来阅读这本书，并且假想这本书还作为西方大学的必读教材使用。然而，我的“第三世界”国民身份又使国际传播秩序的不平等问题萦绕于心。于是，我又带上了作为“世界信息传播新秩序”运动成果的联合国教科文组织报告，《多种声音，一个世界》的中文版。这两本随我出国的书，冥冥之中把“自由”与“平等”这两个主题放入我的理论视野，而我当时从一个社会主义的东方民族国家到一个资本主义的西方民族国家的“出国”旅程则意味着，我对这两个问题的思考离不开对东西方关系、民族国家范畴，以及“资本主义”与“社会主义”这一对相关的政治经济和社会文化概念的审视。

1997年，在美国新自由主义全球化劳工政策背景下，我又一次“出国”——离开加拿大这个我已经获得其公民权的国度，去美国加州大学圣迭戈分校传播系任教。在信息化资本主义时代的国际劳动分工中，作为“跨国知识劳工”，我是被美国当做“有特殊专长人才”引进的。我是H1B签证的持有者，在美国的正式身份是“合法异族”(legal alien)——虽然我是地球人，但是英文中的“alien”一词总使我首先想起“E. T.”一类的外星人。当时，我的 *Sustaining Democracy? Journalism and the Politics of Objectivity* (《维系民主？西方政治与新闻客观性》) 和 *Media, Market and Democracy in China* (《中国的媒体、市场与民主》) 这两本英文著作即将分别在加拿大和美国出版。也正是在这个时候，我开始尝试用中文写作学术文章，希望自己能成为中文学术共同体中的一员。不过，出于教学与出版英文著作的压力，当初我自己定下的目标是一年发表一篇中文文章。所以，10多年后，当我发现，除了《维系民主？西方政治与新闻客观性》的两个中文版本(2005, 2010)外，自己已在中国内地、香港和台湾发表了40余篇各类中文文章时，还是十分高兴的。本书收集

的18篇文章中,有12篇是已发表的中文文章的修订版,其他6章是第一次用中文出版。^①

本书分为四编。第一编提供理论视野。第1章是有关传播政治经济学的理论渊源、发展轨迹、分析路径、主要作者及其观点和当下研究前沿的概述。第2章对1980年代的文化批判理论,尤其是“后学”一些主流派对马克思主义理论传统中的意识形态范畴的新批判,进行了梳理与评价。这篇文章的主旨是,在坚持马克思主义意识形态概念作为“批判的武器”的相关性同时,批判地吸收“后学”对媒体研究和文化研究的理论贡献。以第1和第2章的理论探讨为前提,第3章进一步引入从“社会学马克思主义”到社会主义女性主义对“公共领域”概念的重构等当代社会理论资源,结合中国社会转型过程中的传播问题,从全球角度和批判理论视野来审视中外传播中的社会权力关系。这一章旨在使政治经济分析与文化分析相结合,力图在动态的社会历史分析中,构建全球化时代跨文化传播政治经济学的整体性学术视野。

本书第二编,“帝国时代的世界传播”,收集了我对“中国以外”的“西方”和“中国之上”的“全球”传播的一部分研究。在这一编的6篇文章中,有一半是我自己的个人文章,有一半是我与罗伯特·哈克特(Robert Hackett)的合著。不过,就第9章而言,我的补充和修订已在内容与英文原版有不少区别。从第4章对1991年美国对伊拉克的海湾战争中美国报界新闻话语的细致解读和对美国主导文化迷思的解构,到第7章对2002年美国电信业危机的评述;从第5章有关北美新闻客观性与可持续民主的讨论,到第9章有关传播全球化与民主化复杂关系问题的疑问,这些文章体现了跨文化传播政治经济学分析的一些基本思路。在第8章里,我引入哈特(Michael Hardt)和奈格里(Antonio Negri)(2000)的“帝国”概念,讨论了当下世界传播中,国家、资本和非政府组织力量的重新布局。基于此,我把这一编定名为“帝国时代的世界传播”。不过,我要强调,任何有关当下全球结构的社会分析范畴都有其局限性。在这样一个巨变的年代,保持分析的开放性和不同分析范畴间的对话和相互补充最为重要。

邓正来教授在《全球化时代的发展传播学》(2009:10)一文中写道,当下全球化的世界蕴含着“结构性的不平等”,形成了“世界结构”。而且,“伴随着全球化时代的到来,尤其是在中国经由加入WTO等国际组织而进入世界体系以后,我们所关注的中国,已经不再是一个地理意义上的孤立的,而是一个世界结构中的中国。对于中国来说,这才是三千年未有之真正的大变局”。事实上,自鸦片战争开始,中国就被洋枪洋炮卷入资本主义世界体系了。如我在本书第13章和第14章所论及,改革开放和以加入WTO为重要里程碑的加入全球化的进程,是中国在经历了1949年的社会革命后重新进入世界资本主义体系的过程。不过,正是在邓正来教授所说的中国所参与“世界游戏”的“世界结构”是不平等的、“蕴含着发达国家对后发国家的结构性支配”这一层含义上,我把第三编

^① 有关这些文章的详细出版资料,见后记。

定名为“世界结构中的中国传播”。这一部分包含了有关中国传播在制度变迁和话语呈现方面的一系列论文，包括中国加入WTO这一事件在媒体话语和传播结构层面的分析。这一编始于第10章有关报业结构转型的分析，结束于第15章围绕信息传播技术的有关中国宏观发展道路的讨论。

本书最后一编由三篇文章组成。在这些文章中，我从国际和国内、国家和社会、政策和文化、主导性力量和挑战性社会力量、认识论和价值论等层面讨论了当下中国和全球传播领域的一些理论和实践问题。这一编的标题，“另一个世界是可能的”，是世界性的反新自由主义全球化社会正义运动的一个口号。它是针对新自由主义语境下的“历史终结论”和“没有它择”的“TINA”(There Is No Alternative)之说提出来的。在第16章中，我讨论了“信息社会世界峰会”通过信息传播技术解决世界结构中的不平等问题的可能性与局限性。在第17章中，我对全球化时代的文化多样性问题进行了历史回顾和现实分析，并讨论了与文化多样性问题密切相关的中外进步社会力量为超越资本主义现代性和追求替代性社会制度和生活方式在理论和实践层面的多种努力。在本书结尾的第18章中，我进一步引入当代激进认识论和去西方化社会理论，以世界结构中的中国社会传播和中文传播学术的理论主体性问题为主要观照，提出了当下传播研究的理论新面向问题。从本书的结构角度，把这一章作为结尾，彰显了从理论讨论到传播制度、话语和政策研究再到理论知识与传播实践相结合的分析路径。同时，通过第一编中对“西方”意识形态理论的梳理到最后几编有关“南方认识论”的讨论，我希望本书体现东西方和南北方在构建人类命运共同体中共同探索的自觉文化意识和批判世界主义的学术理念。

这些文章的写作语境不同，论题各异。由于诸多主观和客观原因，成书过程前后经历了六七年之久。在编辑成集时，对有些文章，我进行了大量修改，以期在不改变基本分析框架的同时，尽量观照最新的理论讨论、文献发展和时事变化。例如，对在理论构建方面起到提纲挈领作用的第3章，我在2007年发表的一篇论文的基础上，进行了大量的修改和补充。但有些文章，尤其是第二编和第三编中的许多文章，由于其内容本身有很强的历史阶段性和描述性，我只在文字上进行了一些处理。在编辑中，我强调观点的相关性与文章的可读性，在有关国内外媒体的发展和政策变化方面，我没有刻意追求资料上的新颖性和时效性。此外，在尽量删除不同文章对相同观点和事例的重复时，我突出不同章节之间的相互印证和连贯原则。我希望，本书不是已出版文章的大拼盘，而是一部有内在逻辑和关联的研究著作。

不过，我不能说本书汇集了我最有代表性的研究。比如，基于我的两部有关中国传播问题的英文专著的许多英文文章，未曾有机会被翻译成中文出版（当然，更不必说这两部著作本身了）。事实上，这两部著作最直接地反映了我希望与其他中国传播研究者进行学术对话的努力：在1998年出版的 *Media, Market and Democracy in China* 一书中，我质疑把“市场”与“国家”二元对立的思维定式，通过对中国社会内部复杂传播政治经济演变过程的动态历史研究，挑战了当时流行于国内外中国传播研究中有关市场化如何会带来

民主化的简单线性分析。而在有关市场和国家“共谋”的市场威权主义制度分析框架在新世纪初又几乎成为新的简单化分析框架的时候,我致力于开拓中国传播研究的社会历史深度。因此,在2008年出版的 *Communication in China* 一书中,我在突出政治经济分析以及市场与国家之间在传播领域的复杂相互构建关系的同时,强调了中国革命遗产和社会分层、尤其是社会抗争,对分析中国传播问题的核心意义。而相对于 *Media, Market and Democracy in China* 一书对中国内部问题的重点关注, *Communication in China* 有了更多的从世界结构中把握中国传播问题的学术自觉。从某种层面上看,我所有的中英文著作都好像继续与装在我当年出国行囊里的《报刊的四种理论》和《多种声音,一个世界》进行着某种对话。

在学术取向层面,如果用一个字来概括我的努力的话,我想这个字应该是英语中同时可以作名词和动词的“桥”(bridge)字或与桥相关的“跨”(cross)字。我希望,我的基于动态社会历史的整体性分析路径能使我跨越一系列不可避免的二元对立:国家与市场、国家与社会、东方与西方、中国与世界、中央与地方、城市与农村、主体与结构、压迫与解放、民主与专制、公共领域与私人领域、公共性与阶级性、新媒体与旧媒体、新闻与娱乐、新闻研究与传播研究、媒体研究与电信研究、批判与建设、主流与另类、政治经济学与文化研究等等。虽然这些二元对立是现实存在和不可避免的,但是,我希望,我的分析是三维的或更多面向的。同时,在分析中,我对一些不但没有建设性而且可能隐藏着话语霸权动机的简单化等同逻辑保持警觉,包括把市场等同于自由(“自由市场”),把“自由市场”等同于民主圭臬,把消费者等同于“人民”,把“中产阶级”等同于民主主体,把国家等同于压制,把媒体规制等同于威权,把“新闻自由”等同于“私人办报”,把批判知识分子等同于国家主义者,把反帝立场等同于民族主义等等。

虽然当下流行的中产阶级专业主义意识形态的一个重要宣称是把个人生活体验与学术分开——就像本书第5章讨论的“新闻客观性体制”要求记者把自己的主体性从新闻报道中隐去一样,但是我相信个人因素与学术研究的相互构建关系。在我以这本集子就教于中文学界同仁时,我感到高兴的是,我没有做自我异化的学术。我更聊以自慰的是,我在自己的学术实践中体现了知识分子的社会责任和个体的内在志向的统一。就像我的学术生涯与中国改革开放的历史进程和新自由主义全球化世界历史进程紧密相关一样,这部集子所包含的跨国学术与我的跨国生活体验密切相连:当年,我离开在温哥华的家人,在美国南加州写成我的第一篇中文学术文章;去年,我在把家人送回温哥华后,在北京完成了这部中文文集的编辑工作;今年,我又在弥漫着中国春节气息的温哥华起草这篇序言。当年,是中国和美国的人才和劳工政策使我得以到加拿大求学和去美国求职;现在,是加拿大和中国为增强本国学术能力而各自设立的国家人才计划——加拿大国家特聘教授计划和中国教育部长江学者计划——使我有更好的条件从事我的跨国学术活动。

从南加州圣迭戈有南欧情调的生活世界,到温哥华越来越有中国情调的生活世界,

再到北京充满着欧美情调的生活世界，我深切感受到，我书中所分析的全球政治经济和文化逻辑——也就是哈贝马斯所论的“系统世界”，对我个人生活现实性的构建力量。当我面对我那因生活所迫而在身体骨骼还没硬朗就去建筑工地抬超长超重的水泥板，结果留下永久腰椎伤的弟弟的时候，当我看到“留守儿童”经历在我外甥的主体性形成过程中留下巨大阴影的时候，当我听着我妹妹含泪言说她对“留守儿童”儿子的亏欠的时候，我都深深认识到，没有人生活在新自由主义全球化逻辑之外。每个主体都被这个过程构建着。

然而，任何一个主体又不仅是能动的，而且是社会的和与人类生活共同体中的其他主体相互依存的。学术使我在“系统世界”中安身立命并与之相互构建；学术也使我更好地理解自己的“生活世界”，从而追寻与实现生命的价值意义。1977年，在高中教育机会十分有限的中国农村，我曾因为自己学习成绩不错而被剥夺了参加初中升高中考试的资格。这是因为，如果我被允许参加考试，而且哪怕择优录取的原则发挥一点作用，就意味着我很可能会占去一个村里权势阶层希望留给自己子女的有限的高中生名额。是我母亲和两位有正义感和社会公平意识的年轻民办老师的抗争，使我有资格参加考试并最终获得一个“额外”的高中入学机会。在1980年代的“伤痕文学”和主流“文革”叙事中，主人翁们总是因为政治运动或“阶级成分”不好而被剥夺了他们认为是天经地义的权利和在城市社会的生活。我生于农村，当然没有资格谈“失乐园”。事实上，部分正是因为我的家庭“阶级成分”太好——无权无势的“贫农”——我才没有获得参加考试的权利。我的个案是特殊的。在“血统论”早已被批判过和庸俗经济决定论早已被扬弃的当下，我更无意在任何个体的社会身份与批判学术理论取向之间建立什么必然的联系：不少批判学者生于政治经济和社会文化精英之家，而那些信奉新自由主义教条并漠视新的阶级不平等的学者群体中也不乏工农子弟。但是，没有什么体验比我的求学经历更使我对制度的许诺与实际权力操作之间的普遍张力更刻骨铭心了。更没有什么体验使我更深刻意识到发展、权利、社会进步、资源分配、机会平等、程序公正、结果平等、赋权、抗争等一系列学术概念的现实生活含义了。此后，求知路上，我以知识的解放性为价值，以学术的公共性为天职，力图通过既能表达个人主体现实性又能体现自我反思能力的特定知识建构进入学术公共领域。

我所追求的学术理想是抽象的、乌托邦的，也是具体的、现实的。它来自我在学理上的求索，它也根植于我的生活世界。在我从事学术实践时，我会调用各种理论、概念和方法，我会以真诚和严谨的态度对待我的研究资料，我还会想到我的日常生活体验和我身边人们的命运，包括我个人生活中两个最具有社会历史意义的个体：我那从未谋面的外祖父——他在60年代初死于饥饿；我那在偏僻山村因看不到生活的希望而在80年代末自杀的表妹——她自杀时的年龄正是我出国留学的年龄。我常常问自己，我的学术与这两个人的命运有什么关联？我也常常会想到，我的学术和我的跨国知识分子身份与那些没有机会上高中，没有机会上大学，没有机会出国的群体有什么关联？我更会考虑，我的

学术与我那些来自不同国家、有着不同的社会文化背景和不同生活体验的不同肤色的国外同事、学生以及他们的国人有什么关联?当然,在编写这本书的过程中,我想得更多的是,我的学术与处于日趋激烈的学术与政治、立场与价值等问题的纠葛之中的中文学术界及其所观照的、正在经历巨变的中国社会,有什么关联?正是在这样的活生生的、幸福与苦难共存、包容与排斥并进、希望与危机同在的具体社会历史关系和学术政治场域中,我尝试着构建我的跨国学术公共性。

吕新雨(2011:69)指出,随着中国改革再次走到历史抉择关头,如何重新思考学人在日趋复杂的学术与政治关系中所坚守的学术立场,如何确立学术伦理和建立学术规范,学术共同体如何保护学术自由和以此为基础的思想辩论等等一系列问题,“已经成为每一位严肃的知识分子无法回避的现实存在”。她呼唤“诚实”而“正直”的学术伦理,并以此“重铸和激励知识分子对社会守望的职责和信念”。她写道:“在这个严峻的历史坐标点上,为天地立心,为生民立命,已经狂飙落地,再次成为中国知识分子任重而道远的历史天命。”

作为一位海外华人,我深知,我的命运与中国的命运密切相关;作为一名跨国知识分子,我深信,中国的抉择事关世界的未来。谨以吕新雨的以上言语与那些有心阅读随后章节,并愿意与我进行真诚学术讨论的学术共同体学人共勉。

目 录

contents

序言:我的跨国学术,我的跨国体验 /1

第一编 理论视野

第 1 章 传播政治经济学:理论渊源、研究路径和学术前沿 赵月枝 邢国欣/3

第 2 章 意识形态的再次终结? ——后现代主义时代的意识形态概念 /21

第 3 章 国家、市场与社会:跨文化传播政治经济分析的基本立场 /32

第二编 帝国时代的世界传播

第 4 章 挑战主导叙事:海湾战争中的和平抗议与美国报章的意见/社论话语
罗伯特·哈克特 赵月枝 /61

第 5 章 道德改革的局限:论新闻客观性与可持续性民主 罗伯特·哈克特 赵月枝 /87

第 6 章 公共利益、民主与欧美广播电视的新自由主义化 /102

第 7 章 全球电信危机和产业重组的困境:新自由主义政策的破产——一位美国学者的分析和警示 /124

第 8 章 帝国时代的世界传播:走向国家、资本和非政府组织力量的重新布局? /129

第 9 章 媒体全球化与民主化:悖论、矛盾与问题 赵月枝 罗伯特·哈克特 /145

第三编 世界结构中的中国传播

- 第 10 章 从商业化到集团化:中国报业在 1980—1990 年代的转型 /167
- 第 11 章 中国电视:历史、政治经济与话语 赵月枝 郭镇之/181
- 第 12 章 有钱的、下岗的、犯法的:解读 1990 年代中国的小报故事 /191
- 第 13 章 “入世”:全球化、强国梦与中国报刊关于 WTO 的话语 /210
- 第 14 章 中国传播产业与“入世”:一种跨文化政治经济学视角 /229
- 第 15 章 手机之后,是什么? 中国“数字革命”的社会层面再认识 /243

第四编 另一个世界是可能的

- 第 16 章 一个世界峰会与一部中国电影:“信息社会”的多维景象 /259
- 第 17 章 文化产业、市场逻辑与文化多样性:可持续发展的公共文化传播理论与实践 /263
- 第 18 章 “向东看,往南走”:开拓后危机时代传播研究新视野 /280

参考文献 /296

后 记 /325

第一编
理论视野 |

第 1 章

传播政治经济学:理论渊源、研究路径和学术前沿

赵月枝 邢国欣

在全世界范围内,传播学研究可以说是异彩纷呈,流派有别。起源于美国的实证学派,重点在于媒体分析、受众研究和传播效果研究等层面,它在美国传播学领域占据主导地位,在欧洲一些国家和广大第三世界国家也由于美国的文化与学术霸权地位而拥有很大的影响力。然而,就像美国的商业广播电视制度并不能代表世界广播电视制度的多元模式一样,美国的实证学派并不代表世界传播学研究的全部。起源于法国、主要研究意识形态国家机器理论和语言的象征再现功能理论的结构主义派别,起源于德国、集中研究资本主义社会商业化体制下的文化工业以及资本的文化统治本质的法兰克福学派,以及起源于加拿大、主要关注传播技术与社会之间关系的多伦多学派,都对传播学的发展产生了重要影响。

传播政治经济学是传播学研究中另一个独特的流派。这个流派完全有别于美国的实证学派,它着重分析传播体制的经济结构与市场经济体制的运行过程,从而揭示传播与文化工业的复杂性,以及通过资本实现的传播与文化活动对社会过程的影响。通过对传播的所有权、生产、流通和受众消费等层面的分析,传播政治经济学试图展现传播的社会权力关系。传播政治经济学在北美、欧洲以及第三世界国家都颇有影响,它和起源于英国、着重研究资本主义制度下大众文化与社会关系再生产的文化研究一道,被认为是1970年代以来批判传播研究的两大主要面向。

在北美和欧洲,学术界基本上将传播政治经济学等同于批判的传播政治经济学。在第一本传播政治经济学教科书中,加拿大学者莫斯科(Mosco, 1996)详细介绍了多种政治经济学派和传播政治经济学研究的基本出发点。莫斯科认为,政治经济学理论非常宽泛,涵盖从古典政治经济学和右翼新保守主义到包括马克思主义、女性主义和生态主义在内的批判政治经济分析。但莫斯科在论述传播政治经济学时,强调从马克思主义的基

本立场出发,研究社会权力关系与传播生产、流通、消费的相互建构。本章认同莫斯可的观点,把传播政治经济学等同于批判的传播政治经济学,将其置于批判研究的一般学术取向与背景之中,而后再在此基础上评述本领域的研究起源、主要观点、研究模式、代表人物及著作、争论焦点和学术前沿。

批判研究中的传播政治经济学

鉴于此,在讨论传播政治经济学之前,我们有必要描绘一下西方传播学研究的两大分野:主流研究,又称行政研究(administrative research)和批判研究(critical research)。莫斯可(1996:247)将这两者之间的区别称为传播学的“主要断裂线”之一。尽管这种划分过于简单,但它有一定的历史根据和描述意义。具体而言,美国传播学研究史上的两大事件对于这两派阵营的划分具有里程碑式的意义。第一,拉扎斯菲尔德(Paul Lazarsfeld)于1941年发表了《关于行政和批判传播学研究》一文,首次指明了两者的区别。第二,《传播学期刊》(*Journal of Communication*)于1983年出版了一期特刊,凸现了传播学研究领域两大阵营的对立,确定了双方随后发生的辩论框架。

传播学研究源于20世纪两次世界大战期间政治性色彩浓厚的大众说服和宣传研究,其中包括了拉斯韦尔(Harold D. Lasswell)1927年对第一次世界大战期间的战争宣传研究(Mattelart,1994:66)。同时,产生于美国本土、以杜威(John Dewey)为代表的实用主义传播观与芝加哥学派的社会学研究,尤其以帕克(Robert E. Park)为代表的“自由主义批判”(liberal criticism)的实证研究,也一直关注“媒体与民主之间的冲突关系”(Mattelart,1994:67;另见D. Schiller,1996)。然而,如本书第3章会进一步论及,二战以后以及冷战期间在美国社会科学界立足的传播学研究基本上把美国的主流自由多元主义(liberal pluralist)意识形态和民主制度的有效运行作为隐性的理论前设,采用定量方法,通过大规模的调查和统计分析以研究不同媒体如何影响受众行为,努力使研究表现出超政治价值和科学性的同时,与选举政治或商业营销相关联。

与此同时,在1930年代后期,从纳粹德国到美国的一批犹太学者——他们后来被称之为“法兰克福学派”(Frankfurt School)——带来了完全不同的研究取向与方法。这批学者包括霍克海默(Max Horkheimer)、阿多诺(Theodor Adorno)和马尔库塞(Herbert Marcuse)等人,他们接受的是欧洲的思辨哲学与解释性学术传统,并深受马克思主义影响。曾经受到法西斯主义磨难的经历使他们对美国文化工业的兴起及其反民主的倾向相当警惕。鉴于纳粹利用广播进行法西斯宣传,他们想到美国的大众媒体是否也起到助长法西斯主义倾向的作用?因此,他们提出一个问题:法西斯是否也在这里(美国)发生?而当时美国的一些学者认为,美国的自由多元主义是存在的。为此,他们做实证研究,了解受众是如何接受广播信息的,而其结论就是“有限效果论”和“二级传播理论”。

因此,实证研究尤其是受众效果研究,除了适应商业和政治选举方面的应用需求外,还有一个隐含的政治背景:证明法西斯主义不会在美国发生,相反,自由多元主义在美国占据主导地位(Hall,1982)。正是在这样的严肃政治分野前提下,拉扎斯菲尔德发表上文提及的文章,阐述美国的实证研究与“法兰克福学派”之间的根本学术分歧。他把这两种不同的研究取向称之为“行政的”和“批判性的”研究。按照拉扎斯菲尔德(1941:8)的说法,行政研究“服务于某种带有公共或私人性质的行政机构”。行政研究学者把媒体看做是有用的工具,他们提出这样的问题:“暴露于不同媒体的是哪些人?他们具体偏爱什么?不同的表现方式会产生什么样的效果?”但拉扎斯菲尔德也承认,行政研究的局限性在于无法充分说明历史,解决的是一些一般意义上的具体问题。相比之下,批判研究聚焦于媒体在社会体系中的普遍性角色,关注人类的尊严和价值观所面临的威胁。批判学者经常提出这样的问题:媒体如何被组织和控制的?在媒体建制中,集中化、标准化和政治与商业营销压力这些趋势是如何被表达的?不管如何被掩盖,这些趋势正在以何种方式威胁人类的价值观?批判研究以社会研究为出发点,也就是说,把传播学置于更广泛的社会背景下进行研究,从而提出规范性的价值观,以此为依据来评价实际和期望的传播效果。

概括而论,传播学的批判研究具有以下六个相互关联的特点:

第一,从研究命题看,批判研究一般集中研究传播和社会权力之间的关系,强调历史感和对宏观社会背景的分析,集中研究媒体体系的所有权和控制,媒体结构、意识形态、意义和身份认同与其他大的社会结构的关联,以及对传播制度和文化结构层面的分析。如本书序言所示,批判研究的出发点是社会,即在各种社会背景下考虑传播与文化实践。他们认为,抛开社会理论就不可能有传播与文化理论。虽然不着重分析媒体对个体的影响力,批判研究并非忽略个体。他们把个体看做是由社会权力结构所决定的群体成员,在此基础上探讨个体所处的被支配地位和他们的抗争。因此,批判研究的分析范围要比经验学者宽泛得多。

第二,在对社会权力的理解上,批判研究认为社会权力是双向的和多维的,涉及显性的行为影响和隐性的意识形态等不同维度,而且其分配是不平等的。在他们看来,社会关系模式是基于冲突(斗争和差异),而不是一致和共识。正如伯列(Bailie,1997:33)所说,“批判研究根植于这样的假设,即社会制度和人类关系是历史、权力和斗争的关系”。当行政研究从“线性因果模式”(Linear model of causality)出发研究广告对受众行为,尤其是购买行为的影响时,批判研究却探讨广告的历史起源,哪些利益集团在利用广告,广告如何将媒体、受众和资本主义制度绑在一起的,以及广告关于消费主义生活方式的宣传对人类社会价值体系和生态所产生的后果(Jhally,2000)。批判研究反对自由多元主义意识形态对资本主义社会权力关系的看法。后者认为,权力可以被不同社会群体平等分享,而国家在其中保持中立的裁判员角色。

第三,从方法论上看,批判研究并不拒绝采用实证方法,但认为问题的相关性与重要

性比技巧的无可挑剔更重要。批判研究认为自己的优势来自于对所作研究的重要性的意识,而重要的理论表述不一定非要通过数据来验证。正如麦克斯韦尔(Richard Maxwell, 2003:37)引用芬兰学者诺顿斯登(Kaarle Nordenstreng)所说,“现实的某些方面确实可以通过实证来测定和被量化阐述,但这并不能说明这些必然是我们所要理解的现实的最基本方面”。

第四,在选择和对待研究问题方面,批判研究不讳言学术研究是以价值观或道德哲学(moral philosophy)作引导的(Mosco, 1996)。他们的研究强调知识的批判性力量,旨在通过弱化和消除统治性的权力关系(relations of domination),建立起一种公平正义的社会生活共同体。

第五,在意识形态和政治取向方面,批判研究或多或少继承了马克思主义的思想遗产,并从不断发展的西方马克思主义理论中汲取营养。批判研究重视意识形态的作用,重视有关决定论的辩论和如何界定文化的问题,认为倘若抛开社会政治经济背景,则无法对文化传播和实践进行研究。

第六,批判研究不仅批判现存的资本主义社会关系,而且把研究作为一种社会实践,主张通过研究影响社会,改变现状。因此,批判学者“做研究是为了推动对现有世界体系的批评,并促进它所‘批判的状况’发生改变”(Mosco, 1983:245—246)。批判研究致力于提供可能导致积极社会变革的知识力量,为个人和群体的解放创造知识文化资源。

传播政治经济学:学术起源和发展

传播政治经济学兼具批判学派的上述特点。它传承了以“法兰克福学派”为代表的马克思主义文化批判的学术精髓,试图将传播现象放在一个更广泛的历史、经济和社会背景下来研究,探讨媒体和传播体系如何强化、挑战或影响现有的阶级与其他社会权力关系。与行政研究在很大程度上忽略对传播制度和传播生产问题的研究取向相反,传播政治经济学中心任务之一是“研究资本的逻辑是如何塑造文化工业的结构与内容的”(Bettig, 2002:84)。传播政治经济学强调政治经济结构性因素与劳动过程,尤其是经济因素对社会传播关系的影响,审视媒体所有权、资助机制与国家政策对传播产品的生产、流通、消费的影响(McChesney, 2000)。在更广义的层面上,传播政治经济学关注两个相互关联的问题:(1)分析政治经济压力与限制对传播与文化实践的影响,以及资本主义制度下资本如何左右传播的内容与形式的;(2)研究传播产业在信息化全球资本主义资本积累过程中的上升地位(D. Schiller, 1999:90)。

虽然传播政治经济学根植于马克思主义政治经济学的理论基础,但它不是对这一理论生搬硬套的结果,也不是抽象学术的产物。在传播政治经济学的兴起过程中,有两个具体因素不可忽视:(1)20世纪三四十年代的反法西斯主义理论与实践;(2)20世纪五六

十年代以来第三世界民族解放运动和西方激进社会运动对不平等的世界经济文化体系与西方资本主义社会内部不平等社会关系的挑战。

除了以上所提及的法兰克福学派对文化工业的批判,美国经济学家布莱第(Robert Brady)对法西斯主义的批判直接影响了北美传播政治经济学的发展(D. Schiller, 1999)。布莱第(1937)研究了法西斯主义在德国的兴起和表现,写了《德国法西斯主义的精神和结构》(*The Spirit and Structure of German Fascism*)一书。“Spirit”指的是意识形态,“Structure”指的是社会结构和经济结构。与自由主义理论把“自由”当做市场的本质相反,布莱第认为,资本主义市场本身有威权(authoritarian)的倾向性。他通过研究德国法西斯主义的兴起与市场经济,尤其是垄断市场经济的关系,来解释资本主义与法西斯主义之间的关系。他认为,纳粹德国可以被看做是“垄断资本主义的一个独裁政权。其法西斯主义表现如下:商业企业在垄断的基础上组织起来,并全面控制国家的军队、警察、司法和宣传权力”(Brady, 1937:22)。同时,布莱第还比较了纳粹宣传与当时在美国新兴的公关业以及商业宣传之间的异同点,从而针对在美国占主导地位的政治经济势力对大众意见的管理(the management of public opinion)的现状表达了自己的忧虑(Mattelart, 1994:70—71)。在他的另一本书《作为一种权力体制的商业》(*Business as a System of Power*)中,布莱第(1943)针对自由主义理论对市场权力的漠视,重申了商业是一个权力系统的观点,认为法西斯主义就是经济与经济外的权力的融合,这种权力由一个集中的“控制金字塔”来部署和监督,其目的在于维护资本主义统治。布莱第着重关注的是,权钱勾结的情境下,法西斯倾向在西方资本主义各国的表现。总之,布莱第对公司资本主义(corporate capitalism)潜在的反民主倾向的研究成为知识分子对这种政治经济组织形态产生警惕并进行批判的起源(D. Schiller, 1999:86)。布莱第的思想直接影响了达拉斯·斯迈思(Dallas Smythe)和赫伯特·席勒(Herbert Schiller)这两位北美传播政治经济学的奠基者,促使他们研究资本对传媒的控制和主导政治社会意识形态的影响。

传播政治经济学也是在1960年代拉美学者批判现代化后果的世界体系理论(world system theory)和依附理论(dependency theory)、西方进步势力和第三世界国家对国际经济与文化不平等的质疑,以及以美国国内的民权运动和反越战运动为标志的西方“新左派”的兴起过程中发展起来的。当时,对全球资本主义体系持批评态度的学者开始反思把西方的地方性经验普世化的现代化理论,把欧美跨国公司对世界经济的主宰描述成“新帝国主义”(neo-imperialism),并揭示在世界结构中形式上“平等”的主权国家之间支配性的不平等关系。传播政治经济学者需要解释传媒生产和流通中的全球、国家和地方体系(Durham and Kellner, 2001:18—23)以及文化传播在二战后形成的世界资本主义体系中的地位与作用。赫伯特·席勒的“文化帝国主义”(cultural imperialism)概念是这方面的经典论述。他定义说:“今天‘文化帝国主义’概念最能描绘某个社会进入现代世界体系的一系列过程的总和,也即这个社会的统治阶层是如何受到引诱、压力、强迫,有时是贿赂,以至于塑造出一种与现代世界体系中占统治地位的价值观和社会结构相适应的

社会制度,以弘扬这些价值观和社会结构”(H. Schiller, 1976:9)。在《大众传播与美利坚帝国》(*Mass Communications and American Empire*) (1969/1992; 中文版/刘晓红译, 2006)一书中,赫伯特·席勒(1969)研究了美国军事—工业复合体与传播业之间相互渗透的情况,以及传播业在美国建立世界霸权过程中的关键性角色。在欧洲和亚非拉许多国家,传播政治经济学者对国际信息流通的不平等结构进行尖锐批判,并对美国倡导与推行的现代化理论所规定的媒体角色提出质疑。主要由不结盟国家推动的“世界信息传播新秩序”(New World Information and Communication Order, NWICO)运动代表了第三世界国家希望通过联合国机构争取自主发展和文化主权的愿望。如本书第9章所论,该运动针对国际传播秩序被西方强权主导、按照资本积累逻辑运行的双重特征提出了尖锐批评,这使传播政治经济学的观点在国际传播研究中产生了深远的影响。

可见,传播政治经济学的兴起与发展不但与当代资本主义世界体系的政治经济结构和社会运动密不可分,并从一开始就超越了本书第3章会进一步论及的方法论民族主义(methodological nationalism)局限,使传播研究具有了真正的全球视野。传播政治经济学的发展大体包括三个阶段:(1)随着平面媒体、电子媒体和电信从通常是家族制的中、小型企业演变成20世纪工业秩序中的大型企业,传播政治经济学开始分析传播业的产业结构和资本积累过程,以及大型传播公司的权力运作问题。从传播的生产层面入手,传播政治经济学考察传播企业的扩张、广告对传媒结构和内容的影响、传播业的集中与垄断及其与更广泛的政治经济权力部门的关系。(2)随着国家在传播中的角色扩张——既是生产者,也是消费者、分配者与规则制定者,传播政治经济学开始关注国家在建构民族国家的电信、广播和信息体系中的角色,并对以公共政策和市场为基础的不同管制方法所带来的政治与社会文化结果进行评估。传播政治经济学偏向于支持要求扩大公众介入和控制传播体系的社会运动。1980年代以来,随着以市场化、自由化、私有化、全球化和放松管制为核心的新自由主义浪潮的兴起,传播政治经济学者又开始探讨这个过程兴起的制度和结构根源以及社会影响。近年来,新自由主义政策的全球扩张进一步加深了社会不平等现象。就此,传播政治经济学者探讨如何以公共领域、公民社会和社区传播的发展来改变传播权利不平等的现状。(3)鉴于西方大国在传播领域的权力向世界其他国家的扩张,信息技术日新月异的发展,世界贸易组织(World Trade Organization, WTO)等全球机构在传播政策和制度的塑造方面所起的作用不断加强,传播政治经济学关注国际与跨国传播中的权力关系、传播与社会发展以及世界文化多样性、媒体全球化与民主化、公民社会的兴起与全球媒体治理(global media governance)等问题,而有关“文化帝国主义”的争论一直延续不断。

传播政治经济学的分析模式

莫斯科(1996)已详述了传播政治经济学的三个理论切入点,即商品化(commodification)、空间化(spatialization),以及社会能动力量的结构化(structuration)。在《传播政治经济学英文读本》中,曹晋和赵月枝(2007)对这一学科的理论和方法论基础,广告及其对媒体结构、内容和受众的塑造,媒体所有权,国家和其他社会力量对传播体系的影响,国际视角和论题,传播民主化的主体、场域和过程等方面进行了全面介绍。而 Greig de Peuter 在赵月枝所指导的博士资格考试中,曾把传播政治经济学分析模式分为以下四个相互关联的组成部分:(1)情境化(contextualizing);(2)图绘(mapping);(3)衡量/评估(measuring/evaluating);(4)实践/干预(praxis/intervening)。本章在 de Peuter 的基本框架基础上进一步发挥与充实,为分析、评价和运用传播政治经济学这一研究取向提供一个新的视角。当然,不同的学者有不同的侧重,而且在分析一个具体问题时,这四个方面不一定都同时得到体现。还有,这四个组成部分间不一定存在一种线性的递进关系。研究者可以从任何一个方面切入。但是,传播政治经济学研究都或多或少体现了这些要素。

(1)传播政治经济学主张去媒体中心论,避免传播本质主义,置传播现象于资本主义社会不平等权力关系的大背景之下,关注资本主义发展过程中积累方式的演变以及传播在演变过程中的地位与作用,并且从全球视角研究问题。去媒体中心论将传播体系看做是社会中的根本的经济、政治、社会和文化过程的一个组成部分(Mosco,1996:71)。

作为马克思主义政治经济学在传播领域的具体化,传播政治经济学者研究生产力的发展(传播技术的演变和劳动者对传播技术的掌握)、资本对公共财产的剥夺(the expropriation of communal property,比如资本将原先处于公共领域的传播文化资源私有化等问题)、雇佣劳动与劳资矛盾(传播产业中劳工的状况及其与资本的关系)、阶级分化(传播资源和技术手段不平等的社会分配)、资本的全球扩张趋势(媒体全球化的主要推动力量)、国家与资本及社会的关系,包括国家作为资本积累的保证者的角色(通过管制机制和法规)、传播业内资本的所有权和广告商的资助与占主导地位的统治阶级意识形态之间的关系、社会传播力量对资本主义制度及其资本积累模式的挑战等问题。总之,传播政治经济学把传播作为一个更广阔的社会整体(social totality)中的一个方面,作为资本主义生产关系的生产和再生产过程的一个部分来考察。

这方面的经典例子是英国传播学者卡伦(James Curran,1978)的一项研究。尽管这项研究所关注的英国报业史相对于当下的“全球化”和“新媒体”语境显得遥远,卡伦以穿透历史的洞察力,揭示了英国报业商业化的政治和意识形态动机以及商业化条件下媒体运作的一条重要“内在规律”。这项研究表明,英国历史上对出版印花税的废除以及对报业市场的开放不仅仅是一种简单的经济行为,更不单是自由主义新闻理论叙事中所说的

新闻出版自由对政府控制的胜利。他对英国议会就这个问题所展开的辩论做了详尽分析,结果证实,英国统治者中的改革派希望通过对资本全面开放市场的方式,以达到对社会话语权实施有效控制的政治目的。当时,英国劳工阶层正通过逃避印花税的非法出版物开拓他们自己的话语空间,冲击现有的精英话语体制。在如何有效控制这些地下刊物以及它们的声音的问题上,一部分统治精英主张用政府的力量来“堵”,而另一种策略则主张放开市场,通过资本的力量来达到支配主流话语的政治与意识形态目的。道理很简单,作为一般原则,传媒资本与广告商是不会向那些反资本、迎合没有消费能力的下层劳工阶层的报刊注册和在那些报刊上投入大量广告费的。在一个全面开放的市场中,这些声音会“自然而然”因为没有资本的青睐而被边缘化。这一策略在辩论中以及随后的政策与事实发展中获胜了。于是,像卡伦描述的那样,在英国报业史上就有这样的经典实例,如激进报纸《每日导报》(*The Daily Herald*)拥有的读者人数高达474万,却因这些读者大部分属于劳工阶层所以没有足够的广告收入,于是在20世纪60年代被迫关闭。最令人震惊和意味深长的事实是,这个读者数目比《泰晤士报》(*The Times*)、《金融时报》(*Financial Times*)和《卫报》(*The Guardian*)这三份迎合统治阶层和中产阶级报纸的读者总数多出将近一倍!这一规律在其他各国的商业媒体市场中同样发挥着作用。

因此,倘若民选的基本逻辑是一人一票的话,媒体市场的逻辑是一元一票(哈克特,赵月枝,2005)。这一传播政治经济学的核心观点表明,传播研究不仅要关注国家的权力,还要重视市场在传播资源配置中的社会倾向性,关注资本的权力以及市场机制与民主机制的区别。从这里我们可以看到,这种分析与关于市场如何把读者奉为上帝,竞争中如何“优胜劣汰”的泛泛之谈大相径庭。对由广告商支撑的商业媒体来说,受众的数量固然重要,但他们的质量——也就是消费能力——更为重要。这样一来,以市场为导向,以资本赢利为目的的传播制度就有了维护资本主义制度和“自然而然”地边缘化工人阶级意识形态的结构性倾向。这种批判与许多自由主义学者的批判大相径庭,后者尽管也对媒体拥有者和广告商如何影响媒体内容、过度商业化与消费主义意识形态乃至媒体的集中与垄断等现象提出批评,但他们只是关注过于集中和过于商业化的媒体对现有资本主义民主的侵蚀,却很少考虑资本主义制度本身的结构性问题。

(2)对权力场域与控制机制的图绘。与以上第一点相对应,传播政治经济学者把社会过程和社会关系放在研究的“前景”(foreground)中予以突出。通过图绘,传播政治经济学揭示传播在社会中如何被建构的,什么社会力量在传播渠道的形成中发挥了作用,通过这些渠道传送的信息所波及的范围有多广,传播资源的社会分配是一幅什么样的图景。这些研究有助于理解资本、国家和其他结构性力量如何对传播活动产生影响,以及在贸易和劳动的国际分工背景下传播的结构与实践。

通过图绘,传播政治经济学者试图揭示:政治经济权力中心与传播权力中心(比如国家、传媒集团、社会力量)之间是怎样的相互建构的关系。例如,赫伯特·席勒就在《大众传播与美利坚帝国》一书中揭示,经济实力与信息控制、形象制造、舆论建构的融合是新

权力的本质(H. Schiller, 1969)。在图绘过程中,传播政治经济学者关注权力的动态特征和权力的具体运用过程(Golding and Murdock, 2000)。同时,他们重视权力关系的复杂交错表现。正如赫伯特·席勒(H. Schiller, 1984: 83)所言,“在任何一个具体的实例中,都存在大量不连续的变量,这些变量以不同的方式共同影响产生的结果。文化政治经济学正是建立在这种零乱的、错综复杂的社会领域之上”。最后,传播政治经济学者关注制度的内在矛盾、权力结构间的裂缝与偶然性,并在此基础上强调抗争势力的作用及其内部构成。比如戴尔·威斯福特(Nick Dyer-Witford, 1999)研究传播技术如何改变工人阶级的结构,导致非物质劳动(immaterial labor)的兴起,从而考察替代性传播形式和超越资本主义的社会运动的可能性。

(3)在图绘的基础上,传播政治经济学从一定的价值观出发,对传播机构和过程进行衡量与评估。衡量的内容包括传播业在经济中的地位,意义的生产从属于资本积累的程度,传播产业所有权的集中/多元化程度,国家权力、传播机构、广告、市场逻辑对内容、形式和受众群体组成的影响程度,传播资源和权利在阶级、性别、种族、地区、国家间的分配形态,制度许诺与制度实现间的差距以及解放与压制的对比状态等。比如赫曼和乔姆斯基(Herman and Chomsky, 1988)对美国大众传媒进行的经典政治经济学批判就富有洞见地描述了自由民主国家关于新闻自由的宣称与实际上“共识制造”之间的反差。通过深入分析市场、社会和意识形态力量对媒体内容的“过滤”影响,两位作者揭示了公司与国家和主导性社会权力共同建构的新闻“宣传模式”,从而打破了美国作为一个民主社会所声称的新闻多元和自由的迷思。传播政治经济学者还衡量集中的产业结构对民主体制的影响,以及新自由主义政策所宣称的竞争、机会与市场权力平等的许诺与现实之间的差距程度。

(4)传播政治经济学认为,知识是理论和实践相结合的产物,知识不应该只是一个不断提炼概念的过程,而应该是理论和实践相互建构的过程。在这点上,传播政治经济学与法国社会学家布尔迪厄(Pierre Bourdieu, 1998b)的主张一致,因为布尔迪厄也认为,从事社会科学研究与积极参与社会运动两者间并不矛盾,而是同一工作的两面。传播政治经济学学术实践的目标是挑战不平等的社会权力关系,深化民主和提高人类的解放程度。传播政治经济学以“民主”、“公民权利”、“社会公正”和“参与”等理念为理想价值目标,积极寻求通过国家的途径实现干预,主张参与传播政策的制定过程,从而使之民主化,使传播政治经济学提倡的规范价值观成为政策议题并逐步得以实现。例如,加汉姆(Garnham, 1997: 68)就认为:“国家是争取正义的场域,一个正义的社会秩序可以通过国家得到实现”。同时,传播政治经济学者还通过非政府的途径干预社会传播,通过参与劳工与社会运动以及非政府组织的传播活动和自下而上的媒体改革运动,进行有关意义的抗争和替代性传播实践,从而更好地实现公民的社会文化传播权利。

传播政治经济学的上述分析模式在其代表性研究者的学术实践中得到了充分展示。通过下文对这些代表人物的学术实践的总结,我们可以更好地理解传播政治经济

学的分析模式。

传播政治经济学的主要奠基者

传播政治经济学在北美的开创者当属达拉斯·斯迈思和赫伯特·席勒,他们是传播政治经济学兴起的关键人物。在英国,卡伦(James Curran)、加汉姆(Nicolas Garnham)、默多克(Graham Murdock)和戈尔丁(Peter Golding)等学者对媒体和文化的政治经济学分析成就卓然。斯迈思对北美传播政治经济学的发展做出了重要贡献,他强调要研究社会内部权力过程的所有方面,包括生产、分配、消费以及资本和国家在传播工业中的角色。尽管人们常常批评传播政治经济学过分关注产业结构而不是内容、意义和消费,斯迈思的研究非但没有忽略文本和意识形态——他本人做过内容分析的研究,“意识工业”是他常用的词汇(Smythe,1981),而且还通过对中国和南斯拉夫等国家的社会主义实践的研究,考察了反抗和超越资本主义生产关系及其主导意识形态的可能性。

达拉斯·斯迈思是加州大学伯克莱分校毕业的经济学博士。他目睹了20世纪初资本主义的经济大萧条,并随后参与了美国罗斯福新政的执行过程。通过在美国农业部工作时对农业工人工资问题的调查和在劳工部与美国传播产业工会的接触,他——一位曾经投过美国共和党的选票的美国经济学家——对马克思主义政治经济学中的剩余价值和劳资冲突有了在现实生活层面的理解;通过在美国联邦通讯委员会当首席经济学家和对无线电资源分配的工作,他深刻体会到资本的权力在无线电资源分配中的巨大影响(Smythe,1994;Mosco,1996:83—84)。这样,他从权力的最前沿体会到资本主义国家的政治经济运作。

斯迈思的主要理论贡献之一是“受众商品理论”。他提出这样的问题,大众传播的功能是什么?作为资本主义生产的一个组成部分,大众传媒被称为文化工业,那么它生产和出售的是什么?换言之,相对于一般意义上的商品生产,什么是大众传媒的商品形式?斯迈思从历史唯物主义的立场出发,认为在资本主义的传媒制度下,以广告收入为主要经济来源的媒体所生产的商品不是广播电视节目,而是受众这一特殊商品。节目只是提供给顾客的免费午餐,目的无非是要将观众吸引到节目上来,再把观众的眼球注意力卖给广告商。这与旧时代的沙龙和鸡尾酒吧通常采用“免费午餐”吸引顾客登门饮酒的做法如出一辙。这样,观众就实际上被当做商品卖给广告商。斯迈思是在与欧洲传媒政治经济学者的“盲点辩论”(blind spot debate)中阐明了“受众商品理论”的(Smythe,1977,1978;Murdock,1978)。斯迈思认为,欧洲批判研究片面关注传媒内容在资本主义社会的再生产中所扮演的意识形态作用,因此忽略了传媒业在资本主义社会中所起的关键性的经济作用,忽略了垄断和消费资本主义阶段的大众媒体如何将受众制造成为商品,而这正是西方马克思主义传播学中的“盲点”。他认为,“历史唯物主义者对大众传播体系提

出的首要问题应该是,它们在服务于资本时发挥着什么样的经济功能,从而试图理解它们在资本主义生产关系的延续中扮演什么角色”(Smythe,1977:1)。斯迈思主张,通过广告促销,商品的价值得以实现,亦即,通过传媒资本,其他的产业和商业资本得以实现其剩余价值,从而维持资本主义制度的延续。在这个意义上,斯迈思认为,要理解传媒的经济学意义,亦即“唯物”的意义,应该把受众而不是文本定位于传媒资本的“产品”。

然而,斯迈思的最大理论贡献在于他对传媒在维护资本主义的意识形态方面所起作用的分析,尤其是对加拿大对美国的传播依附关系的批判。他的主要学术著作《依附之路:传播、资本主义、意识和加拿大》(Smythe,1981),是一部对决定加拿大传播依附性的垄断资本做辩证分析的经典之作。在这本书中,斯迈思更加清晰地表现了自己的政治经济学研究特色,主要研究了电子传播政策、受众商品论及加拿大传播业对美国的依附状况。他认为,加拿大在传播上对美国的依附已使该国实际上成为美国这个垄断资本主义核心的一个组成部分。尽管有族自治的说法,公司资本主义已经把加拿大变成了美国最大的也是最忠实的文化殖民地。斯迈思进一步显示了制造工业和传媒工业之间的紧密联系,以及大众传媒如何制造观众并把他们卖给广告商,又如何系统地通过日常的议程设置和对特定价值观的宣扬维护了垄断资本主义的过程。斯迈思强调物质性是把人们联系在一起的社会生产和消费过程的属性,在此基础上,对观众权力的分析成为理解文化发展和公司资本主义整体的中心。斯迈思是集学术分析、政策研究和社会参与为一体的典范。他的实践贡献主要体现在他对美国、加拿大和国际传播政策的影响,包括对世界信息传播新秩序运动的参与上(姚琳,2010)。另外,如本书第15章将详细论及,斯迈思对中国的文化传播制度和社会主义实践十分感兴趣。他在1970年代曾两度访问中国,通过《自行车之后,是什么?》的访问报告,对中国建设社会主义的道路问题提出了引人深思的“世纪之问”(赵月枝,2005:185—186)。

赫伯特·席勒是美国传播学者中乃至美国整个知识界中有影响的公共知识分子(赵月枝,2005:186—190)。与斯迈思一样,赫伯特·席勒也是在资本主义政治经济运作的现实环境中,亦即社会大课堂里,首先观察和体验到社会权力关系的。由于他的父亲在大萧条时失业在家,他深感失业不仅仅是一个经济上窘迫的问题,而是对人性的摧残,以及关乎个体的自我尊严的问题。他意识到,资本主义并不是像其主导意识形态宣称的那样给予每个人自我发展的机会。大学毕业后,他参加了二战,随后参与了美军在战后恢复德国政府与市场经济体系的工作,亲眼目睹了美国在二战后重建世界秩序的整个过程。当时面临的一大问题是:让什么样的人来组建和掌控德国新政府?作为一个有民主信念的年轻人,赫伯特·席勒觉得肯定需要将原来的法西斯主义因素清理出去,而把那些反法西斯主义者包括进来。但是,与他的想象相左,那些参与反法西斯主义的左派人士,包括共产党人士,被排斥在德国新政府之外。这一严酷的现实使他恍然大悟并大为震动:资本的阶级利益决定了左翼社会势力才是其真正的威胁。他还看到,欧洲的战火还没有熄灭,美国的军用飞机就带着好莱坞的电影去了欧洲,推销美国的文化工业和意

识形态。总之,赫伯特·席勒亲眼观察到法西斯摧毁欧洲后美国如何重建欧洲政治经济秩序这个现实,看到美国如何参与反对让德国向苏联战争赔款,看到美国是如何通过马歇尔计划推销美国文化的。赫伯特·席勒说,这样的现实对他而言才是最大的实证材料。真正的实证在社会实验室里,而不是在大学实验室里(Maxwell, 2003; Mosco, 1996: 85—87)。正是以这种实践为背景,赫伯特·席勒在1969年写出了批判政治经济学的重要奠基著作《大众传播与美利坚帝国》。

作为一名经济学家,赫伯特·席勒也关注资源分配问题,尤其是社会中非同一般的传播资源的分配。他用政治经济学方法分析传播在美国帝国形成与维系过程中的中心位置,讨论政治、商业、军事权力对社会传播资源的控制和对社会民主的影响。他解构有关传媒技术的迷思,说明特定的传媒技术是如何被军事和商业利益建构的,并关注美国 and 世界各地民众争取社会和传播民主化的实践。赫伯特·席勒早期的研究关注大众传媒制度和组织结构,《大众传播与美利坚帝国》通过研究美国广播的发展史,揭示了经济结构如何建构传播结构,以及二战后美国的外交政策和统治精英的政治意识形态是如何影响传播政策的。他揭示,在二战后,美国的军事—工业复合体急于在西欧重建资本主义,让后殖民国家转向资本主义,并极力遏制共产主义的影响,而传播在实现美国的这一全球战略目标中起到了关键作用。赫伯特·席勒关注当代社会意识和文化生产的商业化、产业化和跨国公司的控制,认为这种发展导致了文化机构成为维护大公司利益的公共关系代理和意识形态盟友,并造成社会文化权利的不平等和美国深刻的社会危机(H. Schiller, 1973; 1986; 1989; 1996)。

赫伯特·席勒对文化帝国主义的批判尤其深刻。从20世纪60年代末开始,他不断揭示出美国传媒产品和价值观对发展中国家的输出,造成全世界生活方式和消费模式的标准化以及公司文化的支配地位的真实面貌。几十年来,美国凭借其市场优势,有意识地将它的传播政策强加给世界,这些原则和规则包括:(1)信息的自由流通;(2)信息机构的“客观性”和“中立性”;(3)拒绝旨在使跨国传播集团承担社会责任的国际协议。赫伯特·席勒关注美国对国际传播新秩序运动的阻挠,以及世界范围内对美国电影、电视节目、音乐、新闻、娱乐、主题公园和购物中心的模仿等现实,他注意到发展中国家的扭曲发展模式。在那里,少数特权阶层能够享受西方的消费方式,而大多数人的基本需要却得不到满足。

赫伯特·席勒认为文化帝国主义导致了公司控制的加深以及文化多样性和创造性的减少。批评者以一些发展中国家已经成功地减少了对西方传媒内容的依赖,以及观众对美国电视剧的不同解读等为证据,以此质疑席勒的文化帝国主义理论。在1991年一篇题为《还没到后帝国主义的时代》的著名回应文章中,赫伯特·席勒对他的批评者进行了强有力的反批评。他注意到了国际体系的变化和美国影响的下降,声称美国的文化帝国主义已演变成了跨国公司的全球文化统治。但他强调,美国主流媒体没有停止对其他国家文化—意识形态的轰炸,以宣扬资本主义的胜利。巴西等国电视节目出口的成功并没

有改变这些国家国内外的支配性社会关系,以及这些节目同样服务于跨国公司广告商并宣扬资本主义生活方式这一事实。而一些文化研究学者建立在个体受众体验上的“活跃受众论”也无法衡量跨国媒体体系“总体文化包裹”的综合影响。他质问道:“怎么能从当代这个开放的媒体文化环境中取出一个电视节目、一本书或一个团体来寻找效果?”(H. Schiller, 1991:306)。从研究的立足点和研究方法的角度来看,对赫伯特·席勒的批判与他的反批判反映了政治经济学研究与经验主义实证研究,某些以后结构主义为理论基础的、片面强调文本多义性和受众主体性的文化研究,以及把资本主义制度和传播的商品化自然化和固化的“文化产业”研究等之间不可调和的一面。相对于经验主义研究,正如赫伯特·席勒的研究者麦克斯韦尔(Maxwell, 2003)所言,赫伯特·席勒有一套严谨的论证方法和论据,他的研究可以说是一种诠释性的实证。

在英国的传播政治经济学学者中,加汉姆是一个中心人物,而戈尔丁和默多克对确定传播政治经济学的研究议程也颇具影响力。加汉姆关注服务和技术领域内生产结构和象征性内容的消费。他的兴趣在于对“新”、“旧”媒体的研究,以及对正在兴起的社会结构、权力等级及合法性做出解释。他试图通过修正传统的“经济基础/上层建筑”模式,从而将媒体和文化与当代资本主义的发展联系起来,以此反驳传播政治经济学所受到的经济化约主义(economic reductionism)和经济决定论(economic determinism)批评。他认为,文化产品是社会和唯物主义现象,表达了资本主义发展过程中具体的历史时刻,因此是可变的。他的核心观点在于大众文化的生产与销售是建立在物质基础上的。通过重新思考文化与经济状态之间的关系,加汉姆(1986:7—32)既试图解决文化研究有关意识形态和自主性的问题,又保留其对传统马克思主义的汲取。他对媒体生产所做的具体的经济学分析与斯迈思对媒体消费的研究遥相呼应。

默多克和戈尔丁关注英国和欧洲大陆自撒切尔时代以来对传播业实行的自由化和市场化政策,他们认为欧洲国家的文化领域对商业和消费价值观的投怀送抱导致了与公共利益的疏远(Sussman, 1999:86—87)。甚至在保留下来的部分公共传媒业里,也持续进行着公司化经营,逐渐采用私有部门的组织理念,弱化了“公共”的含义。通常,人们认为新兴的信息经济具有进步的社会议程,但是与此相反,英国的收入差距在拉大,在传播享有权利上的不平等也在加剧,类似美国的情况正在英国发生。默多克就是在那场著名的“盲点辩论”中与斯迈思对阵的欧洲传播批判学派的代表。这场辩论可谓是一场同室操戈,默多克难以接受斯迈思“受众商品”学说,部分因为欧洲媒体的体制结构与美国之间的差异。当时,北美的媒体大多由广告商资助,商业化程度很高,但欧洲的媒体产业中公共广播电视占有相当的比例。因此,默多克代表的欧洲同行难以认同对北美现实进行批判的斯迈思的主张。在他们看来,把受众而不是文本定位于传媒资本的产品似乎是“矫枉过正”。然而,自1980年代末和1990年代初以来,随着公共部门与私营部门的区分日益模糊,在全球化的浪潮下美国式的传媒商业化在全世界范围内得到迅猛发展,那场“盲点”争论也随着“受众商品”概念的被广泛接受而完成了其建设性的学术使命。在对文

化、传播和政治经济学进行反思时,默多克和戈尔丁(2000:77—90)主张传播政治经济学应围绕三大核心任务开展研究:(1)关注文化产品的生产,意义的生产就是在行使权力;(2)分析文本,以显示媒体产品中的再现(representations)与其生产和消费的物质现实之间的相关性;(3)评估文化消费,以显示物质与文化之间不平等的关系。

在北美和英国之外的西方世界,与斯迈思和赫伯特·席勒齐名的一位法语传播政治经济学者是阿芒·马特拉(Armand Mattelart)。马特拉的学术生涯集中反映了传播政治经济学的国际视野和全球实践性。马特拉最先的研究与1970年代初智利民众不满本国对美国的依附关系,以及智利民选社会主义政府的实践紧密相连。倘若说赫伯特·席勒从美国内部对文化帝国主义的制度机制进行分析批判,斯迈思立足于美国的北方邻国加拿大,马特拉与道夫曼(Ariel Dorfman)的政治经济学名著《如何解读唐老鸭》(*How to Read Donald Duck*)则站在美国的“后院”拉美对美国通俗文化中的帝国主义意识形态进行了深刻的解读(Dorfman and Mattelart,1974)。马特拉在1970和1980年代之交与人合编的《传播与阶级斗争》一书(*Communication and Class Struggle*, Mattelart and Siegelau,1979—1983,上下册),系统展示了西方马克思主义者有关传播问题的经典文献,影响了一整代批判学者。在此后的一系列著作中(如 Mattelart,1979;1984;1994;2000),马特拉对跨国媒体与第三世界,美国文化工业在国际市场中形成主导地位的制度,美国在国际传播文化政策中的主导地位,传播技术与社会,国际传播、战争、进步与主流发展模式,市场逻辑和文化多样性等问题进行了深入的研究。马特拉的著作既与斯迈思和赫伯特·席勒等人对美国文化帝国主义的研究相辅相成,又有接近第三世界社会变革的经验,还有欧洲大陆理论传统和法国谋求独立于美国的传播文化政策实践的学术折射,从而极大地丰富了传播政治经济学。

另外,芬兰学者诺顿斯登(Kaarle Nordenstreng)和荷兰学者海姆林克(Cees Hamelink)也都是国际传播政治经济学中的重要学者,他们为争取更为民主和平等的国际传播秩序进行了不懈的努力。

传播政治经济学的学术地位与学术前沿

传播政治经济学在批判研究中占据独特的地位,并在整个传播学领域独树一帜,其发展对传播学研究的整体演变意义深远。在二战结束后,传播学在美国、英国和其他国家迅猛发展。在1970和1980年代,学术界其他领域关于认识论、世界政治经济结构和社会政治的理论辩论也在传播学的核心范围内展开,因此,传播学领域非常活跃。然而到了1990代,正当传播技术日新月异,传播政策快速演变,各种社会运动的传播实践十分活跃之时,这些辩论的动力却在新自由主义全球化的语境下日渐式微,传播学的研究也随之琐碎化。麦克切斯尼(2000)认为,美国传播研究因年轻、与业界关系过于密切、脱

离社会等原因在美国的学术生活中始终处于二流地位。这表现在它所能提供的学术成果大都支离破碎,稍微一出狭窄的传播学圈子就很少有人感兴趣,更不用说学术圈外的人了。因此,其他社会科学家站在学术奥林匹克的峰巅,寻思着世界的命运,而传播学者仅仅在提供高级驾校式的技能教育。麦克切斯尼进一步认为,虽然传播政治经济学不能回答传播学的所有问题,但它对这一学科扩大其学术影响力至关重要,应该是每个传播学者的学科基础知识构架的一部分。

更重要的是,传播政治经济学对民主问题的关注决定了它具有重要的现实意义。如今,当人们普遍关注诸如资本全球化与社会民主化的复杂关系,社会不平等在信息化资本主义条件下的加剧,社会冲突和文化身份认同危机加深,“9·11”以后世界秩序的性质,以及战争、消费主义、生态恶化对人类基本价值规范和生存的威胁等关键问题时,以实证研究为主的实证学派或者以文本分析为主的文化研究却无法面对、更无法解答这些问题。而传播政治经济学的优势就在于它关注这些宏观议题,并就媒体和传播体系之间的关系及其所处的社会结构背景等问题展开论述。正如戈尔丁和默多克(2000:73)所说,传播政治经济学超越有关效益的技术性问题而关注平等、公益这些基本的道义问题。因此,麦克切斯尼(2000:109—116)认为,在引领传播学研究走出其尴尬境地方面,传播政治经济学将发挥更大的作用。

的确,1990年代后期以来,全球传播体系中政治经济权力的影响力愈发明显,尤其是新自由主义传播政策对各国和全球传播体系的重构,以及它对民主、参与、公平、公正这些社会基本价值造成愈发深刻的影响,鉴于此,人们正进一步认识到传播政治经济学的重要性。在北美,传播政治经济学者成了学术人才市场上的“紧俏商品”,大有供不应求之势。一些以文化研究见长的著名学者,如米勒(Toby Miller)、塞特(Ellen Seiter)等也在自己的著作中加强了政治经济分析的视角。在北美,以莫斯科(Vincent Mosco)、丹·席勒(Dan Schiller)、瓦斯科(Janet Wasko)、米汉(Eileen Meehan)、麦克切斯尼(Robert McChesney)、萨斯曼(Gerald Sussman)、甘迪(Oscar Gandy)、蓬达库(Manjunath Pendakur)等卓有成就的学者为中坚和一批青年学者为后盾,从事这一学术取向研究的学者队伍在不断扩大,其学术地位和影响也在上升。而许多女性主义、反种族主义和研究非西方国家的学者则致力于从他们自己的视角发展和丰富传播政治经济学,并探求政治经济学与女性主义理论、后殖民批判理论、社会转型理论和发展传播学的有机结合(例如: Martín-Barbero, 1991; Martin, 1991; Pendakur, 1993; Zhao, 1998, 2004a, 2004b, 2005, 2008a; Zhao and Schiller, 2001; Meehan and Riordan, 2002; Alhassen, 2004; Sparks, 2005, 2007; Aginam, 2005; Thomas, 2005; Sreberny, 2005; Chakravatty and Zhao, 2008)。

例如,在“受众商品”问题上,女性主义学者米汉(Meehan, 1984; 2002)和反种族主义学者甘迪(2004)就从各自的角度分别论述了男权主义和种族主义偏见是如何在收视率市场、受众市场、节目市场和媒体消费市场的建构中发挥作用,从而丰富和补充了先前主要是在男性白人学者之间的“盲点辩论”,亦即自身在社会性别和种族问题上的“盲点”。

同时,随着政治经济学在发展中国家扎根和开花结果,这些地方学者们的研究成果和独特视角也丰富和“反哺”了身居西方的传播政治经济学者的研究,从而使这一研究取向不仅在关注点上更有世界性,而且在研究立足点上也有了更全面的世界性。例如墨西哥学者马丁·巴贝罗(Jésus Martín-Barbero)的西班牙语著作《传播、文化和霸权》(*Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*, 1991)就被翻译成英语,并以其“为政治经济学增添了社会和民众视角的色彩”(Durham and Kellner, 2001: 222)而成了英语文献中的“经典”。我自己也与印裔美国学者查克拉法蒂合作,在发展跨文化传播政治经济研究视角方面进行了初步探索(Chakravatty and Zhao, 2008)。

传播政治经济学不但在 1960 和 1970 年代与行政研究和后工业社会/信息社会理论的对立中发展,而且在 1980 和 1990 年代与同样起源于批判研究,但注重意识形态问题、文本和社会主体对文本解读的某些文化研究趋向——这些趋向滑入“文化民粹主义”(cultural populism)和“符号民主”(semiotic democracy)的唯心主义泥潭——的论争中不断丰富和完善自己(详细分析见曹晋和赵月枝, 2007)。传播政治经济学发展到今天,既不断汲取其他研究方法的成果,也坚持本学派的特征(Mosco, 1996; 2009)。虽然分析资本主义社会下的阶级权力(class power)仍然是传播政治经济学的研究焦点,但是学者们也在不断思考如何拓宽研究领域,以便更全面地理解阶级、性别、种族、民族国家等各种权力纬度在具体的传播机构和过程中复杂的建构关系,并努力探索新问题和新方法(曹晋, 赵月枝, 2007)。例如,《数字化崇高》是莫斯可于 2004 年出版的著作(Mosco, 2004; 中文版, 2010),他从解构文化研究的迷思出发进而回归到政治经济学分析,此后他与他的合作者一直专注于对传播业中劳工问题的研究,因为这一问题的重要性正越来越被传播政治经济学者所认识(例如, D. Schiller, 1996; Sussman and Lent, 1998; Dyer-Whiteford, 1999; *Canadian Journal of Communication*, 2006; McKercher and Mosco, 2007; Mosco and McKercher, 2008; Qiu, 2009)。而丹·席勒(1999; 2007)则对信息化资本主义时代国家和资本权力在全球传播领域的相互建构,以及资本逻辑在从教育、知识产权到生物信息技术等领域的深化进行了深刻、全面和细致的图绘,并对后“9·11”时代美国传播体系中国家与资本的融合所产生的威权主义倾向与国家通过传播网络强化对民众的监控(surveillance)表示深切关注,从而使人想起反法西斯倾向是批判传播学未竟的事业。

在方法论方面,就如何使宏观的全球政治经济分析与中观的传播组织机构研究,以及微观的观众接受、个人主体性塑造和意识形态认同等三个层面相互连接这个问题上,瓦斯科和蓬达库等人也成果颇丰(Hagen and Wasko, 2000; Wasko 等, 2001; Pendakur, 2003)。而萨斯曼对全球传播政治经济的分析不但一直强调商业、政治、意识形态和技术逻辑之间复杂的相互建构关系(如 Sussman, 1997),而且在其著作中(Sussman, 2005)把政治经济学运用到对政治竞选过程的分析之中。面对信息和文化在全球政策层面地位的上升,以及传播民主化运动和文化领域内反对跨国“版权产业”的“知识圈地运动”的兴起,有关全球媒体治理、替代性媒体与媒体转型过程的研究更是成了传播政治经济学的

前沿(相关文献见曹晋和赵月枝,2007)。

从赫伯特·席勒的文化帝国主义理论对美国国家和第三世界统治精英作用的关注到麦克切斯尼(1993;1999)对美国传播政策的分析和以上提及的萨斯曼的新著,从古贝克(Thomas Guback,1969)有关美国国家对电影业的种种扶持和资助的经典研究到卡拉巴莱斯(Andrew Calabrese,2004)有关美国传播立法和政策中“公司福利”现象,以及美国国家1990年代以来在促进传播和信息业发展过程中向“发展型国家”(developmental state)的转变,也可见传播政治经济学者并不像有些批评者认为的那样,只关注资本和所有权,不分析国家和政治权力。

与此同时,传播政治经济学者对社会运动的参与、对传播政策的研究和介入,以及对替代性传播实践的关注,则是对“传播政治经济学只重批判,不重建设”的学术批评的一种最有力的反驳。至于说到政治经济学者没有回答理想传播制度是什么和解决“怎么办”的问题,赫伯特·席勒总会反问:你要怎么办?这里,也许可以借用法学家邓正来(2006:261)从法学研究领域的回应:这类问题透露了“本质主义”的倾向,是以一种“以为存在着某种本质性的、唯一正确的、超越时空的”理想图景的实体性理念为前设的。邓正来(2006:269)以下的引语也会在传播政治经济学者中引起共鸣:“当我把你从狼口里拯救出来以后,请别逼着我把你又送到虎口里去”。

结语

传播政治经济学是在资本主义社会关系的整体中来考察传播体系的,它与广告、公关、受众分析等应用型传播研究截然不同。同时,也不可以把它与政治传播、媒体经济、健康传播、组织传播、人际传播、网络传播、跨文化传播等以传播领域或传播技术划分的传播学分支相提并论。作为一种研究取向和方法论,传播政治经济学可以用来分析整个社会传播过程与各个具体传播领域。它是对传播理论中的工具理性(instrumental reason)的超越。

传播政治经济学结合价值和道德哲学准则来理解传播的结构和历史,并评判传播过程是否有助于实现民主、平等、参与、公正和正义。它从全球政治经济的背景和视角考察传播所体现的各个组成部分、国家和政策干预以及公民社团组织之间的权力关系。传播政治经济学者尖锐地批判西方资本主义的弊端,他们审计西方民主的“赤字”(Hackett and Carroll,2006),指出西方所谓的“自由民主体制”未能兑现政治参与的扩大和公民权利的有效享有等承诺。在“新自由主义”意识形态推动下的传播垄断和兼并导致传媒更进一步的商业化和市场化,从而使哈贝马斯所论及的“公共领域”不断受到侵蚀。

在国际层面上,传播政治经济学者不但以他们从1960和1970年代以来对“文化帝国主义”和全球化传播中不平等的权力关系的持续批判而著称,而且从1980年代以来对

由跨国公司主导的传播全球化是否会推动民主化等问题做了深入的研究。他们认为,跨国传媒公司在全球的扩张可能加剧信息和传播的不平等现状,而不是促进政治民主化,这是因为,跨国资本控制新市场的自身逻辑与民主政治之间存在着矛盾与张力。因此,传播政治经济学是新自由主义意识形态和政策取向的最有力批评者,也是建立更公正平等的全球传播和信息新秩序,以及使全球媒体治理更趋民主化的最有力倡导者、推动者和重要知识支撑。

第 2 章 意识形态的再次终结?

——后现代主义时代的意识形态概念^①

1950年代,学术界普遍认为,西方社会科学由一种广义的、在“工业社会理论”基础上形成的“正统共识”所主宰(Giddens, 1977)。这种理论的关键方面之一是,在西方社会,阶级冲突已经被“规范地管制”了,因此,意识形态冲突作为从“传统”农业社会到“现代”工业社会过渡过程的主要特征也已经基本消失。显然,这一理论强调了规范性共识,并聚焦于自由主义国家的一些具体运转机制,由此表现了一种世界观。在这个世界里——引用贝尔(Bell, 1960)的经典作品的标题——“意识形态”已经终结。可是,政治上的分化和1960年代的激进社会运动都对“正统共识”的前提提出了质疑,并导致了广泛的对意识形态概念的“重新发现”(Hall, 1982),使其成为1970和1980年代初英国文化研究的核心概念之一。但是1980年代中后期以来,这一概念似乎伴随着后现代主义、后结构主义和后马克思主义理论的兴起再一次地失宠了。而这听上去确实像另一种形式的“意识形态终结”的断言。^②

当然,在1980年代,宣称意识形态概念已过时的理由与1950年代根本不同。倘若1950年代“意识形态终结”观念是出于对一个假定已经实现了的规范性共识社会的颌首嘉许,那么1980年代新出现的对意识形态概念的颠而覆之的批判,其基础恰恰反而是对差别观念和异质话语的“弹冠相庆”。另外,与其说后结构主义和后现代主义对意识形态概念的否定在于简单地宣称一种新的社会政治结构的到来——在这种新的结构中,“意

① “后现代主义”是一个含义相对模糊的词汇。狭义的概念指特定的艺术风格和情调。但这一概念也广义地描述与所谓的“后现代状态”相关的新型社会政治和文化组合。在本章中,“后现代主义”意指特定的当代政治、社会、文化理论(见 Huyssen, 1984; Jameson, 1984; Harvey, 1989; Gitlin, 1989)。

② 在20世纪90年代初,随着苏联的解体和共产党政权在东欧的失败,一种类似于贝尔的1950年代论点的“意识形态终结论”在右翼知识界产生。这种论点庆祝西方自由民主共识和资本主义在全球范围内的胜利,把它们视为人类唯一的可能性未来,认为此后不会再有大规模的意识形态冲突的空间了。福山(1992; 1993)的“历史终结论”是这种观点的典型代表。关于对这一观点的批评,请参考 Alan Ryan(1992)。不过,这一来自右翼的新的“意识形态终结论”不属于本章分析的理论思潮范围,因而不是本章的关注对象。

识形态”烟消云散——毋宁说它们通过否定意识形态概念的理论基础以及使意识形态理论有意义的认识论范畴的方式釜底抽薪。在这些后现代主义思潮里,意识形态理论悄然无声地在一个自由飘浮的所指和互不相容的话语世界里被消解掉了。

在本章中,我先对一些关于意识形态概念的新观点进行综述,并考察近期社会理论中一些看似使意识形态观点时过境迁的新发展。之后,我评价这种理论发展的优点和局限。虽然最近的社会理论发展对传统的马克思主义意识形态理论提供了必要的纠正,但是我认为,现在对马克思主义理论前景一笔勾销还为时过早。

超越意识形态概念:福柯的知识考古学

在西方马克思主义理论中,有关意识形态概念的定义多种多样,而且常常相互矛盾。比如,有涉及意识形态特点的各种不同观点[从将意识形态定义为观点与信仰的系统表述到阿尔都塞(Louis Althusser)和葛兰西(Antonio Gramsci)对意识形态物化表象特性和体制性特点的强调],有对意识形态本质的不同表述(从错误的、片面的观点到自然化的观点和物化的意识),还有关于意识形态阶级属性的不同说法(从把意识形态看做阶级意识严格而系统的表述,到将其视为与阶级意识没有必然联系的话语因素)(Marx Engels 1970; Althusser, 1971; Lukacs, 1971; Gramsci, 1971; Williams, 1977; 55—71; Sumner, 1979; Larrain, 1979; Mouffe, 1979; Lovell, 1980; Hall, 1977, 1982, 1985, 1989)。尽管如此,这些不同的马克思主义意识形态观点却共同关注一些基本命题,比如存在与意识的关系,意识形态是否可以作为一种充分的知识形态等。但是,当代重要的社会理论学家福柯则抛开了以上这些基本问题。这一点在他的后期著作中表现得尤为明显。

首先,与马克思主义者对意识形态是否是一种充分的知识形态等问题的关注相反,福柯对知识系统内容的评价并不感兴趣。他更关注特定社会治理领域中真理、知识和信仰的生产和分配过程、程序和机构。用福柯的术语来说,这就是“话语体制的政治”,或关于真理的政治(Foucault, 1972)。这样,福柯摒弃了真实/虚假或真理/意识形态的分野,并从根本上消解了认识论问题。也就是说,他拒绝回答这样的问题:对各种话语体制的研究本身是否提供了任何意义上真实、正当、充分和不被曲解的知识(Fraser, 1989)?

第二,福柯对权力的分析远远超越了各种意识形态理论传统上所关注的意识和认知范畴。在福柯看来,现代权力主要不是通过扭曲人们的信仰系统,而是通过渗透于人们的社会实践来影响单独个体。这样,倘若说马克思主义意识形态学说通常认为特定社会秩序的维持是通过与主导意识形态保持一致来实现的话,那么对于福柯而言,一种特殊形式的社会内聚(social cohesion)通过渗透于人体(而非思想)的实践、技术和方法得以实现。换言之,权力的技术手段与其说运行于主体的意识之中,毋宁说运行于无意识和身体客体(the body object)之上。福柯的后结构主义与传统马克思主义在这方面的区别,

在本尼特(Tony Bennett, 1990: 247)关于福柯和葛兰西的对比中有很清晰的表述:

福柯强调了社会技术在规范那些被认为是社会管理客体(*objects of social administration*)的民众(*populace*)及其行为方面扮演的角色。这反过来又引向了对身体/心灵之结的关注:即权力关系投射在身体之上,对其进行规训并强迫其完成任务,通过产生自我监控和自我约束的行为体的方式以影响、修正心灵。与此对照,葛兰西则强调了意识形态在组织形式上相对与人民(*people*)的文化、道德和知识领导权的角色,在这里人民被视为政治行动的主体(*subjects of political action*)。他强调了争取民心的斗争,即可以评估意识形态在组织政治主体的意识方面所产生的“心理影响”。(着重号为原文所加)

福柯的支持者认为,福柯对实践的强调和他对权力运行中无意识的具体表现的关注,使得任何讨论权力和信仰系统之间关系的尝试都变得肤浅而有限。甚至葛兰西所主张的作为“常识”的意识形态以及对话语要素的勾连(*articulation*)都不再是能充分进行社会批判的工具。这也意味着,在意识领域和围绕这一领域的斗争也不再是充分的分析范畴。

后马克思主义话语理论及其对认识论的批判

马克思主义意识形态学说通常预先假定存在和意识、现实和思想、物体和话语之间存在根本的区别。意识形态属于意识、思想和话语范畴,它与物质之间存在着特定的对立关系。除了福柯之外,激进的话语理论及其对认识论的批判也挑战了这种基本对立(Macdonell, 1986)。这一点在赫斯特(Paul Hirst)和海恩德斯(Barry Hindess)的后阿尔都塞(*post-Althusserian*)话语理论以及拉克劳(Ernesto Laclau)和墨菲(Chantal Mouffe)的后马克思主义理论中十分明显。

在《生产方式与社会结构》(1977)一书中,赫斯特和海恩德斯彻底铲除了话语和外部物体之间的区别与联系。他们批评阿尔都塞(和他们自己的早期著作)保留了“真实具体”(real-concrete)这一概念,而这其实可以被“思想中的具体现实”(concrete-in-thought)所替换。他们认为,阿尔都塞陷入了所有认识论的陷阱,而这一陷阱源于“一方面是话语王国,另一方面是实在或潜在的话语对象所在的王国”(1977: 19)这个假设中的两个对立因素。虽然赫斯特和海恩德斯没有否认外部世界的存在,但他们主张,这个世界原则上没有什么可以被说明或认知,也没有什么可以被指认(1977: 19)。这样一来,“知识”和“表象”这样的概念就不存在了。用他们的话来说:

对认识论的摒弃意味着对知识的认识论概念的摒弃,这种概念或多或少把知识看做是对某种独立存在的现实的充分再现或把握……意味着话语和话语

对象之间的关系根本不能被视为一种知识的认识论关系(1977:21—22)。

这种对认识论的批判在拉克劳与墨菲的《霸权和社会主义策略》(1985)一书中被更向前推进了一步。他们不仅否认了话语和非话语实践的区别,而且批评赫斯特和海恩德斯依然还保留着如下想法,即或许还存在着没有被“建构于话语中”的“客体”。在拉克劳与墨菲看来,万事万物都通过话语组成并存在于话语当中。社会就是“没有外部话语现实”的“话语领地”。在他们看来,不能把社会看做一个浑然天成的整体,以为整体的每一个部分都固定不变,并根据与作为社会关系结构之基础的中心原则(或矛盾)的相对关系来决定与其他部分的关系并依此运行。同时,我们也不再可能在社会是可知的概念中找到像“生产方式”这样的统一原则。社会领域更适于被看成是由分散的差异个体所组成的网络,这些差异个体陷入了一种流动而不断变化(因而是偶然和暂时的)的相互联系的关系之中。当然,拉克劳与墨菲在形式上坚持认为,他们的主张“与思想之外是否存在物质世界无关”(1985:108)。同时,他们也肯定了话语本身的物质性质。尽管如此,这些陈述在他们的著作中并没有占很大分量(Geras,1988;Witheyford and Gruneau,1992)。

这些对客体对象与话语之间的区别的消解对意识形态概念和意识形态批判产生了重要影响。从理论上说,倘若现实是通过话语组成并存在于话语当中,倘若对现实的客观认知是件不太可能的事情,那么指责意识形态是虚假的、有迷惑性的、对真实的不全面的呈现,或直言意识形态是被灌了资本主义制度下社会关系虚假表象的迷魂汤,凡此种种都变得毫无意义(Lovell,1980:24)。在这种认识论怀疑主义之下,将意识形态看做是一种意识这种行为本身包含了对知识和真实的某些站不住脚的假设,而这些假设本身是19世纪思想中应当被抛弃的形而上学的思想包袱。这样一来,意识形态概念就被剥夺了其理论根基。

这些理论在社会与政治层面上,对于马克思主义分析的持续适用性而言也具有深远的影响。在传统马克思主义学说中,意识形态概念包含了不可消解的阶级分析维度。阶级与具有历史“客观性”的社会政治利益相联系。事实上,意识形态经常被等同于特定阶级或集团的思想观念,并发挥着掩盖和神秘化阶级利益的效果。尽管在具体论述上有着种种细微差别——从意识形态简单反映经济利益的观点到阿尔都塞的经济“最终”决定论,马克思主义意识形态理论坚持主张“在特定的社会经济条件和具体的政治或意识形态立场之间存在某些内部关系”(Eagleton,1991:210)。这种观点认为,特定的社会和经济基础导致特定的意识形态形式。意识形态批判的一个重要目的就是要揭露在特定意识形态系统或特定的意识形态建构形式之中隐藏着的具体社会和经济利益。

赫斯特和海恩德斯全面挑战了这些观点。他们从阿尔都塞所持的观点出发——即在经济决定因素与政治和意识形态形式之间没有必然相关性,进一步发展到认为这两者之间必然没有相关性,从而切断了社会、经济与政治、意识形态之间的最后联系(Hall,1985;Witheyford and Gruneau,1992)。在这种理论中,客体俨然由话语组成并存在于话

语当中,而且我们无法断言和知晓真实;社会经济利益是政治与意识形态话语的产物;更有甚者,我们也无法“客观地”说明政治究竟是什么。因此,赫斯特和海恩德斯认为,没有理由从“它们声称所代表的阶级利益”来解读政治和意识形态。“政治和经济斗争不能被视为不同经济阶级的斗争”(转引自 Eagleton,1991:212)。

拉克劳和墨菲赞同并进一步发扬了这个观点。他们的理论不仅在理论方式上,而且在政治形式上超越了传统马克思主义。后结构主义强调所指和能指之间的不稳定关系,也强调意义系统实际上所具备的毫无限制的“自由游戏”的潜力,而拉克劳和墨菲把这两点引入社会和政治领域,并切断了经济与政治/意识形态之间任何必然的联系。在他们看来,在阶级立场和政治/意识形态取向之间“没有任何逻辑联系”。能指(signifier)建构所指(signified),政治霸权通过意指行为(signification)建构社会行动者的特定身份认同。阶级仅仅是很多可能的政治身份认同中的一种,而这些身份认同或许会、或许不会通过有勾连的实践活动来建构。简而言之,意识形态概念作为阶级利益的系统再现变得不那么适用,并被另一概念“勾连”(articulation,即不同要素间建立起关系)所取代(1985:105)。勾连这个概念与意识形态概念有着不同的理论地位:意识形态属于上层建筑领域,它要么诉诸一个阶级统一的角色(Gramsci,1971),要么诉诸社会再生产逻辑的功能性要求(Althusser,1971)。而“勾连现在是一种话语实践,它并没有在相互勾连的要素扩散之前或之外的建构平面”(Laclau and Mouffe,1985:109)。由于在一个勾连行为之外没有社会的互联性,因此无法对经济的最终决定性做出理论论述。生产方式仅仅是一种概念建构,并没有自主的客观存在,从而不能赋予它任何本体论上的优先性。

后结构主义和再现(representation)的终结

拉克劳和墨菲的很多后马克思主义的理论支柱可以追溯到后结构主义,尤其是德里达(Jacques Derrida)的解构主义(deconstructionism)。这种理论导向强调符号的非稳定性,旨在展示结构主义中二元对立结构在文本意义过程中如何互相削弱对方(Derrida,1970:247—64)。通过分离能指(signifier)和所指(signified),并将语言学过程视为能指之无穷游戏,后结构主义极大地挑战了意识形态概念所仰仗的关于意义与表象的传统理论和思想。在以前关于意指行为(signification)的理论中,意义被视为符号的功能,而符号要么指内部体验,要么指真实世界中的关系和客观对象。它要么再现一个人的思想和感情,要么描述社会关系和经验现实。结构主义引入二元对立的观念,并暗示语言中的意义就是关于差异的问题,但在其关于意义的理论中仍然保留着“指示对象”(referent)的相关性。后结构主义将这种差异的概念推向无限,并将意义看做是能指(signifier)潜在的无穷游戏所“派生”出来的。意义并非固定附属于某个特定能指之上,而是沿着整条能指之链(the whole chain of signifiers)扩散开来,因此,它不能简单地被理解为、也永远

不会存在于任何单个的符号中间(Eagleton,1983:128)。

解构主义否认了任何整体世界观的可能性,拒绝将世界视为充满联系和区别的一个整体,相反它承认世界永恒变化与碎片化等特征。它也否认如下假设,即人们能够理解文本并解释文本中隐藏的意义与意识形态假设——这是存在于有关意识形态和话语的结构主义概念中的“主导代码”(master code)。因此对再现的批判,同时也是对解释学传统中“解释”这个概念的批判和否定。因为在这种理论中,

作者创造文本或使用文字是基于他们所遇到的其他文本和文字,同时读者也以同样的方法来对待他们的文本或文字。文化生活被视做一系列文本与其他文本相互交织并产生更多文本的过程。这种跨文本组合具有自己的生命力。不管我们写什么都会传达出我们可能没有想到的意义,我们的文字也不能说出我们的意思。试图掌握文本是徒劳的,因为文本和意义的永恒交织超出了我们的控制。我们成了语言的工具(Harvey,1989:50—51)。

于是,文化生产者仅仅创造出原始素材,而消费者可以通过任何他们喜欢的方式将这些素材重新组合。正如哈维所述,解构理论的效果就是解构作者将意义强加于人或者进行连续叙事的权力,并质疑关于固定的话语表达系统的所有论断。因此,知识和意义被简化成为支离破碎而自由漂浮的能指(Harvey,1989:350)。

对再现的超越和对具体事物的消解也存在于鲍德里亚(Jean Baudrillard)的仿真(simulation)理论之中(Baudrillard,1983)。仿真被定义为在没有原作情况下创造的复制品。这一概念有效地剔除了真实与想象之间的区别,并消解了现实与表象,真理与虚假的二元对立。在鲍德里亚的理论中,想象与现实——不论是社会关系的现实或是经验宇宙的现实——都没有不同的本体论地位。因为它们之间根本就没有区别,那么,意识形态的问题根本就不成为一个问题了。比如我们耳熟能详的阿尔都塞的观点,即意识形态代表了与我们真实存在条件相关的一套想象出来的关系(Althusser,1965),在仿真的世界里就不具有任何意义。由于符号不再指代真实,而意义已经让位于空洞表面的话语,潜藏在对意义的意识形态分析之下的“现实原则”(比如,符号学试图挑明重重叠叠的意义并揭示符号学文本里所掩藏的东西)就必须被抛弃。用鲍德里亚自己的话来说,“意识形态通过符号来背叛现实;仿真通过符号达到与现实的短路和现实的复制相一致的目的。想要恢复拟像(simulacrum)之下的真实常常是一个虚假的问题”(Baudrillard,1983:48)。这样,我们现在处于“真实的微光”中,在这个世界里“所有的意义系统都变得混乱”,而“意识形态作为图解‘真实’和‘想象’之汇交点的一种方法也失去了作为批判性‘工具’的有效性”(Wakefield,1990:105)。简而言之,仿真的时代已经取代了意识形态的时代。

后现代主义中的话语、权力与利益

倘若福柯思想的一个具体成果就是声明意识形态概念不能作为充分的分析工具,倘若后结构主义和后马克思主义声称意识形态概念毫无意义并缺乏理论根基,那么后现代主义顺着新尼采主义的脉络对理性、利益与权力的关系的重新陈述,就使整个意识形态概念成为多余(Eagleton, 1991: xii)。这种重新陈述并不属于哪个特定的流派。相反,它已成为后现代主义理论发展中许多理论家的广泛共识。马克思主义意识形态理论深深根植于启蒙运动传统,深信逻辑、理性和客观知识的可能性。但是,既然后现代主义者对启蒙运动传统及其相关的理性与真理概念不屑一顾,那么知识与意识形态之间便难以作出区分。既然像福柯所说的那样,我们只能通过语言和话语来了解世界,而且话语永远充满权力,我们便陷入了尼采式观点的黑暗之中:所有的思想都是意识形态化的,因为它们都是特定利益的表达与合理化。意识形态于是变得无处不在,无所不包。但倘若每一种话语都是充满权力因而是意识形态的,倘若意识形态解释了一切,那么它便什么也没有解释。这个概念被扩大到毫无意义。它是多余的,没有任何批判性。于是得出的逻辑结论是,我们还不如把这个概念全部一笔勾销,而这正是一些后现代主义者所主张的。比如,罗梯(Richard Rorty)就建议我们采纳福柯的观点取消意识形态分析,而聚焦有关权力运行的详细的历史叙事分析:

这样的叙事不可能以不为权力产生而被称为“真实性”或“解放”的名义揭露那些被权力所造成的叫做“意识形态”的东西。这些叙事仅仅解释了谁现在获得并使用权力,为了什么目的,然后(不同于福柯)暗示其他一些人如何也可能得到权力并用于其他目的。其结果不会是怀疑而惊骇地认识到真理和权力不可分割,也不会是尼采式的幸灾乐祸,而是意识到笛卡尔给予我们的……让我们相信“真理和权力曾经(*were*)可以分离”是错误的指向,于是我们可以更加认真地相信培根所述的“知识即权力”(1985: 173,着重号为原文所加)。

意识形态新批判的贡献与局限

以上所述是当代社会理论中预示着新的“意识形态终结论”的种种学说。但是,这些学说所带来挑战的性质比一眼看上去要更为复杂。由于存在着纷繁复杂的意识形态概念,由于对马克思原著有不同理论取向的阐述,最重要的是,由于关于意识形态概念的广泛讨论和复杂历史在这些新理论中很少得到详细的分析,似乎有必要澄清究竟是什么样的意识形态概念被挑战和否定。例如,女性主义哲学家弗雷泽(Nancy Fraser, 1989)就提出,福柯所摒弃的只是将意识形态看做是扭曲的信仰体系这一粗糙的观点。也有人认

为,拉克劳和墨菲所批判的只是传统马克思主义学说中经济和阶级的化约主义倾向(Geras,1987)。同样,伊戈尔顿(Terry Eagleton)论述说,后结构主义经常将意识形态设定为“稻草目标”,将其看成是一套静止的思想,它“无时无刻而且无处不在地包含了固定的或‘先验的’(transcendental)能指,想象的统一个体,形而上学的基础和目的论的目的(teleological goals)”(1991:198)。因此,可以这么说:那些被挑战的意识形态与再现的观点大多是经验主义和阶级化约主义的理论。但是,我们不能简单地就以这种方式对意识形态的新批判嗤之以鼻。这种新批判提出了更为重要的挑战,而这些需要在更重要的层面上进行评价。

第一,考虑这种挑战的贡献是不无益处的。话语理论和后马克思主义转向研究意指行为的政治(the politics of signification),它们的贡献在于强化了对语言和话语基本性质的认识。这些理论学说对任何声称摆脱语言自反性的知识理论进行了理所应当的批判(Wakefield,1990:36)。在媒体和流行文化的研究领域,这些理论运动号召分析“意指(原文是表象)之外的媒体”(media beyond signification)(Angus,1989),并否定了主流媒体研究对媒体和社会的机械分离。它们还对马克思主义意识形态理论中的经济决定论和阶级化约主义倾向做了重要的(虽然不是崭新的)修正——经济决定论和阶级化约主义至少部分地导致了西方马克思主义传统左派对文化政治重要性的忽视。后现代主义对话语和意指行为政治的强调已然导致了“对形象和话语的生产作为任何符号秩序再生产和转换过程的一个重要侧面的认识。审美和文化政治的确至关重要,而它们生产的条件值得最密切的关注”(Harvey,1989:355)。

第二,福柯对权力宽泛的理解显示了马克思主义理论传统中对意识形态所进行的以国家为中心的、以经济—政治为导向的意识形态批判具有局限性。这种对权力的理解纠正了汤普森(John B. Thompson,1991)所论及的那些“社会再生产理论”的偏颇之处,即那些由国家组织的、以意识形态为保证的社会再生产理论。福柯搁置了几乎无法解决的关于真理和决定性的认识论问题,使对特定意识形态和话语构成,它们的历史条件、影响及其与特定形式的权力关系之间的联系分析成为可能(Hall,1986)。应该说,这一理论转向是值得欢迎的。他对于性、身体的规训与科层化的广泛论述也在传统意识形态和阶级分析之外对统治力量进行了有力的批判。在意识和认知之外存在着身体客体的领域,在这里,权力技术(technologies of power)也同样被施展。意识形态不仅仅作用于阶级,也作用于其他轴线,比如社会性别、种族和民族—国家。当然,马克思主义分析,尤其那些基于葛兰西的霸权概念的学术分析——倘若不是延伸到严格的“无意识”领域的话——没有理由不能延伸到非阶级领域。但传统马克思主义确实过分强调了意识形态分析的阶级维度,而相对冷落社会性别与其他社会分化维度以及权力节点。以上所述的新社会理论对意识形态的批判在这方面做了重要修订。该批判的贡献在于加深了对差异和“他者”重要性的理解,这种理解“不把它们看成是附加在更为根本性的马克思主义理论范畴上的东西,而是在试图掌握社会变迁的辩证法的过程中一开始就应该无处不在

的东西”(Harvey,1989:355)。

第三,后马克思主义认为勾连的实践(articulatory practices)产生主体,这有利于理解意识形态和符号作为一个过程,而不是一套静止固定的观点及其最终产品的重要性。但必须指出,后马克思主义的这一贡献并非首创。在阿尔都塞和葛兰西的理论传统中,意识形态在建构主体中的角色一直很重要。例如葛兰西就认为,人们从未在蒙昧状态中体验支配性的意识形态,而一旦意识形态成为历史发展和社会生存的“有机组成部分”,它们就获得了“心理层面的有效性;它们组织人类群体,创造他们的活动,获取对自己地位的意识和斗争的场域,等等”(Gramsci,1971:377)。在这一方面,拉克劳和墨菲在他们阐述葛兰西的霸权理论和意识形态观点的早期著作中做出了非常重要的贡献(Laclau,1976;Mouffe,1979)。他们所指出的意识形态“不一定有阶级属性”对去除马克思主义意识形态学说中的阶级化约论残余起到了重要的作用。

最后,后结构主义抛弃了作者中心论,强调了文化文本的多义性和受众在解释文本过程中的能动性,这些都纠正了隐含在法兰克福学派大众文化批判和二战后激进政治经济学理论中意识形态概念的不足。在这些理论里,意义和文本接受往往没有得到足够的重视(Horkheimer and Adorno,1972;Miliband,1973;Clement,1975;Dorfman and Matelart,1975;Schiller,1976)。在这些理论尤其是某些政治经济学分析当中,主导的意识形态经常被视做从对媒体的商业控制中直接产生出来,并清晰地镶嵌在媒体文本当中,而文本反过来又对受众产生直接的意识形态效用。对意识形态的新批判引入了对受众解码过程的研究和对意识形态建构的解释,这是值得称颂的发展。但后现代主义在这一方面也有矫枉过正的危险。这表现在这一理论取向中的某些分析对众多的话语立场和能指的自由游戏的欢庆,而这里隐含了自由主义传统中的抽象主体概念以及对个体自主性的夸大倾向。正如古诺(Gruneau,1988:26)所述,这些理论对媒体文本中能指与所指之间霸权性传统关系的根本脱节的强调已经“远远超出了对根植于特定历史集团的权力关系做出真正的积极反应”的程度。

有关意识形态的新批判的问题和缺点与它们的有益性和可取性共存。首先,后结构主义和后马克思主义强调了人类实践中符号性和物质性要素的不可分割特性,而这纠正了经验主义的意识形态和再现概念。但同时它们彻底否定了任何形式的认识论和认知的可能性,这又使其陷入了理论困境,导致了对真理观念的彻底遗弃,并把人们带入相对主义的地域,使人们不再能够判断任何分析言论是否真实或精确。这种意识形态新批判没有勾勒出语言和现实之间某种有机统一的关系,而似乎仅仅是经验主义和庸俗马克思主义的一种颠倒镜像。倘若说在经验主义传统和某些马克思主义学说中语言和话语的中介作用被完全忽略,政治/意识形态话语仅仅“反映”或消极地代表着既定的社会利益,那么政治/意识形态在这些新理论中则占据主导地位。社会和经济现实不过是政治和意识形态话语所定义的那样,或许更糟,它们是人们不再能提及或知晓的东西。这样,后结构主义和后马克思主义已经制造了所指和具体事物之间致命的符号学混乱(Eagleton,

1991:209;Geras,1988:54)。它们将世界摧毁于言语当中。但是,否定社会经济和政治意识形态之间的任何决定关系或两者之间的任何联系将会导向绝对的政治唯意志论(Rustin,1988),并将政治简化为话语的政治(Bennett,1990)。这种极端性似乎再一次暴露了西方社会思想中旷日持久的机械论和二元论的特征。

第二,后现代主义批判元叙事(meta-narratives)、认识论和再现,潜藏在这种批判之下的是一种文化相对主义思维,它削弱了任何对主导统治进行批判的规范标准。通过将权力和利益延伸到每一话语实践并让每一话语都“意识形态化”,后现代主义混淆了不同形式的权力和不同种类的利益,最终使意识形态概念失去其批判锋芒。缺乏标准的依据就没有办法对主导统治进行批判。同时,这样的立场也有负面的政治含义。正如伊戈尔顿(1991:167)指出的那样:

后现代主义将利益概念扩大到包含整个社会生活。这有其合理的一面,但它将注意力从这些实实在在的政治斗争中移开,让这些斗争坍塌在一个新尼采式的宇宙当中。在这个宇宙中,私下思忖,脱掉一件外套和推翻一个国家政权所包含的冲突和对支配统治的反抗相差无几。倘若所有的思想都有其“利益”根源,那么可以说,像社会主义者和女权主义者传统上所关注的权力斗争并没有什么各自的特别之处。于是,在这一观点的极端图景里,整个社会都充满永不停息的权力欲望,四面楚歌的不同观点形成了不可解决的骚乱,这有助于把政治现状神圣化。(着重号为原文所加)

也有人对福柯的权力概念提出了类似的批评。他们认为,这一概念没有留下什么让人分辨较多压迫性和较少压迫性的权力形式的依据(见 Fraser,1989)。类似地,虽然拉克劳和墨菲的后马克思主义理论在政治上与福柯的理论迥然不同,它们的激进关系论(relationalism)也没有留下什么依据来分辨哪一种“勾连”更为可取,或者来正面地定义压迫关系。从这个意义上说,对意识形态的后现代和后结构主义批判具有保守的色彩。它不自觉地除去了批判现有的主导统治形式所需的规范依据。

第三,后马克思主义将话语政治定义为主体组成的领域,而且它也试图回避经济化约主义,但有关“经典马克思主义关于意识形态的‘下层建筑’基础和政治制度之中心地位的论述”(Eagleton,1991:199),后马克思主义则保持着沉默。它没有提供依据来批判传统上被称为“意识形态机器”的东西,也无法批判财富和权力的集中。本尼特批评了拉克劳与墨菲的观点,并指出他们关于意识和主体立场的政治这一论述无非是“一犯再犯的个人主义”,因为在他们的理论中唯一可能的社会行动者就是个体,或意识形态上被铸造为共同主体的一群个体。他们没有将机构或社会组织作为社会行动者,同时将个体活动看做不受这些机构或组织所支配的意识形态主体(Bennett,1990:267—68)。这样,拉克劳和墨菲就陷入了自我矛盾的境地:战略上削弱了意识形态的相关性,而战术上又对“意识形态”在社会中的作用夸大其词。

最后,后现代主义和后结构主义的认识论虚无主义可能自我矛盾并难以自圆其说。将后现代理论付诸实践是非常困难的。在现实世界的政治里,后现代主义者发现他们必须诉诸于屹立在不同利益集团和语言游戏的混战之上的真实断言(Harvey,1989)。他们否定了世界的可知性,但他们自己又清清楚楚地声称看透了世界的本质;他们摒弃语言和现实之间的任何联系,但又使用着某种语言以期得到严肃的对待。几乎很少有后现代主义者会像罗梯那样,把自己的理论逻辑运用到自己的立场上,声明伟大哲学家的政治观点像哲学本身那样没有必要得到严肃对待,而思想和现实之间、道德立场和哲学著作之间的任何关系完全是偶然的。正如哈维(Harvey,1989)所指出的那样,这种立场是不负责任的。

意识形态概念何去何从

在批判性社会理论经历了1970和1980年代早期的复苏之后,意识形态概念日益受到后结构主义、后现代主义和后马克思主义批评家们的责难。这些批评不仅道出了马克思主义意识形态学说的局限性,也质疑了“意识形态”概念作为社会理论中一个分析范畴的有效性。但是我想说明,这些批评本身的理论局限性让我们有可能重新审视意识形态概念。对“意识形态”的研究或许正处于危机之中,但危机时刻往往也是恢复活力的新机会和新起点。在这方面,我想突出1990年代以来社会理论中值得注意的两个趋势。首先,许多不同背景的理论在很大程度上融合在一起反对这种新的“意识形态终结论”(如Geras,1987,1988;Fraser,1989;Hall,1989;Harvey,1989;Thompson,1990;Eagleton,1991;Fiske,1991)。最值得注意的是,汤普森(1990)和伊戈尔顿(1991)各自捍卫了“后现代理论时代”意识形态学说某些成分的相关性,从而对维护意识形态概念在当下社会批判中的相关性做出了重要的贡献。从批判性解释学角度出发,汤普森将意识形态重新定义为“服务于统治的意义”(meaning in the service of domination)。从另一理论角度出发,伊戈尔顿则有力地证明了在社会分析中保留某种现实主义认识论立场的必要性,并试图将意识形态概念从后现代意指行为的碎片中拯救出来。

其次,有迹象表明,后现代主义在面对价值、真理和原则性的立场等问题时,正处于自我考问的状态。后现代主义本质上难以自圆其说的相对主义逻辑已经使它不再可能简单地指责传统的分析范畴是形而上学和过时的。例如,苏蓬(Kate Soper)(1991:128)就说明有必要也有可能采用更加综合性的方法,“这种方法既警惕传统价值话语中的缺陷和粗糙之处,又警惕由于想要避免理论中的所有原则立场所带来的自我矛盾”。这种综合方法对意识形态和话语研究而言也恰如雪中送炭。

第 3 章

国家、市场与社会:跨文化传播政治经济分析的基本立场

如果说社会文化发展形式和不同社会力量之间的传播关系是传播研究的主旨,那么,社会权力关系就是传播研究的核心问题。而要把握这个问题,就有必要梳理当下中国传播研究所面对的传统马克思主义和美国实证传播研究这双重理论遗产,从全球角度和批判的立场来审视国内外文化传播领域的社会权力关系,并把政治经济分析和文化分析相结合,从而建立起一种整体性的跨文化传播政治经济学视野。

1980年代初,随着中国对外开放,美国主流传播理论被引入中国。“传者”、“受者”、“信息”、“渠道”、“反馈”这些概念使厌恶了“工具论”、“阶级”和“意识形态斗争”话语的中国学者耳目一新。可以说,美国实证传播理论在中国之所以有吸引力,部分是因为权力范畴在该理论表述中的缺席及其“媒体中心论”(Downing, 1996: xiii)和“传播本质主义”(Mosco, 1996)倾向。我在第1章中已提及,美国实证传播学是从二战期间对战争宣传和大众说服的研究中脱胎换骨而诞生成长的。虽然这些奠基性研究的政治和社会性不言而喻,但是,作为一门“冷战社会科学”(Schiller, 1996: 104)或斯姆普森(Simpson, 1994)笔下的“胁迫的科学”(science of coercion),美国实证传播研究以“自由多元主义”(liberal-pluralist)意识形态“共识”为前提和假定来建构“抽象实证主义”(Mills, 1959; 另见 Gitlin, 1978; Hall, 1982)。在国际传播领域,美国为了与苏联革命范式的发展模式争夺第三世界国家而在经济学、政治学和社会学等社会科学界构造出的“现代化理论”成了施拉姆(Schramm, 1964)和勒纳(Lerner, 1958)等人发展传播学的理论基础。虽然这构成了这一传统的宏观国际知识—世界权力关系背景,但是,恰恰因为具体的实证研究在分析传播现象与过程中往往忽视社会权力关系问题和淡化社会历史背景(McChesney, 2000: 113),这一传统显得很有科学色彩。而这在某种程度上正好符合“文革”后的中国学者希望纠正学术研究过于政治化的趋势,迎合了他们希望建立学术相对独立性的要求。事实上,现在回过头来看,中国传播研究几十年来正是在这种试图发现抽象的发展规律和去政治化的努力中,“不但悖论式成了新的市场经济与社会文化权力关系的构建者,而且在

现有发展模式出现危机的时候,失去了对其从宏观历史与重大而又紧迫的社会现实问题的高度进行反思与创新的能力,从而也逐渐远离了中国思想界的前沿”(王维佳,赵月枝,2010)。当然,这是后话。

出于不同的理论与历史渊源,传统马克思主义中化约的“经济基础”与“上层建筑”理论框架以及相关的“工具论”则把权力概念单面化和庸俗化。更重要的是,在突出“经济”与“国家”的同时,这一传统很少给处于二者之间的“社会”留以余地。这一理论付诸实践的一个严重后果,如美国社会学家布洛维所论,就是国家社会主义体制对社会活力的压制(Burawoy,2003)。在新闻传播学术领域,这一传统的表征之一,就是对“工具论”的单方面强调和对传播与社会互动关系的忽略。然而,正如布洛维指出的那样,社会的弹性与活力正是资本主义得以长久维持并不断超越自己的一个关键因素。与此相反,对社会的压制和社会的脆弱正是导致苏联与东欧社会主义崩溃的一个致命弱点(Burawoy,2003:194)。

在美国实证研究和传统马克思主义双重理论遗产的影响下,当下中国传播研究不但在对权力概念的理解上有许多偏颇,而且或多或少忽视了社会的重要性。这突出地体现在国家/市场二元论思维模式主导地位和研究者对“制度”和“结构”的抽象演变的聚焦上。这样一来,不但传播研究变成“结构的历史”和“技术的历史”并陷入无休止的制度设计的争论,而且“一个积极的、蕴含变革力量的社会很难进入传播研究的视野”(王维佳,赵月枝,2010:23)。从国内外传播学者当年对市场化 and 资本化挑战传统政治权威的期望到当下许多学者对国家与市场“合谋”的失望,我们都能看到国家/市场二元论和社会概念缺失所导致的分析偏颇。

与以上两个传统相反,在西方马克思主义理论框架下发展起来的批判传播研究不但一直注重权力及其多维性问题,而且将权力关系置于广阔的政治经济和社会文化历史历程中来审视。最显著的是,这一传统一开始就将传播研究理所当然地视为一种跨学科的综合学术行为,呼吁传播理论与社会理论的结合。比如,早在1978年,英国传播政治经济学家戈尔丁(P. Golding)和默多克(G. Murdoch)就呼吁传播学者致力于发展一个整体性的理论框架,要求它“不但能够将大众传播过程的诸多层面彼此相互关联起来,而且将它们和社会结构与社会过程的核心层面关联起来”(1978:353)。

近年来,国内外的理论家们将社会的视角带入传统马克思主义的体系中,这很值得传播研究者借鉴。例如,美国社会学家麦克·布洛维(Michael Burawoy,2003)就提出了一种社会学马克思主义的研究路径,而国内学者也开始基于这个思路来分析中国的社会转型,把“社会的生产”作为基本研究问题(沈原,2007)。这种思路将社会置于一个与国家、市场相依存但又殊异于国家、市场的首要地位,它综合了葛兰西(Antoni Gramsci)和波兰尼(Karl Polanyi)对传统马克思主义的发展:葛兰西创见性地发掘了“公民社会”(civil society)在资本主义高级阶段中与国家的矛盾性联结关系及其作为调和或挑战资本主义社会关系的关键领域的意义,波兰尼则详述了市场扩张对社会的威

胁,并预见了一个应对危机,重新构建自身,并孕育社会主义民主萌芽的“能动社会”(active society)。

今天,传播在社会政治经济和文化中的地位更为突出,在“网络社会”(Castells,1996)或“信息资本主义”(D. Schiller,1999)的背景下,从事传播研究意味着“就社会文化发展本身的形式与决定因素来立论”(D. Schiller,1996)。因此,在动态的历史过程中理解传播在国家、市场和社会相互构建过程中的关键角色,并回应戈尔丁和默多克有关发展整体性理论框架的呼吁更有现实性和迫切性了。正如这两位学者所指出,这样的理论框架要关注如下三个问题。第一,关注传播系统控制权的不平等分配和更大背景下的财富与权力分配的不平等模式之间的关系,特别是“大众传媒和社会分层的轴心——阶级结构”的关系(Golding and Murdock,1978:353)。第二,关注现有社会结构和社会不平等是如何被呈现为自然和不可避免的并进而被合法化的过程。第三,彰显抗争。正如这两位学者所言:“收编和合法化的过程并非总是一帆风顺。相反地,沟壑与矛盾存在于预想与现实、承诺与兑现之间。在这些裂口和缝隙中,流动着批评的洪流和抗争运动”(1978:353)。

无疑,以上三点对于转型中的中国传播研究理论框架的构建和议程设置同样具有重要意义。比如,国家对传播机构和过程的掌控一直是国内传播研究的关注点。但是,对控制的描述和分析如果仅以自由主义理论为出发点和归宿点,就可能遮蔽控制和社会阶层、阶级构建的深层关系问题。学者们一直在关注“党管媒体”,但同时又忽视党的社会基础和政策取向变化以及由此带来的社会阶层和阶级关系的变化。又比如,一方面,1990年代以来有关传媒商业化、市场化和产业化的研究文献迭出;另一方面,虽然中国社会经历了社会分化和不平等的深化,传播学却很少关注这些过程中传媒是如何呈现社会分层和社会不平等并使其自然化和合法化的。当然,对于矛盾纷呈的转型中国社会来说,“收编和合法化的过程并非总是一帆风顺”这一描述显然是保守了。事实上,如本书第三编所示,精英和大众层面的政治、经济、意识形态、社会和文化纷争一直伴随着中国的市场改革,而且,抗争的主体、动因和性质都在30多年来发生了根本变化。可以说,意识形态纷争和社会文化抗争在中国社会转型过程中居于核心地位。它们构成了传播研究不可回避的问题。

以“权力”和“社会”范畴为核心以及戈尔丁和默多克有关构建整体性理论框架的三个出发点为切入点,本章旨在讨论中国传播研究中一些不可避免的理论假设、前提性概念和二元对立关系,从而加深对文化传播领域作为重要的社会控制与抗争场域的认识。同时,本章通过对中国传播中一些具体问题的阐述,力图确立中国传播研究的世界历史和当代国内外社会权力关系坐标。最后,通过引入有关“公共领域”理论的讨论,本章希望厘清传播的公共性与阶级性的辩证历史关系以及这一关系的民族国家内部性和外部性维度。

国家、市场、社会体验和挥之不去的社会主义意识形态遗产

1990年代中后期以来,“自由主义”与“新左派”的论争在中国思想界十分激烈。^①在中国社会转型的问题上,流行的“自由主义”叙事认为:大众启蒙和抵抗政治威权是首要任务,市场是自由和解放的源泉,而中国的问题是,“真正”的市场逻辑被国家权力歪曲了——用学者朱学勤(1998)的话,就是国家权力这只“看得见的脚”踩住了市场这只“看不见的手”。部分由于新闻传播学术领域的政治敏感性,这一叙事在国内新闻传播研究中的演绎受到了限制。面对思想界的争论,新闻传播学领域可谓“波澜不惊”。但是,新自由主义意识形态不但对海外中国传播研究影响深远,而且或明或暗影响着国内学者有关媒体市场化、全球化与民主化的认识(Zhao,1998;赵月枝,2005)。在今天,国内大学课堂里新闻传播学的研究生中有不少人熟知作为自由主义新闻理论和冷战思维经典文献的《报刊的四种理论》(Siebert等,1956/1963),却从未听说过英国马克思主义传播理论家、著名文化研究学者威廉斯(Williams,1966)提出的“四种传播模式”——威权制、家长制、商业主义和民主制。的确,自由主义叙事不但吸引人,而且其普世的解放性宣称更易被肯定(李金铨,2004)。

跟所有的迷思一样,以上自由主义叙事和“脚”与“手”的比喻包含着部分历史和现实的真实性的。在中国新闻传播领域,国家管制在许多方面一直在强化也是事实。但是,作为一种社会理论,流行的自由主义意识形态不仅隐含了简单的线性历史逻辑和机械二元对立的框架性错误,而且隐含了企望把西方资本主义发展史的迷思内化为后发国家现实的历史性误解。这一理论框架可能限制我们对当代中国社会转型过程中权力运作的复杂性和自由与解放的社会历史性的理解。

在自由主义的消极自由话语里,国家往往与权力的负面,也即其压制性相关,而市场与自由和解放相关。事实上,作为权力的不同组织形式,市场与国家相互构建,它们彼此并不隔膜和相互排斥。一方面,国家可以通过引入市场关系重构与强化自己;作为同一枚硬币的另一面,市场不可能脱离国家权力孤立存在,它是政府和政治的产物(Beeson and Robison,2000:20)。虽然这不符合市场乌托邦主义关于“自我调节的市场”的迷思,但是,这却是制度政治经济学的常识,也是市场经济在世界范围内发展与确立的历史事实。在世界经济史领域,有关这一点,波兰尼(1944)的巨著《大转型:我们时代的政治与经济起源》早有定论。具体到中国语境,汪晖(2006)曾写道:

中国经济改革的成就和危机共同地证明了市场扩张与国家之间的悖论关系:一方面,没有国家的政策调节、法律体系和政治保障,市场体系的培育和发

^① 由于篇幅关系,此处无法对这一争论的丰富文献进行阐述。有关文献见公羊(2003),有影响文章见汪晖(2006),张维迎(2006)。

展几乎难以想象;另一方面,市场体制对国家的依赖同时也是权力与市场进行交易的前提。从这一视野出发,我们看到了国家体制与市场创制之间的一种奇特关系:市场扩张过程与“反市场”力量(国家干预)的相互依赖和互动。在这个意义上,用市场/国家的二元论无法解释中国的市场扩张过程。

汪晖是在详细研究了扬州一个企业的改制过程以后得出以上结论的。如果市场/国家的二元论无法解释中国的改革和市场扩张的一般过程的话,这一二元论在传播领域的演绎就更显得力不从心。作为权力的不同矢量,国家和市场力量都有既能限制也能赋予社会表达的双重功效(Curran, 2002)。这两个力量有其对抗的可能,也有其相互叠加从而形成合力的可能。比如,国家为了维护官僚集团的自身利益或者迎合国内外资本利益和促进出口,可能会限制下层劳工和农民的话语权力,以保持“社会稳定”或者降低工资、提高本国产品在国际市场上的竞争力。与此同时,在商业逻辑的驱动下,媒体可能因下层劳工与农民这两个社会阶层不是广告商的目标受众而忽略他们话语表达和社会传播需求。这样一来,媒体的政治控制就可能与媒体的“市场逻辑”形成结构上的合力,同时压制这两个社会群体的话语权力。同样,政治控制和集团化经营这样的经济组织模式也可以在权力的集中方面相得益彰(Zhao, 2000; Lee, He, Huang, 2006)。传播研究需要进行具体分析的是,在特定政治经济条件下国家和市场的相互构建情况以及最终形成的传播体系在什么情形下,如何赋予或者限制不同社会力量的传播权力,并对社会的权力结构和社会文化发展模式产生何种影响。

同时,理解不同社会历史主体在特定社会形态中对解放性或压迫性权力的不同体验十分重要。在中国的语境里,20世纪上半叶为民族独立和铲除社会极端不平所进行的社会革命被称为“解放”。1949年是“解放前”和“解放后”的分界线。虽然革命是血腥的,而且在“革命”名义下往往出现暴力与压迫,但是,我们不必否定“革命”在人民心中所引发的解放性体验以及改革作为“二次革命”所带来的新的自由与解放。同样,我们不能忽视,正是一些“强有力的社会和政治限制”,使改革时代新的自由与解放成为可能。更重要的是,这些限制与压制可能随着市场逻辑的扩展和社会冲突的加剧而强化(Madsen, 2000)。例如,为了维护社会稳定和保障个人和财产安全而不断强化的公共安全和私人保安系统,正是这样一些日益强化的压制性机制。最为关键的是,自由和压制体验的历史性和社会性意味着我们不能抽象地谈论这些问题。当然,市场与国家压制的形式与强度有别(Schudson, 2000),而对一种压制力量的批评也并不自然意味着对另一种压制力量的容忍。批评市场改革不一定为政治极权“招魂”;指出市场逻辑的局限性不一定认同政治控制和国家主义。

阿明(Samir Amin, 1993:95)曾指出,资本主义扩张所带来的不平衡发展引发了资本主义体系边缘的反资本主义革命。这种革命不是由某一阶级进行的,而是由那些历史进程中的边缘群体推进的。结果,在由此产生的后资本主义政权里,“社会主义、资本主义

和经济集权统治这三种趋势既相互融合又相互冲突”。一方面,“民间对边缘资本主义所带来的无法接受的生活状况的自发性反抗成为新社会运动的源泉”;另一方面,这些新社会运动又无法满足将国家现代化和大众民主化结合在一起的双重革命的历史要求。作为20世纪处于全球资本主义边缘的主要反帝反资革命的一大结果,中国革命和革命后建立起来的政权体现了阿明所描绘的所有趋势和张力。蔑视1949年之前或其后存在于中国下层民众之中的激进主义以及改革年代的民族主义情绪和“弱势群体”对于社会主义的怀恋情绪,否定和漠视国际社会主义意识形态遗产并把其在中国的实践仅仅从“暴君/政”的欺骗和“暴民”的盲从层面来诅咒,固然适合某些右翼知识分子的精英主义胃口和在中国演绎英美自由民主资本主义的幻想,但这种论调包含着危险的反历史和反人文主义的冲动。

正如伊戈尔顿(Eagleton, 1991: 15)所言,“成功的意识形态必须不只是自上而下强加的幻想。不管它有多少不协调的成分,这种意识形态必须有使认识主体获得一个足够真实的、可认知的、以至于他们不会简单地将其摒弃的社会现实图景”。中国革命和社会主义意识形态遗产对一部分批判知识分子和下层民众的吸引力恰恰在于这种意识形态的部分历史真实性和他们对社会现实的认知以及对自由与解放的具体的、社会的和历史的体验。尽管当下一些精英知识分子对下层民众中对计划经济时代的怀恋情绪不以为然,甚至把它当做“极权主义情结”来嘲讽、奚落,进而妖魔化,从而使自己的话语体系在社会话语霸权的斗争中占上风,但是这些意识形态努力并不能淹没和压制改革中出现的“弱势群体”对于社会正义的追求和对基本社会保障的渴望。正因为他们发现自己在改革过程中被相对剥夺,他们才意识到,被抛弃的社会主义理想在他们争取社会正义的过程中具有新的意义。那种要么盲从市场乌托邦主义、要么就是为“极权”招魂的二元逻辑其实是在自由多元名义下通过污名化对立观点来建立新的意识形态霸权的一种话语策略。

历史的必然和现实的政权合法性使共产党在推进市场改革的过程中无法彻底放弃其反资和反帝的立国根基与社会主义意识形态遗产。因此,中国的政治文化出现了奇特的悖论现象:一方面,执政党的权力,包括其用强制性国家力量推进和建立市场关系的权力,实实在在;另一方面,“共产主义的幽灵”,具体体现在来自批判知识分子和下层民众的对官商结合的批评和对社会正义的呼声,在中国大地上游荡。如我在本书第三部分的最后几章会进一步论及,随着中国市场经济的深化和与全球资本主义体系的进一步融合,由此带来的国内外政治、经济、社会、文化和生态矛盾不但强化了重新认识中国这一革命后国家无法回避、挥之不去的社会主义意识形态遗产的必要性和现实性,而且增强了这一意识形态遗产的合法性与吸引力,从而使执政党的社会主义意识形态宣称有了新的社会基础和政治含义(赵月枝, 2006a; 2008a)。

波兰尼(1944)曾指出,建立“自我调节的市场”(self-regulating market)的社会工程不仅是乌托邦的,而且本身就是不可持续的,因为市场秩序的推进注定会给社会带来毁灭性的后果。波兰尼把经济自由主义意识形态主导下的“自我调节的市场”秩序的扩展

和人类为避免这一秩序的扩展对社会造成的毁灭性后果所做的努力和相应的社会保障体系的建立称为“双向运动”(double movement)。在发表于2007年《传播与社会学刊》第2期的本章最初版本中,我曾把波兰尼的分析框架用于当下的中国现实。政治学者王绍光在一篇题为《大转型:1980年代以来中国的双向运动》的论文中也明确指出,“波兰尼的分析框架对我们认识中国过去几十年经历的转型十分具有启发意义”(2008:130)。他认为,“在1990年代短暂地经历了‘市场社会’的梦魇之后,中国已出现了蓬勃的反向运动”。他(2008:132)写道:

波兰尼指出,一个“脱嵌”的、完全自我调节的市场力量是十分野蛮的力量,因为它试图把人类与自然环境转变为纯粹的商品时,它必然导致社会与自然环境的毁灭。虽然中国经济在过去四分之一世纪高速增长,但一味追求GDP高增长率也带来一系列严重的问题。这些问题也许在改革初期并不凸显;但随着时间的推移,它们变得越来越引人注目。到1990年代末,有些问题已变得触目惊心,包括日益恶化的生态环境和贫富悬殊。人们开始体会到经济增长不等于社会进步。……大规模下岗失业、就学难、就医难、各类事故频发,让千千万万的人痛感经济与社会安全的缺乏。在他们看来,市场社会强加给自己的负担过于沉重,难以忍受。在这个背景下,市场改革的金字招牌脱落了,有关市场改革的共识破裂了。……这就启动了力图抵制经济“脱嵌”的保护性反向运动。

王绍光(2008:132)进一步注意到,这时,中国的政策制定者也开始认真对待邓小平诸如“社会主义的目的就是要全国人民共同富裕,不是两极分化。如果我们的政策导致两极分化,我们就失败了”(中共中央文献研究室,1998:311,转引自王绍光,2008:132)的警告,开始从实质上关注社会公平,“用‘去商品化’的方式将经济关系重新‘嵌入’社会关系。”这就是,“把一些与人类生存相关的服务(如医疗、教育、养老等)看做基本人权而不是市场交易的标的物,其目的是让人们可以不完全依赖市场而生存”(王绍光,2008:132)。

在这样的历史背景下,新闻传播学者面临着不同学术立场与取向的选择。在诸多可能性中,有一种可能是,继续自由主义宏大理论在中国新闻传播研究领域的演绎,一边抨击威权主义和民族主义的新闻传播,一边在“中产阶级”中寻求民主化传播主体和理想化的“公共领域”。另一种可能是,超越简单化和脸谱化的理论范畴来研究解放与压制体验的社会分布与相关媒体呈现、关注和解释民众复杂的社会利益和意义诉求及其与官方意识形态与话语的链接和互动关系。在这方面,中国的新闻传播学者好像不但落伍于其他领域的社会科学研究者,而且也把应属于自己的研究领域让位于同时代的作家、记者和人文学者群体了。例如,虽然1990年代中国的意识形态场域发生了深刻的变革,却很少有新闻传播学者研究社会意识形态问题,而王山的《第三只眼睛看中国》(1994/1996),凌志军、马立诚的《交锋》(1998)、《呼喊》(1999)等书却从特定的政治意识形态立场展示了

中国意识形态论争和改革政治的复杂历史图景。到了新世纪,虽然各种保护性社会运动蓬勃发展,但是很少有新闻传播学者研究传播与这些运动的关系,即使有所关注,也往往局限于把国家与公民社会相对立的自由主义框架,并采用“媒体事件”或“网络事件”这样的媒体中心主义和技术决定论分析角度。另一方面,虽然有自上而下的马克思主义新闻传播理论建设工程,鲜有学者独立地站在如何重新激活社会主义这样的理论立场上从事传播理论建设。

民主模式和方法论民族主义

在国外传播研究中,如本书第9章所论及,有关媒体与民主的讨论至少有市场自由主义、公共领域自由主义和激进民主等三种理论模式。然而,将市场自由主义模式理想化和去历史化、把它等同于民主,并构建它与“宣传型政府”的二元对立仍是中国传播研究不可忽视的理论定式。《报刊的四种理论》(Siebert等,1956)所构建的冷战思维遗产、1980年代后西方“新自由主义”意识形态^①在中国经济与社会领域的有选择的推行和在媒体与思想界的影响、对中国现行新闻管理体制的逆反心理在传播研究中的理论折射,都使这一定式根深蒂固。林奇(Lynch,1999:4)的如下论述是一个典型的例证:

本质上“反对”宣传型政府的模式是民主模式。在民主模式里,自治的公民社会中的个人和群体,在一个结构完好和制度化的公共领域里,自由地产制和传播信息。而政府的角色只不过是确保游戏规则被执行了,这些规则主要是针对诽谤、诋毁、煽动、叛变而设的。有时,自由政府也会传播“公共服务信息”,但它们不会像宣传型政府那样强制性主导公共领域。在自由主义系统中,公共领域理论上是属于社会全体成员所有,而且社会成员们只承认政府拥有维持公共领域正常运行及其公正性所必须具有的权力。

这里,哈贝马斯所描述的作为西方资产阶级社会的一个历史性范畴的“公共领域”被当做了普遍的现实性前提。不但“资产阶级”这一修饰定语被隐去,而且哈贝马斯有关这一“公共领域”如何因现代商业大众媒体的兴起、公司资本主义的出现和现代国家强有力的官僚机构的干预而产生了“结构转型”的分析,以及本章稍后将论及的西方理论界对哈

^① “自由主义”和“新自由主义”有联系,但又有深刻的区别。狭义的“新自由主义”作为一种经济教条与政治上的自由民主没有必然的联系。它是指20世纪80年代以来的以倡导经济自由化和产权私有化等经济原则为核心的“华盛顿共识”。广义的“新自由主义”是指市场理性在政治经济和社会治理中的广泛应用。实际上,“自由主义”本身就是很复杂的思想体系。比如,“古典自由主义”与“战后自由主义”就有明显的不同(结合媒体研究的简单概述见 Hackett and Zhao,1998[哈克特与赵月枝,2005])。有关“华盛顿共识”与全球化在中国语境中的讨论,见黄平和崔之元(2005)。国外社会理论有关新自由主义的定义与分析,见 Harvey,2005; Ong,2006; Robison,2006,有关这一意识形态在中国的表现和影响,见汪晖(Wang,2003)。

贝马斯理论的批评与扬弃,一概被忽略了。

李金铨(2004:56—57)曾教诲中国传播学者不要滥用“全称命题”而混淆自由主义、权威主义与极权主义传媒的界限,盲目地把西方学者在西方语境下对西方媒体制度不够民主或“去民主”(Curran and Leys,2000:225)的批判照搬到中国。这点的确很重要。事实上,我在《中国的媒体、市场与民主》(1998:181—182)一书中早就明确论及:

在西方,自由派和批判学者……批评广告的限制和商业媒体制度作为民主论坛的充分性……在中国,媒体不仅在党的严格监督下,而且被更露骨、更成问题的商业主义形式所困扰。所以,媒体改革者们把建立“真正”的市场逻辑当做目标就不足为奇了。……市场交换提高社会生产力、灵活性和效率。同理,“受市场影响的媒体能在意见的生产和流通中对教会或国家垄断起到重要的制衡作用”。……因此,把市场机制引入中国经济有其进步方面。……商业化导致中国媒体的繁荣,使媒体体系的某些部分更能回应受众的要求,也使媒体工作者的精英主义有所调节,出现了对民众的关注。……但是市场有其内在的局限性和结构性偏差,它本身不是一个价值中性的机制。(着重号为原文所加)

当然,问题也不仅仅在于产生于“西方”的批判理论对中国这样的后发市场经济国家是否适用。且不提马克思主义作为一种社会批判理论早在上个世纪初就传入中国并被本土化这一事实,如我在本书第1章和最后一章所论,批判传播政治经济学理论起码部分基于上个世纪反帝反资的全球社会实践。同时,我们也没有理由把批判研究简化为对市场权力的压制性的负面批判。如本书第1章已经提及,与自由主义有关权力的单维度和行为主义概念相反,批判理论所持的权力概念是双向的和多维的。事实上,批判理论首先包含对权力的正面性和创造性(productive)的认识,也即个体和群体发展其潜能和达到其目标的能力(Hackett and Carroll,2006:20)。在此基础上,批判理论才去关注社会权力的不平等分配,并把批判目标指向那些压制性的,也即那些使个体和特定社会群体无法充分发挥自己的潜能的社会权力关系。

我们更没有必要在是批判国家还是批判市场,或者是国家更解放还是市场更解放这样的非此即彼的伪问题中做选择。如本书第1章所论,传播政治经济学框架的分析单位是特定社会和历史条件下的权力结构和传播资源分配模式。这一权力结构包括特定的国家与资本权力的组合形态及其形成的对社会传播的特定的赋权与压制或包容与排斥的形式。

更重要的是,我们有必要从世界历史视野中来把握现存市场自由主义民主模式。西方新闻传播制度是在现实世界中取得了“文化霸权”地位,从而被认为是“自然”和“理想”的制度。但是,从世界体系的角度来分析,在我们接受这一制度的“进步性”以及“规范性”的同时,是否也意味着接受这一制度所根植的从欧洲殖民主义当年在美洲大陆对原住民的种族灭绝到21世纪初美国在“反恐”名义下对伊拉克进行血腥侵略这整个世界历

史包袱?也就是说,西欧历史上的“公共领域”中的“自主个体”首先是第一世界的白种有产男性,他的主体性是与殖民主义和后殖民国际政治经济密不可分的。具体到当下的经济领域,今天沃尔玛之所以能向美国消费者出售廉价的“中国制造”商品,从而使美国生活方式,包括其自由民主政治框架和现有的新闻自由得以继续,这与中国劳动力的低工资制度没有任何关联吗?而又是什么样的政治经济体制和意识形态机制使得中国劳动力的低工资状况成为社会现实的?在中国劳动力工资的增加很可能导致美国通货膨胀和社会矛盾激化的今天,全球视野的重要性怎么强调都不过分。这一讨论跟有关“亚洲价值”和“亚洲文化”如何不相容于自由民主的本质主义和文化相对主义不同。它强调的是,在民族国家框架内有关自由民主模式的讨论必须与对国际政治经济背景下的殖民和后殖民结构的批评结合起来。

虽然中国经济早已是世界市场体系的一部分了,有关媒体和民主的讨论好像还局限于民族国家框架,从而陷入方法论民族主义的陷阱。方法论民族主义是社会理论中一个根深蒂固的问题,它与研究者在政治上是否持民族主义立场没有必然的联系。它指的是社会科学研究中脱离世界历史和世界体系来讨论民族国家内部的政治经济和社会关系的思维定式,也即把民族国家作为“最终的分析单位和定界社会科学中的现象和问题的边界”的方法论偏差(Martins, 1974: 276; Chernilo, 2006; 另见赵月枝, 2004)。例如,虽然认识到“这里的市场经济并不是那里的市场经济”(朱学勤, 1998)这一点很重要,但是,在统一的世界市场和国际劳动分工范围内,这一认知的方法论民族主义局限也是不言自明的。正如社会学家吉登斯(Giddens, 1973: 265)所言,虽然社会学往往把“社会”等同于“民族国家”,但是,“社会从来不是社会理论通常所暗示的孤立的,‘内在发展的’系统。……那些构成‘内在’演变的因素总是与来自‘外部’的影响相结合,共同决定一个社会所经历的变革”。

事实上,市场关系在一个民族国家的建立总是与全球政治经济关系紧密相连的。而且,如本书第9章所论,就像一个国家在全球资本主义经济秩序和劳动分工中的位置要视这个国家的内外经济关系而定一样,一个民族国家内部的政治体制不可能独立于世界体系中民族国家之间的霸权与臣服关系和民族国家内部的阶级和种族妥协的性质。虽然市场经济是自由民主政治体制的必要条件,两者之间没有必然的、超历史的因果关系,前者不是后者的充分条件。社会民主、法西斯主义、福利资本主义、前苏联和东欧的国家社会主义都是在特定历史条件下和不同国家与社会互动关系下对经济自由主义和全球市场逻辑的回应。布洛维(Burawoy, 2003)认为,社会主义是同时置国家和市场于社会管制之下的一种政治经济秩序。虽然我们无法描绘其具体轮廓,我相信,相对于市场自由主义和国家主义,这种“社会至上”的社会主义是一种可欲、可求和在当下已经蕴含了其发展萌芽的“另一个可能世界”。

总之,传播研究不仅有必要超越有关市场和国家的简单二元论和对权力的单向度理解,超越与之相对应的有关自由与解放的非历史和脱离特定社会主体的理解,而且有必

要克服历史虚无主义和方法论民族主义。

从诅咒国家权力瓦解到分析国家的转型

要摒弃有关市场/国家的简单二元论,还必须把国家当做一个社会科学分析范畴,并在此基础上思考国家与市场化及全球化的关系。的确,如本书将在许多章节中论及,民族国家无论是在内部和外部都受到了市场化与全球化这两个相关过程的冲击。但在讨论全球化时,“需要问的问题不是国家是否在全球化面前衰落了,而是作为全球治理新结构的结果,什么样的新国家被创造出来了”(Jayasuriya, 2000: 315)。毋庸置疑,中国国家的权力已经在很多方面撤出——比如,即使是对城市居民,它也不再提供从摇篮到坟墓的社会福利了。事实上,直到最近几年国家为了回应社会保护运动的诉求在提供社会福利方面的重新介入(王绍光, 2008),分权和国家对一部分社会成员的福利责任的放弃曾被当做改革目标本身来追求。国家从经营者到调控者的角色转变,经济和社会生活的世俗化和私有化,外向型经济和与全球市场的融合,是改革本身的要求。“小政府,大社会”曾是官方的口号。因此,

在评价中国经济改革对国家权力和功效的影响时,传统的、二分的零和模式——国家对社会、中央对地方、计划对市场——已经被证明不是那么有用了。我们相信,关注国家与社会、官员与企业家、高社会阶层与低社会阶层、“条”与“块”之间正在变化的互动模式应该更有帮助。问题的核心是国家权力的重构,而不是国家权力的增多或者减少(Baum and Shevchenko, 1999: 354)。

把分析的重心从对国家威权的负面批判转移到对“转型的国家”和“重构的国家”的分析,将导引出一个新的研究路径。作为第一步,有必要重申,“国家”是一个社会科学分析范畴而不是一个随意刻画的文学形象。传播研究,也许与其植根于自由主义的消极自由理论和作为“冷战社会科学”的历史有关,往往不能在看待中国国家的问题上秉持一种更为全面和历史的观点。传播学者的人文或者新闻学背景、一代知识分子在“文革”中的经历,也使我们把中国国家作为社会科学研究对象进行冷静的分析增加了难度。正如王瑾(2000: 158)指出的:

现代中国历史中知识分子们和国家的对抗关系,阻碍了有关中国政治从独裁统治转变为常规统治的严肃讨论。任何尝试将“国家”概念引入批评话语之中,而又不当面谴责其赤裸裸的独裁性,即是意味着知识分子反对立场的妥协。马克思主义的“绝对统治”对“完全抵抗”的两极范式,在人文学科传统中占支配地位。于是,反抗性的思考和发言就不仅是一种策略,而是人文批评家们根深蒂固的知识习性,他们的身份认同隐含着二元对立关系。偏离了这一既定路线

将招致“共谋”和“新保守主义”的恶名,那两个词在[20世纪]90年代初期和中期成为流行的贬义词。

以上观点也许有偏激之处,但指出了中国学者在研究一个正处于现代化和全球化之中的民族国家所要投入的意识形态和政治赌注。这是因为,任何有关中国正在从“专制国家”向“现代国家”转型的暗示“都将必然质疑西方把中国(这个声称自己仍是社会主义政体的国家)看成邪恶帝国的基本观点”(王瑾,2000:159)。

将中国国家视做一个分析范畴并关注它的重构,对我们分析正在演进的传播结构及其过程有如下的意义:

第一,这意味着接受这样一个前提:资本有它的逻辑,国家也有它的意图和逻辑。因此,超越单一的被动“应对”模式来理解这些国家意图非常重要。正如王瑾所言,“真正的问题是国家的目的为何,而不是国家的权力如何”(2000:160)。虽然中国政治没有按照自由民主的模式演变,但是,1990年代以来,中国国家在其政治经济和社会文化政策与治理实践方面与改革前,甚至在1949年其形成过程中的一些政策保持其连续性的同时(Perry and Heilmann, forthcoming),的确在许多方面进行了制度创新。国家在传播管理体制和策略方面的重新构建,特别是在发展和管理互联网方面不懈的机制和策略创新,是国家在信息时代革新和有目的性重建的重要一环。在这种背景下,传播研究有必要考察中国国家的动机、合法化逻辑、主流话语的新阐述,以及在重建意识形态领导权方面的新举措,进而分析主流意识形态的社会效用。

第二,对正在重建自身和进行“制度创新”的中国国家的关注,需要我们重新审视中国传播权力运作过程和新的权力分配和意识形态的表现形式。如本书第2章所示,意识形态是一个非常复杂的理论论题。即使马克思本人在不同的语境下对这个概念也有不同的、十分丰富的理解(Thompson, 1990)。姑且不论各种后现代理论思潮对这一概念的挑战的中国回音,这里我要特别强调的是,我们不能因为这个概念在中国语境中被政治化和庸俗化而抛弃其作为一个批判性社会理论分析范畴的价值。上一章提到的1950年代的“意识形态终结论”(Bell, 1960)只是一厢情愿,而批判研究崛起的关键正是对被美国主流传播研究假定的“价值共识”所压制的意识形态概念及其运作机制的“重新发现”(Hall, 1982)。其中,把握超越美国实证研究中行为主义权力观的三维权力概念又是理解“意识形态”的要领。三维权力概念包括:行为主义所理解的一种社会势力(个体或群体)让另一种社会势力采取某种行动的力量;统治性社会势力通过社会实践使不利于自身利益的议题不进入社会议事日程的力量;统治性社会势力定义社会现实和构建被统治的社会主体对社会和有关自身的观念和愿望,使其把既定的、不利于自身发展的社会现实当做自然的和不可改变的力量,也即意识形态层面的力量(Lukes, 1974)。

如本书第4章针对美国报纸对海湾战争中“和平运动”的报道的详细话语解读和第5章对北美新闻客观性的意识形态意义的分析所明示,在不平等的社会关系中,媒体不能

不起意识形态作用。简单地说,我们可以把媒体的意识形态作用理解为汤姆森(Thompson, 1990)所指的媒体服务于主导社会统治关系的意义的作用。当然,这只是一个基本的切入点,对特定媒体制度更为深刻的意识形态批判需要建立在对包括西方马克思主义在内的西方社会理论的梳理、分析与扬弃的基础之上。一方面,我们需要在全面掌握马克思有关意识形态问题的丰富思想的同时,吸收卢卡奇、阿尔都塞和葛兰西等西方文化马克思主义者对意识形态理论的贡献。另一方面,如我在第2章所论,我们需要接受后结构主义、后现代主义和后马克思主义的“新意识形态批判”的合理内核,从而克服传统马克思主义的经济决定论和阶级简约论,在超越美国主流传播理论狭隘和单薄的权力观的同时,纠正以国家为中心的、忽视社会主体性的社会再生产理论的偏颇。

以这样的理论构建为前提,我们就有可能重新理解意识形态过程、文化和表征政治的重要性,分析和关注商业化和社会化媒体形式和内容所体现的新意识形态运作方式和话语霸权形式及治理术(governmentality)。例如,通过对国家力推的消费主义和媒体有关“休闲文化”话语的分析,王瑾(Wang, 2001)展示了国家在市场经济时期建构以消费主义为基础的“新的共识”的意识形态努力。又如,借助福柯的权力理论,埃文(Erwin, 2000)质疑在中国传媒分析中在公共领域与私人空间、政治和非政治之间的分野的绝对性与理论局限性。她认为,虽然有关家庭和性的电话热线经常被看做日益扩大的个人表达空间的明证,但其实这些热线不能只简单地被理解为中国日益扩张的公共空间中的自由言论,而应该被理解为中国家庭是如何作为训诫场所被重构的。如她所指出的,这不仅体现了消费主义的意识形态功效,而且是国家把促进社会稳定当做经济繁荣和政治合法性议程的后效。

事实上,虽然中国在“大跃进”时代曾一度取消家庭作为生产甚至包括就餐在内的许多社会再生产单元,改革时代中国不仅以在农村恢复家庭承包责任制作为改革的切入点,而且从1990年代以来在推进市场改革、转化其作为社会福利提供者功能的过程中一直积极地推进家庭作为爱、亲情凝聚力和社会福利责任的储藏室以及社会转型张力的缓冲垫的功能。这在中央电视台1990年代中后期以来的所有春节联欢晚会的主题中得到清晰表现。我们不能低估国家权力形式的变化、主导社会权力主体掌握新的治理技术的能力。如本书第12和第13章所分析,我们也不能忽视新自由主义意识形态在改革时代建立替代性话语体系的新机制。这就是说,对主流政治宣传与权力关系的关注不应遮蔽我们对所谓的“非官方”渠道中和“非政治性”或“去政治性”问题上的社会权力运作的分析。正如吕新雨(2006)在论及2005年湖南卫视“超级女声”现象时所指出的那样,“市场‘去政治性’的说法并不准确,这场关于‘超女’辩论背后是深刻的政治问题,市场就是政治,而恰恰是这种隐身的政治性给了‘超女’市场化成功的动力”。

因此,虽然自由主义政治理论往往采用“国家”与“公民社会”相对立的框架,我们要认识到,市场和“公民社会”本身并不是国家权力与社会统治关系的真空场所。相反,它们与国家权力有密切的关系。根据布洛维(Burawoy, 2003)的分析,葛兰西就认为,在自

由民主资本主义社会形态中,公民社会始终与国家保持着矛盾性的联结关系:一方面,它之于国家的相对独立性使它能促进阶级斗争;另一方面,它又与国家合作,调和阶级斗争和吸纳对资本主义的政治挑战。虽然中国国家与社会的关系以及媒体在国家与社会关系中的地位与西方不同(吕新雨,赵月枝,2010),但是,媒体理论继续重申“喉舌论”这一现实也并不意味着我们可以忽视媒体——尤其是市场化媒体——在呈现和构建新的统治性社会权力关系中的地位与作用。

在这方面,如我在有关著作中所示(Zhao, 2008a),有关国企产权改革的“郎咸平风波”的媒体报道就是一个可以展示中国媒体话语的多面性和复杂性的例子。一方面,都市媒体与郎咸平这位中国的“体制外”(但同时他又位于全球化学术体系的“体制内”)学者的互动挑战了中国经济学界的主导性的新自由主义话语,展现了市场化媒体在反映民众关注的话题、扩展社会言论空间方面所起的相对于传统党报更为积极的作用。与此同时,2004年8月15日《北京晨报》一则《郎咸平:我唯一的遗憾就是孤军奋战》的报道就有效地在社会媒体话语层面抹杀了一些地方的国企工人为反对工厂“改制”而正在抗争的事实。^①在这一特定的话语空间中,郎咸平作为知识精英“孤军奋战”的意义之所以成立,是因为工人们在同一时空中和同一问题上对自己的立场的表达被排斥在媒体呈现之外了。而稍后的2004年8月30日《中华工商时报》“各路英雄集体缺席,研讨会上郎咸平唱独角戏”的标题更是把研讨会上十分活跃的、关注工人利益的经济学家的一笔抹杀了。政治控制固然十分重要,媒体的这些报道策略与框架恐怕也不是宣传管理部门直接给予的。而在市场化媒体已成为“新主流”的中国传播体系中,“中国官方的宣传粗糙不堪,哪用得着细致的‘霸权’分析?”(李金铨,2004:57)这样的诘问恐怕也无助于理解中国传媒话语的多层次结构和“官方宣传”与媒体的“社会表达”间的分野和错综复杂关系,更不必说“官方宣传”的精细化和媒体表达中新的话语策略与表现形式的出现及其背后隐含的社会权力关系了。事实上,虽然我们对《人民日报》是“官方宣传”这点不会存疑,但是对《北京晨报》和《中华工商时报》这类报刊的话语恐怕不能简单定性,更遑论本书第12章中分析的处于媒体制度边缘的“街头小报”了。

第三,将国家作为一个分析范畴来看待,还意味着需要将它理解为一个矛盾的实体和纷争的场域。作为一个被哈维(Harvey, 2003)称做“资本帝国主义”(capitalist imperialism)的当代全球秩序的一部分进行内部和外部关系重新建构的现代国家,中国国家深陷于既重合又冲突的地域权力逻辑和资本权力逻辑两者之中。如哈维所解释的,一方面,地域逻辑凸显的是在世界上追求自己的利益和目标时,国家(或者一些作为政治权力集团的国家组合)所使用的政治、外交以及军事策略;另一方面,资本逻辑体现的是资本

① 相关报道见“护厂近况”的博客,《两亿国资,只许2200万买出,引发流血冲突》,2005年12月14日取自 <http://www.gongnong.org/bbs/read.php?f=7&i=1866&t=1866>;重庆3403工厂,《国企私有化终将引发革命——致中共十六届四中全会的公开信》,2005年12月14日取自 <http://www.gongnong.org/bbs/read.php?f=7&i=1866&t=1866>。有关网络报道详细分析,见 Zhao, 2008a。

在空间和时间上进行积累的微观过程。通过经济和文化活动的日常实践,这一逻辑强调的是经济力量在空间的连续流动,从而流向或者流出某些地域实体的方式。中国是一个发展型的国家。中国的传播业资本处于迅速的积累与重组过程之中。这就决定了,中国国家在上述两个逻辑之间的冲突和张力,恰如两者之间的重合一样,都特别突出。而且,中国国家是一个条块复杂交错的权力结构网。传播系统演变中最棘手的问题和最活跃的权力角逐——无论是媒体集团化的政策设计与跨地域和跨媒体经营的现实挑战,还是《南方都市报》对深圳报业市场的“入侵”(Chan, 2003)和湖南卫视对中央电视台垄断地位的挑战(吕新雨, 2006),都与国家权力运作中地域逻辑和资本逻辑既重合又矛盾关系的演绎有关。

当然,中国国家还是意识形态矛盾与冲突的场域。矛盾与冲突主要存在于社会主义意识形态承诺和社会阶层的日益分化以及城乡、地区、性别等其他社会分野的深化的现实之间。正是在这种背景下,我们需要理解执政党对社会主义意识形态的重构和这一过程的复杂性。同样也是在这一背景下,我们必须重视近年重新出现的有关改革方向争论的社会政治意义,无论这一争论是发生在知识精英圈内(李世涛, 2000; 公羊, 2003; Wang Hui, 2003; Chaohua Wang, 2003),发生在互联网上和大众层面(Hu, 2006),还是这两个层面现实的与可能的互动与链接(Zhao, 2008a)。

撇开意识形态不谈,中国国家所面临的治理上的挑战是,如何在适应精英阶层政治经济利益和国际资本要求的同时,不完全地背离最大多数民众在物质上和文化上的基本需求。在这样的背景下,有必要超越诸如“控制”和“自由”等概念来审视围绕具体国家政策的论争,以及在这些论争中以市场为导向的、全球化和网络化的中国传播系统表达不同利益、不同发展战略和不同价值取向的程度。比如,转型中的媒体结构与转型中的社会结构之间有着怎样的相互构建关系? 政府议程、精英知识分子话语以及公众情绪之间的动态互动会是怎样的? 而这种互动又是如何在对不同社会群体和不同媒体事件的报道中体现出来的? 中国传播产业结构和意识形态特征的描述所展示的正是中国各类媒体的新意识形态角色,尤其是市场化媒体的新的话语表征政治(politics of representation)和它们与全球化主流话语中的新自由主义意识形态的关系。

传播、阶级构成以及社会冲突

以上的讨论已部分说明,与市场和国家之间的简单二元论一样,国家和公民社会之间的二元论也会掩盖而不是昭示处于国家与社会结合点上的媒体和传播的角色。简单地建构“媒体消费者”、“公众”和“受众”这些全称概念也会掩盖中国社会内部的不平等,模糊媒体和传播在中国社会新旧权力关系的维护和构建中所扮演的角色。正如莫斯科(1996)所言,“受众”这一术语不是一个可以跟阶级、性别或种族这些概念相提并论的分

析范畴,而是传播产业自身的一个产品,被用来鉴别市场和界定商品。因此,把它与国家放在一起使用并把它等同于政治意义上的“人民”或“公民”只会潜在地模糊媒体在构建社会的阶级、性别、种族和其他社会分野中的角色。反之,考察国家、媒体和社会不同分层之间的链接,分析媒体在阶层和阶级分化与重构中的角色、各种社会群体的传播实践,以及他们与统计话语、专家话语、市场规则、传播技术和全球知识文化流之间极度不平衡的包容与排斥模式,将会更有意义。

计划经济时代的中国本来就存在着明显的社会分层。30年的改革导致了政治、经济和文化精英的重构和新的社会关系,包括劳资关系的形成,同时使中国社会业已存在的城乡分化、社会性别分化和地区分化等问题更加突出。这里需要强调的是,对社会分化不能只简单地在阶级基础上进行把握。比如,妇女无论在城市还是乡村社会中一直处于不利的地位。中年妇女构成了下岗职工中的大多数,而另一方面,女性民工构成了沿海地区从事出口加工业中农民工的大多数。

出于种种原因,中国传播学者很少讨论中国媒体在社会分层和社会冲突过程中所扮演的角色。不过,社会学者有关中国社会结构方面的分析一直层出不穷。如,中国社会科学院社会学家陆学艺等人(2002)用“洋葱头”来比喻中国的社会阶层结构。清华大学社会学家孙立平(2003;2004)在著作中把“断裂”与“失衡”分别当做1990年代中国社会结构的主要特征和运作逻辑,并认为一个显然不同于1980年代的“新社会”已经出现。到了2005年,李培林等社会学家在《社会冲突与阶级意识》一书中更是以系统的实证资料描述了中国的社会分层和各阶层、阶级的意识形态状况。丰富和大胆的社会学文献为传播学分析中国媒体和社会之间相互构成的关系提供了一个有益的起点,包括媒体在阶层与阶级的分解与重构中的角色、各种社会群体的传播实践,以及他们与统计话语、市场规则、传播技术和全球知识文化流之间极度不平衡的包容与排斥模式。

不用说,社会分层的急剧过程已经诱发了多层面的社会和文化冲突。而且,“正在出现的冲突和对抗模式既不能只是作为对改革的反弹来理解,也不能是某种历史性对抗的演绎”,相反,“这些冲突和对抗刺激和影响了改革自身的重要维度”(Perry and Selden, 2003:1-2)。虽然这些冲突往往在国家和社会之间进行,但是,资本和市场关系在这些冲突中也并非是无关与无辜的。这点在工人和农民以及城市居民反对国有企业私有化和地方官员及发展商的各式“圈地运动”中尤为明显。如本章第一部分已提及并引用王绍光的分析进一步强调,中国在建立市场关系过程中持续和深化的社会冲突印证了波兰尼有关市场与社会的分析的现实意义。正因为市场的扩展危及社会,社会才被激活,把自己重构成“能动社会”,并与国家互动以求克服因劳动力、土地、货币等生产要素的商品化而产生的对社会的破坏性后果。写于“二战”世界反法西斯战争胜利的前夕,波兰尼乐观地认为,20世纪上半叶世界市场秩序的危机和两次世界大战的灾难已经让人类记住教训,抛弃19世纪建立市场乌托邦的实验。他当时相信,经济自由主义意识形态已经失去了可信性,人们也看到了“自我调节的市场的终结”(Polanyi, 1944:142)。然而,在经历了

二战后的劳资妥协和福利社会以后(在国际上,这表现为社会主义阵营的计划经济和以美国为主导的发达资本主义国家在发展话语下与发展中国家的“南北合作”),经济自由主义以“华盛顿共识”和“新自由主义”全球化的形式在1980和1990年代卷土重来。“新自由主义”全球化的推进与以反“新自由主义全球化”为核心的争取社会正义和生态生存的社会抗争构成了20世纪末和21世纪初新的“双向运动”(Silver and Arrighi,2002)。

中国所独有的社会状况是,改革名义下市场关系的确立和资本积累的客观过程、急速阶层分化的后果和社会文化的断裂,是在建设“社会主义市场经济”的政治和意识形态框架内进行的。更加非同一般的是,这一过程是被在社会主义意识形态所强调的平等、社会正义以及抗争的正当性等思想教育下成长起来的社会主体所亲历与体验的(Zhao,2008a;in press)。中国民众长期擅长于解读媒体“字里行间”的意义。虽然主流舆论导向谨慎处理有关“群体事件”的新闻传播,“稳定压倒一切”更是媒体最重要的政治底线,但是,中国不同社会阶层在他们的日常生活中仍感受到尖锐的阶级冲突意识(李培林等,2005:171)。如《社会冲突与阶级意识》一书所示,79.1%的被调查者感受到资本和劳工之间不同程度的冲突,78.1%感受到干群之间的冲突,75.8%感受到富人与穷人之间的冲突。而且,那些将自己界定为社会阶级结构的高层或者底层的人群,更倾向于认知上述社会冲突的严重性。更引人关注的是,研究者们不仅发现社会中存在“富人和穷人之间明显的相互敌意”(李培林等,2005:171),而且发现“那些将自己界定为社会结构高层的绝大多数不愿意承担帮助穷人的责任”(174—195),这些人中的将近一半反对增加税收以缓解贫困,从而缓和贫富矛盾。考虑到该调查的城市倾向性(这次调查是在大城市和省会城市的少数人群中进行的,排斥了居住在小城市和农村的绝大多数人口),我们可以推断,事实上阶级分化和对抗意识应该尖锐得多。

当然,如孙皖宁(Sun,2002)和我在本书许多章节所示,在全球化时代,社会身份认同的建构有了跨国流动性。在我所居住的温哥华,在穿梭于中国和加拿大的一些跨国华人商业人士聚会上,在酒过三巡之后的闲谈中,这些“弹性公民权”(flexible citizenship, Ong,1999)的持有者们对底层民众的蔑视态度,对底层社会成员对权贵阶层的敌意的认知,对民主的反感和对以威权来统治“低素质”人口的政治选择的理所当然的赞同令我这个致力于传播与民主关系问题研究的学者瞠目结舌。我实在不愿意自己是一个满脑子意识形态概念的学者,但作为一个有反思能力的社会主体,这些真实的日常“切身体验”(lived experience)使我不得不承认,“阶级”和“阶级意识”这样的词汇没有“受众”和“话语”这样的词汇符合主流学科话语,但是,也许它们还真的具有社会分析的价值。我们不能因为这套话语有其过去复杂而沉重的历史包袱就将其丢弃。毕竟,任何一种社会理论和分析话语不仅要在学理上自圆其说,还应有理解和解释日常生活与体验的功效。事实上,正是权贵阶层中部分成员的骄横和底层社会成员对社会阶级分化和不公正所具有的高度敏感,才能解释从2003年的“宝马事件”和2004年的“万州事件”到2008年的“瓮安事件”等一系列突发性“群体事件”。

所以,虽然主流传播渠道在传递社会最底层声音方面有其局限,它们其实也没能很好地完成掩盖社会冲突的任务。当中央电视台把中国社会各阶层以中华民族大家庭成员的同质性来呼认,在2006年春节联欢晚会关于农民工题材的小品中为了在意识形态上缝合城乡断裂而矫情地让乡下人称呼城里人——也就是他们的雇主为“兄弟”之时,“现实的严峻和这种‘政治正确性’的意识形态之间存在着”的“无法弥补的反差”(吕新雨2006:14)对于中国观众来说是心知肚明的。尽管如此,中国传播系统在遏制社会冲突,防止不同社会保护势力的融合与不同运动的媒体表达及其话语的“勾连”方面所起的作用不可低估。中国的社会保护运动多数都是自发性的、小规模、地方性和彼此孤立的。它们缺乏内在的意识形态和组织上的互相链接。因为不同社会群体面对不同的困境,所以他们用以表述各自的不平和社会正义要求的特定术语不容易超越阶层和阶级、地区、性别、民族和教育程度等障碍而形成社会运动合力(Perry and Selden,2003)。不可否认,中国的保护性社会运动以分散和不协调的形式进行的部分原因正是“正确舆论导向”持续努力的结果。传播以及精英和大众话语之间的不同“勾连”动态在促进或阻止有组织的社会运动的形成过程中起着关键作用。

公共领域还是社会钳制政治?公共性与阶级性的历史辩证关系

中国从计划经济到市场经济的转型是以国家与社会同时渐进演变为特点的。作为这一过程的重要组成部分,公共传播结构与话语的内容和性质也被重新界定。一方面,政治、经济和知识精英之间的融合开始形成,并在对“稳定”,也即对源于社会底层的抗争因素进行控制的需求中,结成策略联盟。知识分子圈中的精英意见通过一些体制内机构被吸纳,精英利益通过被认可的社会团体和利益诉求渠道而被包容。在媒体领域,随着传播渠道的增多和传播权力重要性的加强,一些社会阶层和阶级已经开始通过新的传播途径来传递他们的声音,从而使政府政策向有利于他们的方向倾斜。新形成的“弱势群体”虽然也在“孙志刚事件”等语境中成为媒体的关注对象,他们在言论表达方面的扩展机会仍相对较少。

在这种情况下,设想一个超阶级的“公共领域”会不会出现或者证明其是否已“部分”出现远不如分析公共传播的具体结构以及它与国家和不同社会力量之间的相互构建关系有现实意义。同时,对“公共领域”概念的去历史化和物化(reification)有可能掩饰社会 and 话语领域的不平等权力关系和冲突,使学术成为新的权力精英构建新的社会统治形式的高雅装饰。

正如女性主义哲学家弗雷泽(Nancy Fraser,1992)所指出,尽管宣称其公共性和可接近性(accessibility),西方资产阶级公共领域构成过程的一部分便是“排斥”。这些排斥发生在性别、阶级和种族等层面。引用 Geoff Eley(1992)的观点,弗雷泽注意到,那些作为

西欧资产阶级公共领域基础的俱乐部和自愿协会网络并不是对每个人开放的。“相反地,那里是资产阶级男人阶层的操练场和最终的权力基础,这个阶层已经把自己看成是一个‘普遍阶级’并准备声称由他们进行统治的合适性”(1992:114)。所以,对特定的公民社会文化和与之相关的公共领域的阐述必然牵涉到资产阶级的阶级形成过程。在中国,如上文提到的媒体对“郎咸平风波”的报道所昭示,在市场秩序的建立中,一部分工人不仅在物质上被剥夺了,而且被排斥在媒体话语之外。郎咸平只有一位,而抗争产权改革的工人成千上万,甚至有商业化媒体本应乐于报道的“新闻事件”和相关有“新闻价值”的资料,为什么有“郎咸平风波”,而没有有关“工人阶级反私有化风暴”的报道,哪怕是十分“客观”的报道?这难道是可以被任何有心构建中国传媒与“公民社会”互动和市场化与民主化关系的学者所忽略的吗?如此形成的“公民社会”,如汪晖(2006)所言,

不可能提供任何民主的前提,原因很简单:以剥夺工人阶级的基本权利为前提的这一所谓“市民社会”只能是新型社会专制的历史基础。在原先的社会主义国家,经过革命后的社会改造,工人阶级的地位有了大幅度提高;通过把这个阶层重新打入“弱势群体”来营造所谓“市民社会”或“中产阶级”的方式,等同于在对这个阶级实行管制的前提下进行社会改造,其残酷性是令人深思的。从历史的角度看,计划经济与市场经济均存在导向专制主义的可能性;在当代条件下,经济自由主义扭曲了中国现代经济的历史、垄断了对于极权主义的论述,它所创造的是一种精心结构的思想专制。

弗雷泽指出,新的历史研究不仅揭示了资产阶级公共领域的排他性,而且注意到了它与其他公共群体,如民族主义公共群体、农民公共群体、精英女性公共群体和工人阶级公共群体之间的冲突。这些被弗雷泽称之为“底层反向公共群体”(subaltern counter-publics)从一开始就与资产阶级公共领域的排他性规范相对立。所以,“资产阶级公共领域的出现本来就不应孤立地仅仅被界定为反对专制主义和传统权威的斗争,而是……同时涉及到钳制大众的问题。公共领域一直是在冲突中被构建”(Fraser, 1992: 116, 引用 Geoff Eley, 1992)。出于这个原因,人们不应该再假设资产阶级公共领域概念只是一个没有实现的乌托邦式的理想,而应该认识到,它是从主要建立在对强权臣服基础上的政治统治到建立以共识为基础、以一定强制手段为补充的统治的历史转型的主要制度机制。

尽管这样,弗雷泽并没有把公共领域作为一个资产阶级统治意识形态建构而完全摒弃,而是对哈贝马斯概念中四个有问题的前提进行了质疑,并以此作为她建构“后资产阶级”民主公共领域的基础。

第一,由于“‘括出’不平等地位是不可能的,所以,一个充分的公共领域概念不仅仅是括出,而是需要对社会不平等的消除”(Fraser, 1992: 136)。因为自由市场资本主义不会导致社会经济的平等,某种政治管理下的经济重组和重新分配以达到参与性平等就有

了必要性。因此,把经济问题“私有化”,并把它列入国家干预范围之外的种种努力,“是阻碍而不是促进建立在公共领域概念之上的充分、自由的讨论”(Fraser,1992:133)。依循这一逻辑,新自由主义的经济议程与民主公共领域的发展是对立的。这是因为,

市场扩张过程所导致的经济不平等总是密切地联系着政治、经济、文化和其他领域的不平等,从而争取自由的斗争必然同时是争取社会平等的斗争;那种将平等诉求与自由诉求完全对立起来的论述方式必须加以拒绝。其次,对于垄断的和支配性的市场暴政的反抗不能简单地等同于“反市场的”斗争,“市场暴政”密切地联系着特定的政治权力体系和政策取向,从而这一社会斗争本身必然同时包含争取公平竞争、经济民主和政治权利的因素。经济的运行总是镶嵌在政治、文化和其他社会条件之中,争取市场公平竞争的条件并不能简单地等同于摆脱国家、社会和法律的调节机制,恰恰相反,市场条件的完善是以改革、限制和扩展这些制度以创造公平交往的社会条件为前提的。在这个意义上,不是国家退出,而是如何以民主和法制的机制阻止国家成为国内垄断和跨国垄断的保护者,构成了问题的关键环节。我把围绕着这些取向的各种理论探索概括为一种关于市场的民主制度的思考,一种关于社会发展而不是单纯的经济发展的思考。也只有在这个框架内,争取经济正义的斗争才能与争取社会公正和政治民主的斗争,以及对不同的发展模式的探讨,联系起来。(汪晖,2006)

第二,对于一个分层的社会来说,较为理想的状况是培育多种多样相互竞争的多元公共领域复合体,从而把公共领域理解为一个“不同公共群体之间的文化和意识形态争鸣和谈判的结构性设置”(Fraser,1992:125,引用 Geoff Eley,1992)。这一思想一方面强调了利益和背景的多样性,同时又假设了公共话语之间互动与对话的可能性。

第三,公共领域必须包括那些被资产阶级男性意识形态界定为“私人的”和不被承认的利益和议题。这里涉及经济领域的“私有”产权和包括丈夫虐待妻子在内的“私人”和“家事”问题。我们也应该重新考虑生产资料公有制的必要性和实现形式(国家、甚至是事实上的官僚集团所有并不是公有制的唯一形式,更毋宁说是股票市场上事实上的私有制),和经济领域包括工作场所的民主的必要性和可能性。由此可以得出结论,处于政治经济文化领域中心地带的媒体所有制问题和作为工作场所的媒体组织内部的民主管理问题变得极其重要。

最后,弗雷泽认为,一个民主的公共领域必须允许强势和弱势公共群体的存在。同时,它不必以国家和市民社会的决然分离为先决条件(有关自由主义学者在这点上的相同观点,见 Schudson,1994)。

弗雷泽有关资产阶级公共领域的批评不只是旨在展示晚期资本主义社会事实存在的民主形式的局限性,也是为了提醒“世界其他地区的人们,避免闷着头安装它”(1992:137)。弗雷泽的分析对中国既有理论上的意义也有现实上的针对性。她有关资产阶级

公共领域的排斥性以及与其他公共群体之间对立关系的分析,无疑有助于我们审视正在中国出现的新富阶层和他们的有机知识分子希望建立他们对中国社会的霸权统治的任何普世宣称。当然,中国的特定情形是,一个曾声称代表不同的反帝反殖和反资公共群体或“底层公共群体”——农民、工人、女性、少数民族群体和第三世界民族主义——的国家政权,却同时又努力与跨国资本合作并正培育着一个本国资产阶级并宣称也代表它。而对于与孕育它的政权有血缘关系的中国资产阶级来说,中国国家形成和转型过程中的矛盾性和中国社会的权力平衡关系以及不断升级的底层社会抗争现实意味着依靠国家机器钳制社会抗争力量远比反对国家威权拥有更多政治重要性。如吕新雨和我在一次学术对话中谈及,公共性与阶级代表性之间存在着辩证历史关系。在讨论中国媒体公共性的重构时,我们不能对中国媒体在建制时的无产阶级公共性宣称持历史虚无主义态度,同时又把哈贝马斯名言作为“历史范畴”的“公共领域”作为一个普遍理想来追求,有意无意把这个概念前面的定语“资产阶级”隐去,仿佛这个公共领域的主体就是媒体人和他们所赋予话语权的“公共知识分子”与专家学者,最多包括被认为是中国民主化主体的“中产阶级”(吕新雨,赵月枝,2010:17)。

事实上,无论是哈贝马斯原初的公共领域概念还是弗雷泽重构的多元公共领域都有其西方现代工业社会的特定语境。如黄宗智(Philip Huang,1993:222)所言,“当我们以分散的农村地方社区来代替哈贝马斯统一的城市公共领域的时候……这一概念还剩下什么存在的正当理由呢?”此外,虽然弗雷泽重构的多元公共领域概念有助于我们审视中国话语体系与现存和潜在的底层公共群体的关系,但这一观念却没有给我们提供建立底层公共领域的有效解决办法。

所以,中国背景下的“去西方化媒体研究”(Curran and Park,2000)不仅要求认识到中国传播系统中政府与社会的不同,而且要求关注中国社会与西方社会不同的国家及社会间的互动方式。如本书第13章有关中国“入世”的报道所示,媒体中不少有“科学”色彩的受众和公众舆论调查,往往以城市家庭人口为抽样基础,这就前提性地排斥了大多数生活在城市的流动人口,更遑论仍占人口大多数的农民了。如何把源于美国这样一个大学生远多于农民的国家的媒体研究议程和方法运用到中国的确不是一个简单的问题。

颇有些匪夷所思的是,尽管有理论局限性和冷战社会科学色彩,美国主流传播研究中的现代化范式的遗产之一就是对于农民的关注——尽管那是施拉姆(1964)笔下的保守和没有进取心的、但是可以通过大众媒体动员起来的作为现代化人力资源的农民。不幸的是,传播研究从现代化范式到民主化范式的转换和西方中心主义的定式导致了一个被以城市为基础的诸如“公民社会”和“公共领域”概念范畴所主导的研究议程。然而,任何将人口中的大多数排斥在外的“公共领域”讨论都是不充分的。同样,在国际传播领域,正如本书第16章和第17章有关世界信息社会峰会的分析表明,“公民社会”在世界不同地区的不同含义和不平衡发展决定了在世界传播政策领域不同社会的不平等参与。

国家、资本和社会如何在“多利益主体主义”(multistakeholderism)的新全球传播政策体制中更有效地发挥作用,成了富有挑战性的问题。

最后,本书最后一章还将进一步论及,诸如“公民社会”和“公共领域”这样的概念并不只是社会政治范畴。在哈贝马斯的理论建构中,这些概念还有道德和文化层面上的意义。它们不仅只涉及社会和政治组织,而且也涉及人类学意义上的文化和“生活方式”。在中国,这样的理解有助于人们发现20世纪80年代以来由一些“新启蒙”自由主义者推动的现代化、理性和世俗化工程在意义和文化层面的狭隘性。虽然一些社会群体开始从宗教和类宗教等意义体系中寻求自己的文化认同和个体的精神满足,并因此使中国国内外的阶层政治与意义和认同政治的关系更加复杂化,美国实证主义和传统马克思主义的双重理论遗产的影响意味着,许多传播研究者仍没有理解意义和认同的重要性,并且将一切与现代工具理性不吻合的东西都斥为前现代的“封建迷信”或者理解为盲目个人崇拜。而西方自由主义意识形态在民族认同问题上的偏差又使许多学者对中国近年正在强化的大众民族主义感到担忧甚至恐惧。我们可以争论这些认同和情感(affective)因素的强度和特定政治文化指向,但更进一步的现代化和全球经济融合并不能取消人们对集体归属感和“群社记忆”的需要,因为正是这种归属感和记忆让人们感知他们的历史、他们在世界中的位置,以及他们的未来。而这也正是加拿大传播学者英尼斯(Harold Innis, 1951)对传播中的时间与空间维度的研究和他对现代传播技术的空间倾向性的批判的精髓所在(赵月枝, 2005)。正如许多传播学者(包括对民族认同问题因欧盟这样新的超国家治理形式的形成而有了新的敏感的主流欧洲学者)所认识到的,有必要“认识到集体归属感和社会凝聚力的情感面向的重要性”(Schlesinger, 1999: 270; 2001)。正是在这个意义上,本书第9章提出民主化不仅是一个政治问题,而且是一个文化进程,提出媒体在比提供政治信息更为广泛的身份认同形成过程中的作用问题。

正如弗雷泽对哈贝马斯原初理论建构前提的批评开启了建构“后资产阶级”公共领域的可能性一样,对公共领域少些狭隘的理性主义解释和多些文化意义和整个生活层面的理解会开启建构非西方公共领域和另类民主生活形式的可能性。这里,我想回到我在本章前面提到的观点上,那就是,那些期望在中国建立西方自由民主模式的人们缺乏世界体系理论和充分的全球视角。很有必要提醒我们自己,社会转型和媒体民主化不仅仅是非西方国家人民任重道远的追求。如本书第二部分和第四部分的许多章节所示,近十几年以来不断涌现的在西方和国际层面的媒体民主化理论和西方社会媒体改革运动的兴起已经证明,媒体改革和传播的民主化,或者退一步讲,维系民主,在西方正变得越来越迫切。传播民主化已经成为全球性问题。因此,毫不奇怪,哈贝马斯(1996: 373—374)在他的后期著作里将公共领域描述为“一个高度复杂的网络,扩展到多面向、相互重叠的国际、国内、区域、本地和亚文化的角斗场中”。

不同民族国家内部公共领域的性质与全球化的深入密切相连。比如,正是美国媒体对北约轰炸贝尔格莱德中国大使馆一边倒的新闻报道,以及将叶利钦对俄罗斯国会的攻

击描述为民主行动的新闻框架,为中国主流媒体提供了口诛笔伐美国新闻自由的虚伪性和局限性的机会。类似地,在反对给中国最惠国待遇的政治和媒体动员中,美国右翼共和党人士和主流劳工组织所结成的政治联盟表现出的反共、种族歧视和帝国的话语倾向,从反面强化了中国的主流民族主义话语,使中国政府和主流意识形态把“入世”和主办2008年奥运会这两个与全球体系融合的标志性工程作为全民族的事业来庆贺。而西方媒体2008年春对奥运火炬接力和西藏“3·14”事件的报道又为中国媒体和网民认识西方媒体的“客观性体制”局限和强化民族主义情绪进一步提供了机会(赵月枝,2008)。全球化传播的含义和新传播技术的社会意义,都需要放在国家边界内外的具体互动中来理解,放在国际国内社会分层的背景下来理解,放在不同层次的话语吸纳和排斥模式中理解。

结论

总之,构建一个全面和综合的跨文化政治经济学框架来分析全球化语境中的传播与权力关系需要涉及如下方面:

第一,避免媒体中心论和传播本质化,避免把诸如国家、市场、社会、自由民主、公共领域、阶级、权力、意识形态等重要概念脸谱化、去历史化和庸俗化。它要求对中国社会中国家和市场形成的特定历史过程有深刻、全面和从全球视角的理解,在以民族国家为分析单位的同时警惕方法论民族主义的陷阱。尤其需要强调的是,当代中国是一个在民族独立和社会主义革命中锻造过的,曾经拥有普遍的权力宣称的现代国家,而不是一个简单的西欧资产阶级所反对的君主专制国家。这个国家一方面无法抛弃其社会主义意识形态遗产,一方面在全球资本主义时代和一个不平衡的国际权力结构的束缚下追求以市场为导向的社会发展。

第二,必须超越一系列受自由主义和新自由主义意识形态影响的伪二元逻辑。这些伪二元逻辑掩盖了中国国家和市场之间、国家和各种社会力量之间、市场与不同社会阶层之间的复杂构建和链接关系。更为重要的是,有关传播与社会的研究需要理解“社会主义市场经济”语境下中国的阶层形成和社会分化过程,以及已经和正在发生变革的国家仍是各种社会冲突的容器和纷争的场域这一事实。虽然“公民社会”和“公共领域”概念具有现实的吸引力,有关它们在中国语境中的讨论有必要考虑这样两个因素:世界体系中具体的社会权力结构以及中国国家的社会主义意识形态遗产。在高度全球化的信息资本主义时期,在这样一个发展极端不平衡而且至少有一半人口还生活在农村的社会里,在这样一个以代表工人和农民等底层“公共群体”为其历史合法性基础的政党领导的革命后国家,一个被自由主义意识形态理想化了的、让一些人满怀期待的(资产阶级)公共领域也许有因其先天发育不全而(再次)夭折的可能。从现实的角度,如果(资产阶级)

公共领域在西欧形成的本意就包含着既要反抗来自上面的政治威权又要钳制来自底层的大众抵抗的双重过程的话,那么,当今中国社会力量的平衡关系状况意味着,中国各方面的精英可能在钳制来自底层社会压力的共同事业中结成联盟。当然,如我在本书第10章所论,这不排斥某些政治权力个体和部门与部分知识分子——一个被布尔迪厄(Bourdieu, 1998a)恰如其分地称为统治阶层中的被统治者阶层——之间的冲突。有时,这种冲突会相当明显(Zhao, 2008a)。但是,忽视、低估社会分化,把抽象的全称“社会”概念和单一的、理想化了的“公共领域”概念与被去历史化和脸谱化了的“国家”概念相对立的分析框架,要么是“理论的贫困”的表现,要么是有意自欺欺人。更重要的是,这种理论努力有可能是为了掩盖新兴社会权力主体的霸权意图而把自己呈现为普遍阶级(universal class)的意识形态努力的一部分。

第三,传播研究的广泛、更全面的视角要求克服多数公共领域争论中的理性主义和认知主义偏向而关注身份与认同问题,尤其是至关重要的民族认同问题,也要求克服政治经济和文化研究之间存在的认识论、方法论和分析重心上的分野。同时,还需要通过对国家边界之内、之间和之外的复杂互动的分析,来强调理解社会分层过程、统治和抗争的结构,以及全球人口、经济、文化流动中的动态发展。如我在本书的第四部分所展示,这将开启构建新的生活方式和新的民主形式的可能性,也将开启在全球背景下构想人类传播新视野的可能性——这种传播研究关注人类在全球社会和一个由于资本主义和消费文化的扩张而导致生态恶化的情况下对共同生存的追求过程。我们需要警惕以革命的名义施暴和在推翻一种统治权力关系后建立新的、也许更有压迫性的权力,也要拒绝因把权力和意识形态概念绝对化和庸俗化而导致的犬儒主义和相对主义的诱惑。同时,我们也不应抛弃不同社会历史背景下的革命话语所隐含的被布尔迪厄(1998b)称之为“合理的乌托邦”(reasoned utopia)的内核,无论它是法国革命、美国革命,还是俄国革命、中国革命,或古巴革命。

第四,在价值层面,要超越对“国家专制”和“资本主义剥削”的条件反射式的人文主义负面批评,而去分析国家、资本的不同赋权和社会压制本质及其表现形式,以及它们作为权力的不同维度在具体历史和社会背景下与不同社会力量的文化传播需求进行的具体链接。这样做,其目的是为了在更深远的意义上坚持人文主义精神。如莫尔(Barrington Moore Jr.)所指出,资本主义和现代化工程的发展或者“进步”,无可避免地造成了大规模的人类灾难。莫尔敏锐察觉到,“值得记住的是,没有证据证明任何地方的民众曾经向往一个工业化社会,但有很多相反的证据。说到底,所有形式的工业化都是由冷血的少数推动的自上而下的革命”(1993: 506)。莫尔的评论者弗雷德曼(Edward Friedman)和斯加特(James Scott)接着指出:“如果这将继续成为事实——很难让人理解为什么这一不良的现实会突然消失——那么,人们必须警觉那些许愿天堂就在市场经济和议会政治里的人们,而必须诘问在任何转型时期是谁在承受着痛苦”(1993: xii)。可以说,经济全球化和传播领域的技术发展过程,已经同时加剧了这种许愿的吸

引力及其带来的痛苦。

显然,我在这里讨论的宏观理论框架和阐述的基本理论与方法论出发点不同于其他许多分析。比如,在国外,林奇就认为,“中国文化”持续重构过程中内在控制力的“丧失”,是中国“为了财富和实力而必须付出的代价”(1999:201)。在国内,在1990年代,王山以德国汉学家的名义发表过为了所谓的“民族大义”某一阶级必须被牺牲的言论,被称为充满“霸气、血腥气”的反民主的“超人政治”言论(王蒙,1998)。在新世纪初的“郎咸平风波”中,时任《北京青年报》社评部主任的张天蔚(2004)对“主流”新自由主义经济学家的集体政治姿态和社会传播策略的如下阐述也颇令人深思:

尽管中国社会发展到今天,有些积累下来的矛盾已经很难遮掩,但“遮,还是不遮”,却依然是颇费思量的艰难选择。主流经济学家当然是“遮掩派”的骨干。……面对当前的现实,他们对自己当初不遗余力的主张也未必没有怀疑。但经济学家是深谙路径与成本计算的。……尽管可能付出代价,比如一代人——当然不包括经济学家自己——的幸福,但只要埋头冲过去,前面就是美好的秩序:产权清晰、交易公平、司法公正、社会和谐。而能够“冲过去”的前提,是在这个过程中注定成为“代价”的那些人,最好能在浑然不觉中被“付”出去。在主流经济学家的计算中,这是在已经形成的路径依赖约束下,中国走向辉煌未来“成本”最小的选择。

然而,中国的改革精英们不得不在推进经济自由主义意识形态过程中面对那些作为“代价”的社会主体的知觉和感受。这些某些精英们认为必须被牺牲掉的人们不但发出了痛苦的呻吟,而且想方设法传播他们的声音和他们为生存而进行抗争的呐喊。动物在以弱肉强食为自然原则的丛林中遭到攻击和威胁时尚且有自我保护的本能,何况在18世纪就呼出自由、平等、博爱口号的人类?更何况又在上个世纪经历了反剥削和反压迫社会革命的中国民众?2010年春,多名富士康工人不堪生活压迫之重而连续跳楼自杀的新闻震惊中外。此前,少数绝望的个体,在争取自己正当的权益无果而且在人格上受到强势权力的侮辱之后,行凶杀人,以自己的暴力报复制造出了一起起有关刑法框架内的罪与罚、法律公正和社会正义的“公共传播事件”。这反映了部分社会话语主体对社会正义和个体尊严的强烈渴求和对扩大社会话语空间的热切呼唤(Zhao,2008a)。行凶杀人固然罪不可赦,但这些原本是体制中的“弱者”最后以身试法、成为杀人犯的行为昭示,没有社会公正,就没有社会和谐;而没有政治意愿表达的民主化和传播领域普遍权利的实现,则很难实现社会公正。

如我在本章开篇所言,在我所试图构建的跨文化传播政治经济分析框架内,权力问题是核心。就其终极关怀而言,这一理论框架的归宿不是“中国”、“中国文化”、“民族大义”和“中国走向辉煌未来”等高度意识形态化了的抽象全称概念和总体性社会工程,而是特定社会群体、特定时空和社会关系中作为社会主体的个人和群体,以及他们作为中

国社会的不同构成之间活生生的生活体验和社会关系。毕竟,不是抽象的传播过程,也不是被物化的传播制度,而是社会传播,即不同社会权力主体之间的传播关系,也即人与人之间的社会关系和人类学意义上的文化,也即整个生活方式,才应该是新闻与文化传播研究的主旨。

第二编

帝国时代的世界传播

第 4 章

挑战主导叙事:海湾战争中的和平抗议与美国报章的意见/社论话语

罗伯特·哈克特 赵月枝

倘若新闻是制度化理解这个世界的一种方式,那么,政治危机就是让这个世界摆脱庸常、真相乍现的瞬间。本章分析了1991年美国对伊拉克的海湾战争这一政治危机中美国报界的新闻话语,尤其是意见/社论部分。相当数量的学术文章已经从不同理论和政治视角对美国媒体在海湾战争中的角色做了研究(见 Graduate School of Journalism, 1991; LaMay et al., 1991; Kellner, 1992; Mowlana et al., 1992; Smith, 1992)。但是与以前大多数关于媒体和海湾战争的研究不同,本章关注的不是报纸如何处理中东冲突,而是侧重于它们如何呈现“国内前线”的反战抗议。

在简要说明本章的研究范畴和方法之后,我们讨论了美国报纸报道反战抗议示威所运用的主导性解释“框架”。我们也考察了报纸如何处理和平运动内部的不同声音。最后,我们将这些对解释框架的分析与根植于文化之中的意识形态假设联系在一起:这些意识形态形成了一个关于美国战争体验的主导叙事(a master narrative)。

研究方法 和 范畴

本研究主要基于纽约大学战争研究中心所提供的报刊剪报文档。这个文档包括了对海湾战争的抗议、反对和示威等内容在内共计1471篇文章,这些文章来自于对37个州573家报纸的剪报,从小镇的周报到大中城市的日报都包括其中,其体裁有新闻报道、特写、读者来信和社论,其中大部分(96.1%)发表于1991年1月15日(联合国设定的伊拉克从科威特撤军的最后期限)至同年1月31日(那时国内抗议开始减少)之间。

本研究分析了美国中小型报纸的报道,它们远离全国电视网络,以及那些在大众和学者眼里代表“媒体”的精英日报。正如地方电视台与全国电视网对海湾战争的报道截

然不同(Hallin and Gitlin, 1992)一般,植根于社区而资源有限的地方报纸可能会提供一种独特的新闻运作方式。

虽然这个文档并非严格统计意义上的美国报纸报道的样本,但它定格了种类繁多、总发行量达到 2850 万的报纸在海湾战争爆发后关键性的前几周内如何描绘反战的不同意见。鉴于本研究的目的,这里并不存在系统性的抽样误差(更为详细的方法说明见 Hackett, 1993:16—18)。

在以下几个部分,我们勾勒了各种主导性框架和对于反战论争、行动和发言者的等级化结构处理。我们对文档中 667 则新闻报道的标题(根据新闻主角和活动进行编码)和一个 70 条新闻的样本(根据引用来源、提及人物、反战声明或论点来编码)做了内容分析。不过,我们把注意力主要放在每个框架显示的语言学特征上,而这些特征清楚地体现在从文档 312 篇意见/社论文章中挑选出的范例中,它包括典型主题和论点、等式和对立、历史性和其他类型的隐喻、隐含的现实判断、总体基调和对词汇句法的选择,如主动与被动语态的对立等。这样的研究步骤既节省了时间精力,又能对文档做详尽全面的评述。最后,1991 年秋我们在纽约和华盛顿地区采访了政府与军队官员、都市地区和全国性新闻媒体记者以及主要和平组织的代表。本分析也得益于这些访谈。

解读抗议:主导性新闻框架

在吉特林(Todd Gitlin)对 20 世纪 60 年代媒体和学生抗议运动的经典研究中,他得出结论:新闻报道受制于含蓄的(没有说出的和没有被承认的)“框架”——“认知、解释和表达的连贯模式,是筛选、强调和排除新闻报道的过程,同时也是事件操纵者组织言论的过程”(2007 中文:14)。这些模式的必要性与新闻制造过程内在的选择性相关联:

媒体是移动的聚光灯,而不是被动地反映社会的镜子,选择是它们活动的工具。一篇新闻报道采用某一形式,但对其内容有所抛弃或不予重视,这是不足为取的。一篇报道就是一个选择,是一种看待事情的方式,也就是展示观点的方式(吉特林,2007 中文版:26)。

20 世纪 60 年代中期,新闻媒体总是将反越战抗议放在这样的框架里:它们是对海外战争胜利目标和国内法律秩序的非非法威胁。媒体报道对暴力、共产主义和飘扬在示威地点的“越共”旗帜等话题的强调,有助于建构如下形象:这些运动偏离常轨并具有威胁性。吉特林论述道,这些新闻故事的原型是犯罪故事,“按照常规,反动活动都会毋庸置疑地被看成犯罪活动”(2007 中文版:8)。

在越南遭遇彻底失败的一代之后,什么样的框架被用于 20 世纪 90 年代的反战抗议? 泛言之,海湾战争期间没有一种解释主导着美国报纸。相反,好几种解释性框架同时存在,我们将它们称为“内部敌人”、“边缘怪异”与“合法争议”。

“内部敌人”框架

1. 报纸对“内部敌人”的主题建构

新闻报道包含了很多“内部敌人”框架的示例。这个框架将反战抗议定位成暴力的和/或背叛国家的内部敌人,这些解释性框架的线索可从最具新闻价值的新闻标题中寻得端倪。文档 667 条相关新闻标题中,大约五分之一(19.7%)将不同意见边缘化。异议被展示为法律和秩序的问题:暴力、破坏、象征性地挑战权威与权威部门施加的控制与惩罚。在我们选择的 70 条新闻样本中,公共权威的代表人物频繁出现,46%的新闻中引用了他们的声明,而且他们的声音通常优先于抗议者的言论。大多数海湾战争期间的反对言论表达实际上是合法且和平的,但媒体对暴力的预期至少影响了部分报道,这与以前的研究也保持了一致(Halloran et al., 1970)。

意见/社论版建构了一系列的等式和对立并将反战抗议塑造成内部敌人的角色:

(1) 抗议=叛国。最极端的作者否认战争时期抗议和异议的合法性。抗议等同于叛国。虽然文档所搜集的 35 篇社论中只有少数采取了这种强硬的姿态,但作家专栏与读者来信所体现的立场则毫无保留,如下例子可兹为证:

是到了该给这些人迎头痛击的时候了,早该这样了。布什总统应该调用紧急力量并回顾一个世纪之前的《反叛乱法》。它规定在战争时期任何鼓吹反对意见的言论、出版和写作都为非法。这一次,当我们惩罚海外的敌人时,我们也应该保证国内的敌人也得到应有的惩罚(*Bakersfield Californian*, 2月3日)。

其他没有明确要求合法镇压抗议的作者则希望它们自行消失。例如,一篇社论论述到,尽管反战抗议应该作为民主的一部分被接受,但它是“令人厌恶的”,而一旦美国军队开始为捍卫自由(这个假设用在科威特的“独裁君主制度”上甚为有趣)浴血奋战,“反对战争会变得像战争本身一样丑陋”。

(2) 抗议=暴力的无政府状态/对权威宣战。尽管这个等式没有从原则上否定持有异议的权利,它仍然聚焦反战抗议最为暴力的形式,并将抗议塑造成一种危险的异端行为。这种观点亦明显体现在新闻标题(“旧金山的和平活动者?他们更像暴徒”;“暴力抗议受到谴责”)、新闻主体与意见/社论上。在意见/社论中,最引人注目的是这样的行为:堵塞高速公路和桥梁,占领政府大楼,毁坏财产和焚烧汽车。暴力成了一些社论主题的重要组成部分。作为意见主要形式的读者来信的关注点则更有选择性。一封来信对示威不予理会,将其称为“只是反美国的无政府行为”。另一封来信说“从他们(抗议者)身上什么都看不到,只看到暴力”。由于很多作者不愿意给抗议者冠以和平这个概念,于是他们将“和平运动”和“和平示威”这样的字眼打上引号,使其具有怀疑和保持距离的效果。

一些文章进一步将和平抗议等同于战争本身。一位读者指责抗议者“制造与权威机构的战争”，而6名大学生在停车场进行的抗议活动使另一读者愤怒不已：“人们会认为这是沙漠风暴的延伸”。有一读者竟然说“这些抗议活动中伤者数量比战争中的还多”！这样，对现实关系令人震惊的倒置处理手法已经在不知不觉中完成：当真正战争的血迹通过委婉化、隐喻和选择性的想象在新闻话语中被抹去，对大屠杀的积极反对则顺理成章地等同于暴力和/或战争。这种等式实际上代替了对可能发生的伊拉克平民伤亡的讨论（仅有13%的新闻报道样本提到这一点）。

(3) 抗议=不责任和损害自由。这个等式的前一部分基于对责任这个词的民族主义的诠释：抗议者应该警惕不要传递出一个分裂国家的讯号，因为这样会导致安慰敌人而削弱美国军队在海湾的士气的后果。等式的第二部分试图把抗议者置于道德上不利的地位（同时支持美国黩武主义），因为他们抗议的自由正是他们（声称）要抗议的人和事所提供并予以保护的。“抗议的权力正是使我们国家伟大的许多事情之一”，一位读者这样写道，“但是很多抗议的人们如今已忘记，我们之所以享有这种自由是因为我们的军事实力和在世界上的领先地位”。他们“想要在牺牲别人的基础上得到和平和自由”，但他们“并不懂得对其所享有的自由权利感激涕零”，因此“让那些给予他们自由”的人心生嫌恶。隐含在这番话里的逻辑潜台词是另外两个值得怀疑的等式：海湾战争=捍卫自由，自由=美国军事实力。

(4) 抗议=民主政治的对立面。在这个等式里，和平运动落在民主政治的架构之外。这个架构被一位特邀专栏作家定义为“通过大多数人自由选举的代表来履行的规则”。既然美国议会已经投票支持军事行动，公开讨论的时间已经过去，所以公民们应该支持战争努力。

这种观点赞颂了美国政治体系既定的优越性，并不假思索地将其与“民主”完全等同起来。依据这个观点，在伊拉克这样的独裁国家里，人们有抗议的理由，而在美国这样已经实现民主的国家中，抗议却是令人怀疑的行动。

2. 意见/社论版的话语/论证策略

(1) 恶意换喻。很多意见/社论文章和新闻报道一样，反战运动中的不同声音被混为一谈，并通常表现为统一一致与单维度的运动。这种混合常常通过有意换喻——用个别来代表一般——的话语策略来实现。比如，将“不要用鲜血换石油”的反战口号等同于整个反战运动的中心论点。另一常见的例子是将抗议中最极端的形式等同于整个运动。或许最惊人的是华盛顿州《每日记事》(Daily Chronicle)的新闻报道，它们完成了一系列的语义跳跃：从挥舞着伊拉克旗帜和烧毁美国国旗的个人，断定抗议者整体上认为伊拉克在道德上高出美国一筹，从将“年轻人”归类为一个整体到暗示文化清洗的必要和对大中小学课程设置的隐含谴责。

(2) “我们”与“他们”二元对立的建构。“内部敌人”的框架当然包含了一种二元对立

的话语结构：“我们”——爱国的美国人和“他们”——危险的抗议者。这种二分法体现在各种内容背景和表现形式当中。作为“他们”的抗议者通常被排除在“美国公民”、“美国人民”、“一般公众”和“普通公民”之外。例如，下面这则社论就以评论的权威语调区分了敌我阵营：“[抗议者占据奥林匹亚大楼]结果，这个州的人民因为那些将立法人员推到一边的抗议者们而遭受侮辱，倍感尴尬，颜面扫地……他们使人民的众议院，包括站在立法者办公桌上都蒙羞”(Centralia, WA, *Daily Chronicle*, 1月17日；着重号为原文所加)。

一位专栏作家在文章开头把他自己与抗议者相对照，然后建立起“我们”和“他们”之间的二元对立：“然后，当战争结束而我们又已经胜利，让他们在和平与胜利的歌声中加入我们和我们的盟友之列——他们无法用勇气或爱国主义来支持这种胜利。当他们歌唱的时候，让他们感受他们的羞耻”(Manteca, CA, *Manteca News*, 1月23日；着重号为原文所加)。

与有意换喻的策略相似，“我们”/“他们”的对立混淆了反战运动中真正的意见分歧、细微差别和一些暧昧的观点。很多和平运动者对海湾战争怀有正负两面的复杂情绪，鉴于此，这种策略有意制造了和平运动者与战争支持者之间不必要的敌对状态。

(3)去人性化的隐喻。“他们”不仅仅被视为敌人，不是“我们”中的一分子，在道德和精神上都低人一等(有些作者称他们为“笨蛋”、“白痴”)，甚至某些意见/评论版隐喻他们丧失人性，称他们为“头脑简单的动物”、“和平的猪”和“步入中年的啮齿类动物”，他们“用脚刨地”，像一股非理性的自然力量一样爆发，他们“突然出现并遍布这个国家”。甚至“那些出于对人类的真爱和对战争的憎恨而谴责战争的少数人”都无法得到救赎的机会：“倘若你和猪一起游行，你也被猪玷污了”。

(4)对历史隐喻的选择性使用。一些文章将抗议等同于二战之前希特勒的绥靖政策。其他文章以越战期间对抗议者“角色可疑”的描述(这种描述理所当然基于一种“来自内部的叛变”的论调，认为国内抗议反而有助于敌方，打击军队士气并削弱政府政策)为依据，以此攻击海湾战争的抗议者们。

(5)建立稻草目标。大多数文章除了抓住那些肤浅、即兴的论点给予批驳之外，都回避反战宣言中的实质内容。上述“不要用鲜血换石油”的口号经常被引用，然后被不屑一顾地驳斥：战争的目的不是石油，而是自由。这种论断缺乏进一步的详尽说明，从而表现了其全盘接受(虽然并非前后一致)官方发动战争的主导性依据。然而另一些人曲解了这个口号，论述说石油确实是“我们生活方式”的基础，因而也值得去为它争斗；此外，“大量石油是为大额消费者服务的”，倘若抗议者是认真的话，他们不应该开车去集会！于是，抗议者被描绘成享受权利和优越生活但又不愿意承担责任的人，从而在道德上被置于不利的境地。

另一个容易受到攻击的话语是和平主义的论点，该论点有时候被作为反战的全部意见(某些情况下，被进一步简化为只是“对和平的多愁善感”)。简单地诉诸历史，这种论点就被轻易驳倒了。下面的这篇社论提供了这种论述策略的示例，尽管它非同寻常地将

战争辩解为和平的前提条件,尽管它是对冷战时期威慑逻辑的延伸:

遍布世界的反战运动似乎和任何地方每一个冲突都成比例。这些运动仿佛暗示我们,其他人都喜欢战争。简直是胡说八道!就像和平是美丽的一样,战争是丑陋的。想要争辩这一点是愚蠢的。但历史告诉我们,在没有战争的地方就没有和平(Mount Ary, NC, *News*, 1月16日)。

(6)暗示邪恶动机和危险后果。虽然没有文章明确论述抗议者想要帮助敌人,但少数文章以暗示的方式,尤其是暗示抗议者高兴看到他们做了对萨达姆有利的事,来达到接近这样一个立场的效果。

的确,虽然抗议针对美国政府的战争政策,却鲜有文章评价过抗议对于战争政策可能造成的影响。它们关注的是抗议对敌人和军队产生的真实和想象的后果,有时纯属夸张。正如我们在下文将看到的那样,邪恶敌人和无辜军队的形象常被用来羞辱抗议者。

3. 微观语义和风格

(a)词汇和句法选择。很多意见和社论文章明确选择名词、动词和形容词,由此将抗议者塑造成“内部敌人”的角色。文章谴责抗议者,并视其为“罪犯”,“叛国者”,“不是美国人”,“不忠诚”,“配不上我们国家所代表的东西”,“试图破坏美国社会结构中每一侧面”,“进行十足、简单的叛国活动”。在一些让人回想起希特勒描述“寄生的”犹太人的词汇中,一位越战老兵描述反战抗议者为“假知识分子”,他们“在这个社会中唯一明显的作用好像是损耗为我们国家诚实勤奋的公民所准备的食物、空气和水”。

句子结构常常将行动和(邪恶)意图归咎于抗议者,而政府要么被描绘成被动反应者,要么其角色完全被隐匿在话语之外。反战集会“制造了敌对冲突”,“使法律官员倍感棘手,而促使他们采取额外的监管和逮捕措施”,同时集会制造了“与权威机构的战争”。这样一来,示威者被认为要为至少涉及两方的活动单方负责。

与此同时,发生在中东的真实战争本身也经常被隐匿在话语之外。一篇社论评价这场战争是“将伊拉克疯子萨达姆驱赶出科威特的行动”,另一篇则认为它是“布什总统为解放科威特所做的努力”。前者完全抹去了行动者;而在后者,战争演变成了总统高尚的个人事业。

通常,这不再是政客布什或战争;而是总统,我们的领袖,国家,我们,我们的军队或我们的男女军人。另一社论干脆把“战争”这个字眼都隐去了。我们进一步来看看它句子中名词、动词和从句的用法:

(1)他们[反战抗议者们]有权表达对于美国卷入中东的看法,不管同意或不同意,不管这些看法可能会多么幼稚、错误和愚蠢。

(2)他们[抗议者]和其他人在进行“和平”抗议的同时堵塞高速公路、占领公共建筑、威胁公共安全和健康并恶意破坏公私财物,这对他们的事业一点都

没有好处。

(3)激进抗议者自以为是地谴责使用暴力来镇压一个挟核武以自重,甚至不惜玉石俱焚的冷血侵略者,这与他们自己在抗议中使用暴力是自相矛盾的。

(4)倘若权威机构不控制这种抗议,它就会发展壮大并严重削弱对我们的男女军人的拥戴,而他们正在中东冒着生命危险反对暴政蔓延(着重号为作者所加)。

在(1)中,战争被委婉地称为“美国卷入中东”。除了泛泛而谈“美国”,这里没有明确的行动者。(3)中“战争”这个字眼依然没有使用,但它通过一个复杂词组而得到描述与定义,而这个词组又进一步被一个从句所修饰,这一切均明显表达了正当化战争的目的。除了“冷血侵略者”侯赛因之外,在谈到战争的时候没有提及任何行动者。(4)中看上去被削弱的不是“战争的努力”,而只是“对我们的男女军人的拥戴”,而他们的行为也通过一个从句被正当化了。另外,与(3)相比,这里的行动者清楚明了又可亲可爱——“我们的男女军人”——他们的行动不是杀戮,而是冒着生命危险的正义之举。可见,这些对战争的指代都是通过名词词组来实现的。通过详细的修饰成分、对行为的删除和明确分配,它们与(2)迥然不同。(2)中塞满了行动导向的动词,而它们与战争和暴力紧紧相连。

(b)断言和夸张的话语。典型的句法结构是直截了当的断言,这说明作者无惧公开他们对抗议者所怀有的敌意。一些聚焦示威后果的标题很能说明问题:

- (1)战争抗议者在帮助敌人和鼓励萨达姆
- (2)好人们无意中给予敌人以帮助和安慰
- (3)抗议者为萨达姆比为和平做得更多
- (4)战争抗议者让萨达姆高兴
- (5)抗议者为军队增加负担

这些标题大多使用现在时态,并缺乏语气助动词,因此具有平铺直叙陈述事实的特点,仿若这些后果都已经产生。一篇社论用以下的句子开头:“当遍及全国的反战抗议者通过行使宪法所赋予他们的权利而做了对萨达姆有利的事情时,民意调查却显示大多数美国人支持布什总统为解放科威特所做的努力”(Las Vegas, NV, *Review Journal & Sun*, 1月19日)。

这里对抗议者帮助敌人的指控包含于一个从句中。在表面句子结构上,这种指控用“通过”(by)这个字将其与行使宪法所赋予的权利这样毫无疑问的事情相联系。但实际上,这两者之间的真正联系非常牵强,可是语法结构却让人觉得句子结构严密、逻辑有力,而且平行的句子结构使得这种指控再一次通过与“民意调查”的事实对照而得到加强。

一位读者竟然问:“难道言论自由赋予了我们宣判死刑的权力吗?”倘若没有语义上

的巨大跳跃,一般读者很难联系这两个对象。另外,作者显然没有想提出问题并寻求答案,答案尽在其中。的确,作者继续表明示威者如何让她愤慨得流泪,她因为“抗议者……帮助杀死每一个我们的男女军人而沉浸在悲哀之中”(Battle Creek, MI, *Enquirer & News*, 1月28日)。这里,时态的使用引人注目。

(c)强烈情感。在斩钉截铁的论述风格之外,不同言论形式共有的另一普遍特征是字里行间强烈的情感。正如我们所谈到的那样,来信中用于形容抗议活动的名词、副词和形容词具有高度评价性。虽然报纸的社论是以机构的声音进行理性反思的一种体裁,但是它们也没能例外。

平行句子结构的频繁使用和反问的对话体也凸现了这些论述的强烈情感内涵:

什么样的冥顽不灵让旧金山湾刁民横行、乌烟瘴气,驱使一大批人如此厌恶我们的政府以至于……将他们的仇恨呕吐在毫无意义的示威当中?

是什么样头脑简单的动物……不能理解中东地区的战争牵扯的不仅仅是石油?

是什么样的白痴男女会传播我们公开敌人的宣传口号而忽视这样一个事实:他们咆哮反对的战争正是他们支持的独裁者所挑起的?(Manteca, CA, *Manteca News*, 1月23日)。

可以说这些感情强烈的言辞已经证明了它们从文明的政治话语降格为非理性的、几乎是部落主义的思考方式。

“边缘怪异”(marginal oddity)框架

1. 意见/社论中边缘化主题

“边缘怪异”的框架与其说将反战抗议表现为叛国、危险与暴力的行径,毋宁说将其列入不相干和边缘化之类,即在美国社会和政治主流之外。这样,反战抗议陷入了偏离社会常轨的深渊(或至少被推到社会边缘地带)。这种“边缘怪异”的解释在形式上勉强承认持异议者的民主权利,但它对反战抗议真正的有效性置之不理,而将其表现为过时或与现实脱节的言论或行动,反映了边缘化或无知人群平庸、感情用事等特征。

新闻标题强调了学生们的参与,正如吉特林在分析美国媒体对1960年代的反越战运动的报道所发现的那样,学生被描述成幼稚、感情用事、不成熟、赶时髦或被宠坏了的群体。这个框架还有其他特定的新闻处理手法,它包括:将抗议运动的组成、服装、动机和行为琐碎化,强调抗议者的年轻和/或容易激动的特性,把反战抗议与挺战集会和/或民意调查相提并论,挪用有关1960年代反战运动的媒体刻板成见。这样一来,新闻框架就顺理成章地将海湾战争期间的抗议活动转化成仿佛仅仅是那个年代的死灰复燃。

与此类似,很多意见/社论文章强调抗议者的年幼无知和不成熟:找借口逃学的小孩无知到甚至不知道伊拉克位于何处,却丝毫没有提及诸如精力充沛、朝气蓬勃、理想主义等与“年轻”相关的其他内涵。同时,更多的注意力放在了虚构的第二个群体即“职业煽动者”或“职业抗议者”身上。这些标签大量出现在专栏文章和读者来信中。当然,它们不是暗示不拿工资的志愿者以及和平组织的低薪雇员是高收入并有社会地位的“专业人士”,而是将和平抗议刻画成是激进分子的“职业性”下意识反应。也就是说,这些人处于社会边缘为了抗议而抗议,不由自主地对美国持消极态度。这些文章往往以少数活动分子而非抗议群众为行动主体来描述反战抗议。有一封来信明确表达了这种视角。它认为,示威“反映的并非普遍的不满情绪,而是有组织的、发展了20多年的民团似的抗议团体的声音”,这些人怀揣着“蔑视美国及其大部分传统”的心态(*New York Newsday*,1月27日)。

一位专栏作家在一个句子里综合了以上两种刻板成见:“大多数看上去很年轻,中学生多过于大学生,还有少数年长的职业抗议者为这个混合体加入了一点调味品”。

这两种情况都有效地排除了探究反战运动政治与社会依据的必要性:要解释和排斥抗议,仅仅通过边缘化抗议者的身份就能做到。

在社会边缘性的主题上,一批意见/社论作家还不约而同地增加了道德和个性缺陷的主题(将抗议者贴上不真诚、自私、心智不纯和其他种种个性缺陷的标签)。其他人将抗议运动描写成没有实质内容和原则的花架子,由此将其琐碎化。一个栏目的标题为:“要记住,激进主义是时尚,而非一生的承诺”,暗示抗议活跃分子往往会成为民主党的一员,而1960年代的反战影星简·方达(Jane Fonda)正是嫁给了传媒大亨特纳(Ted Turner)!

另一种可能更具破坏性的攻击言辞策略是,将抗议视为平庸和仪式性的活动(被组织过的事件,且“具有消过毒的、人为的痕迹”),与政治无关且不现实。和平活动分子的“政治相关性已经褪色”,一位芝加哥的专栏作家这样写道,“[他们]没有以一种有意义的方式来加入这场至关重要的辩论,而是固执于那些或华而不实或明显虚伪的情绪化己见”。当战争支持者咄咄逼人地声称有“现实”依据时,他们所诉诸的“现实”往往是值得怀疑的断言和未经核对的刻板成见。在一封写给 *Fort Lauderdale Sun-Sentinel* (1月25日)的信中,作者指责抗议者没有面对中东地区的“现实”,即“伊拉克和其他穆斯林国家的公民主要由世俗狂热分子组成,他们与现实生活脱节,并旨在谴责美国价值体系和摧毁以色列”。文章还解释说,这种狂热来自于“他们的暴君对媒体的压制”。与此相反,文章认为,美国媒体则通过“提供给我们尽可能多的信息,让我们形成自己的观点”,从而保障公民的权利。

“内部敌人”和“边缘怪异”这两个框架看上去似乎相互矛盾:前者强调了反战运动的危险和力量,而后者强调了运动的无关紧要 and 脆弱性。但正如吉特林(1980:69)所展示的那样,这两者远非相互排斥,而是“轮流表达了一个更加根本性的观念”:抗议是“越轨的他者(the deviant other)”。事实上,有时候这两个框架融合在一起并同时出现:“说轻

点,示威暴露出缺乏常识和敏感性。说严重点,它们在道德上是不负责任或是有意识地颠覆道德”(Minneapolis, MN, *Star Tribune*, 1月30日)。

2. 专栏中的边缘性建构

为了阐明“边缘怪异”框架的典型修辞特征和微观语义,我们来仔细阅读下面的特写。这篇文章由《巴尔的摩太阳报》(*Baltimore Sun*)副主编所写,并发表于Rochester (NY) *Democrat and Chronicle* (1月21日)。

(1)在巴格达的总统官邸外,伊拉克人忠诚地问候萨达姆·侯塞因,向他鞠躬并亲吻他的手。而在华盛顿行政大厦之外,美国公民们则不那么恭敬。

在“内部敌人”和“边缘怪异”这两个框架中,美国与伊拉克之间的对照屡见不鲜。在其他背景下,这种对照通常用来显示美国制度的优越性,以及将抗议者置于不利政治地位的话语修辞手段:他们应该对生活在美国而不是伊拉克表示感激。而这个例子中的对照则稍微地去政治化了(depolitized):抗议变成了是否对权威表达敬意的问题。这个对照为全文定下基调:抗议不会被认真对待。

(2)这场战争的第一个下午,一小撮郁郁寡欢的美国人在白宫对面的公园里抗议。一些人围在一个年轻人周围,他有节奏地敲打着印第安人的战鼓,而其他一遍又一遍呼喊“美国撤出波斯湾!”

(3)接着他们喊道“派乔治·布什去!派乔治·布什去!”而后叫着“派尼尔·布什去!”另外还有“派丹·奎尔去!”

“郁郁寡欢”这个词将示威者描绘成情绪化的个体。抗议口号成为关注焦点;不断重复使用像“一遍又一遍”这样的词表达了多余、空洞和没有实质内容的感觉。“印第安人的战鼓”则增加了文化上的奇异性。

(4)但今天华盛顿的示威缺乏一样东西,不同于去年大众聚会所拥有的东西。这里没有激情。

今天/去年的对比突出了仪式化的主题,而通过“大众聚会”与(2)中“一小撮”的对比,作者也断定了眼下抗议的小规模。

(5)抗议者中某些人看上去要不仿佛是在时代文化的古窖中埋藏了20年而今重见天日的极品,要不就是从粼粼乱石中一迸而出的石猴妖孽。清仓大甩卖般的服装样式和瘾君子的发型让人想起那些年代及其流行口号:“嘿,嘿,LBJ^①!今天你在战争中又杀死了多少孩子?”

倘若说(4)含蓄地提到了1960年代的抗议并挪用了它们的正面形象(激情、大众聚会),以此来贬损今天的抗议,那么,这里作者开宗明义地使用1960年代的负面刻板印象,将如今的抗议活动置于社会边缘。同时,通过对着装和发式的描写,抗议活动被琐碎

① 美国第36届总统 Lyndon B. Johnson 的简称,任期为1963—1969年。

化。就这样,文章到此完成了对抗议的负面编码,而这一编码框架从越战之后就主导了美国主流政治文化。

(6)有一个停止轰炸的标志过于陈旧,简直可以作为民间收藏品。也有性情淑均的女士们组成的司空见惯的群体,她们的旗帜上写着“女人为和平绝食”,另一旗帜标明“医疗工作者呼唤和平”。

对那个停止轰炸标志的描写同样体现了作者对抗议活动琐碎化的处理方式,而“司空见惯”这个词则加强了这个主题:抗议是机械化而平庸的。但这一段也有新角度,倘若(5)关注示威者的社会边缘性,这里的抗议者则更为主流,而且与“内部敌人”框架相比不具备威胁性。

(7)专职抗议者的骨干分子长年累月住在公园里,睡在路标下并分发抵制核武器的印刷品,他们似乎很高兴能有这些暂时的同伴。当然,他们常常有客来访,因为每当人们公开反对什么东西,他们也喜欢使用这样一个布道台。

在短暂离题去描写淑均的女士们之后,注意力又回到了社会边缘性——“专职”的抗议者,还有“骨干分子”这个字眼。同时,各种不同类型的抗议者被简单地捆绑在一起。

(8)在指定的时间内,通知电视台之后,反战组织者们仍然能够煽动大量人群。在和平重现之前,他们中有些人可能会生气。在那些有意策划的媒体事件之间,也有自发参加的一些人,他们站在对立的双边。

第一句的两个修饰成分再一次凸显了抗议机械、被组织和被导演的特性。选择动词“煽动”而非“集合”或“吸引”,强调了组织者的动员努力,并暗示“大量人群”仅仅是消极反应的,并没有主动性和热情。句法结构也把行动归为组织者。“反战组织者”是句子的主语,倘若主语为“大量人群”,甚至用“有……”的句型(there),意义可能都会有所不同。之前我们遇到“郁郁寡欢”的抗议者,现在,他们在“生气”。如前所述,情绪化是这个框架内部的常见主题。

(9)但并非持有意见的人都跑来反对。这里有一次次的辩论,有些还不错。三个年轻人,也许中学还没毕业,他们遭遇了一位蓄着金胡子、戴着驼绒毛帽子、共和党模样的粗壮汉子的挑战。他说他曾经是 Fort Knox 装甲学校的教师。为了说明观点,他引用了林肯的名言,说敌人不会打到美国心脏,而溃败总是从内部开始。

在聚焦“职业活动家”之后,现在聚光灯再一次挪到另一社会边缘化群体——青年,更具体地说,中学生的身上。令人注意的是,除了开头的那些口号,直到这里都没有提到任何抗议者所传达的讯息。但现在作者介绍了另一方并建构了支持/反对的二元对立,这恰恰是政治冲突新闻报道中基本的组织原则。

另外,与遵循刻板成见来勾勒反战抗议者(尤其在[3],[5]和[7]中)的做法相比,这一单个的反对者被充满敬意地详细描述着——他有头有脸,有主流的职业(军校教员,而不是学生),他的观点得到报道。

在描写了另外两个个体间的交锋之后,这篇文章通过重温抗议者缺乏激情这一主题

来结尾。超然的笔调传达了几乎和蔼可亲的恩赐态度，没有任何感情投入或紧迫感，也没有任何重要性。这篇专栏文章充斥着细枝末节，仿佛作者从“更高”的政治和道德维度上漫不经心地观察着，然后又以同样漫不经心的方式表现出来——这与蕴涵在“内部敌人”框架中的强烈情感形成鲜明对比。毕竟，只有“一小撮”大体上被边缘化和爱激动的人们才会沉浸在不具威胁而又多半仪式化的“稍纵即逝的异想天开”中：他们的“声音可能会穿透总统办公室，但警方没有半分如临大敌的样子”。抗议者不仅被挑战他们的反对者、也被容忍他们的警方层层包裹起来。

“合法争议”框架

“内部敌人”和“边缘怪异”框架并没有毫无争议地支配着报纸报道的整体基调。不少报纸的话语采取了更为“超然”、“平衡”或“中立”的姿态——这符合新闻业传统的自我形象：公开的论坛、社区的镜子或“客观”的观察者。这种构建（它也是一种选择和解释性框架）将抗议运动描绘为社会与政治主流的一部分，而不是犯罪、越轨等现象。这里，报道用的不再是吉特林提及的犯罪故事原型。不过，记者们采用这种构建方法通常不是为了支持反战行为，而是将运动处理为合法争议的一部分。在这个框架里，不同社群有权表达自己的声音。这样的处理在报道中采取了不同的形式：新闻标题（占总数的 26.6%）强调了常规政治活动，譬如守夜行动以及其他合法的、和平的、认真的和理性的反战表达；新闻报道（我们的样本文章中 80% 与抗议内容有关）引用反战者的观点而不是简单描述他们的行为；与 1960 年代抗议的刻板成见相比，报道称赞这次运动更为主流、有秩序、负责任和有组织。

在意见/社论版，报纸通过两个主题将抗议处理为个人意见的合法显现和/或公共政策的争议：

(a) 为持有异议的权利做自由主义辩护。许多意见/社论文章维护表达不同意见的权利，哪怕在战争期间。这些文章呼吁容忍，甚至鼓励抗议：它是公民参与的形式，有助于推进民主并促使政治家们更负责任。下面的标题就可以说明这种立场：“时世艰难时，我们有责任尊重不同的意见”；“公民意见不同，民主才会繁荣”；“人民有合法权利抗议和反对战争”；“持异议者有权被听见”。有些文章对过度压制持异议者和/或政府打击反战抗议的过火行为表示关注。

主要都市日报的编委会大多采纳了这样的原则性自由主义立场。这些社论赞扬抗议者具有克制精神和责任感，他们支持军队（与越战时期形成明显对照），拥有自己的爱国方式，为民主的健康发展做出了贡献。有两篇文章还指出，抗议运动在将来会得到正确评判，“今天的边缘能成为明天的主流”。

可是，对抗议者的权利与真诚态度的赞同并没有延伸到对他们反战立场的支持，当

然更不可能延伸到号召美国人积极反对战争。例如《旧金山观察报》(*San Francisco Examiner*)认为持异议者的权利就是民主的代价,不能因为约束管制持异议者会产生经济负担而否定这种权利,但这张报纸仍然支持布什的海湾政策。

这些社论也没有涉及太多反战抗议的实质内容和合理依据。这种回避通过各种方式得以实现。首先,这些文章通常站在更高的政治和道德层面上,以居高临下的气势评论关于战争的不同意见,从而形成了独特的话语立场。既然这些社论维护了一般的抗议权利,就没有必要讨论具体的反战论点;相反,它们泛泛而谈的是权利与责任、爱国主义,整个国家和(最重要的)美国民主制度。

在一定程度上,美国中心主义立场也导致了有关反战抗议合理依据的讨论的缺席。焦点总是放在就战争展开的“辩论”对美国公民和政治体系所造成的后果上(事实上,常用词“辩论”本身也被高度意识形态化:它令人生疑地暗示了理性讨论,以及意见不同的各方之间的力量均衡),而不是活生生的海湾战争。对持异议者权利的辩护经常很快就转为对美国民主制度的欢呼,和/或对他人权利保持平和与敬意的责任,从而绕开了反战的实际论点。这样的回避无疑被其他话语因素所强化。在前文中,我们已经分析了对抗议者社会和政治边缘性地位的种种话语构建,以及对于他们的论点的仓促排斥。

(b)呼吁社群/社会共识。少数意见/社论寻找反战抗议和他们政治对手之间的共同点,并认为双方都支持和平、爱国主义和军队,只是表现方式和“风格”不同而已。每一方都被论证为“民主制度运作的范例”,并有助于“使我们的政治家更为负责”。

实际上,这样的主张呼吁民众勉强形成共识,有助于对意识形态的根本对抗做蜻蜓点水式或琐碎化的处理,并给予有着本质差别的观点以同等的道德和政治地位。另一方面,对共同点的寻求与维护,与希望营造本地和谐风气的诉求相关,这在小镇报纸里体现得尤其明显。当然,我们不应该对社会与政治分化在较小社群里所导致的痛苦情绪漠然置之。“战争试图让很多人卷入其中”,一篇社论的标题如是写道;另一标题说,“困难时期,消除分歧”。

这些文章的语言更具包容性,经常代表“我们国家”说话,而“我们”是一个整体。这里较少强调行动,较少使用具有政治色彩的名词和动词,较少发布审判性的宣言。请看以下示例:

(1)在市中心的 Franklin 街上,烛光守夜活动正在邮局的台阶上和旗杆的周围被上演。有人擎着“不要战争”的标志(Charlotte, NC, *Observer*, 1月20日)。

(2)……这儿有一些人领导着这些立志帮助别人的组织。这些领导者之外,还有帮助这些组织的几千志愿者。你所拥有的是这样一个郡,它关心它的人民,并愿意为此[战争]做点什么(Adrian, MI, *Daily Telegraph*, 1月27日)。

(3)……许多 Lenawee 居民这星期来到华盛顿参加和平集会。教区尊敬的

牧师 Kristen Leslie 表示组委会组织此行的目的在于支持军队为和平而战 (Adrian, MI, *Daily Telegraph*, 1 月 27 日)(着重号为作者所加)。

在(1)中,以被动语态来报道守夜行动,而行动本身被彻底删去(值得注意的是,守夜这种无声而和平的道德与精神性的活动在前述的两个框架中都很少提到)。第二个句子使用了一个简单的代词“有人”。与前两个框架相比,没有人物塑造,没有任何形式的描述。

在(2)中,开头就插入了“有”的句型,有助于消除对特定行动者的强调。通过第二个句子开头的动词“还有”,和“你所拥有的”这个词组,社论很清楚地引导读者和它一道积极建构“国家”整体的正面形象。

在(3)中,句式里的两个主语,“Lenawee 居民”和“尊敬的牧师 Kristen Leslie”都是充满敬意的描述,他们属于社区和小镇语汇的一部分,而巧妙回避了像“反战抗议者”和“和平活动者”这样具有政治色彩的字眼。对“此行”(trip)一词和段落中动词的使用也遵循此法。社区中的权威人士,一位教会牧师代表“组织此行”的组委会说话,而她自己在组委会里的角色却交代得含糊不清。社论传递的是以同一舆论为导向的讯息,也让那些不支持反战运动的人心安理得。社论的下一段进一步表达了其对取得社群一致意见和安抚挺战观点的诉求:“她[牧师]所谈及的重要观点是,我们想让人们知道我们不是抗议在海湾的士兵们,我们抗议的是把他们带到海湾的(力量)。”

和平运动自己的声音

由于美国报纸有时确实把战争作为合法争议来报道,它们为和平运动以各种形式传播自己的声音提供了一定的途径。新闻报道给予和平运动以间接的机会来表达其观点,而意见/社论版则通过特邀专栏和来信提供了直接机会。尽管存在公认的局限性,美国主流新闻业保持着平衡与客观性的传统,报纸也有维持其公共论坛形象的合法性需要。因此,给不同声音一定的表达机会势在必行。这样,报纸里往往将反战抗议和讨论与“反示威”和挺战讨论相提并论。小地方报纸热衷于发表本地新闻和低成本的内容,并对缩小社群分歧颇为关注,有时为当地和平运动群体提供比都市日报更多表达与发声的机会。

1. 区分异议:各种声音的等级秩序

究竟什么样的异见在新闻和意见/社论版得到表达?实际上,和平运动也没有以单一声音发言。以前的研究表明,反战运动内部会分化成多样化甚至互相矛盾的派系,它们被媒体区别对待。例如,一旦反对越战立场在 1968 年得到大众支持,报界便开始区别“温和的”和“激进的”派别,并优先对待前者(Gitlin, 1980)。对加拿大报纸就 1986 年美国轰炸利比亚和温哥华一年一度“为和平而行走”活动的报道进行个案分析发现,报纸强

化并确实有助于建构抗议运动内部接近权与合法性的等级秩序(Hackett, 1991: 199—268)。某些发言人、行动和论点优先于其他,因此,被称为“恐怖主义”的政治暴力和反西方政府的宣言处于话语等级的最下层,这也不足为奇。激进的社会经济批判将军事主义解释为维护既得利益的制度性产物,而这种利益与父权统治、资本主义、帝国主义和其他强制性的社会力量相联系,它位列等级的倒数第二。

普世主义的道德论述更受尊重,它确信人类应该团结,反对“我们”与“他们”对立的二分法,同时强调伦理原则的普遍有效性。高高在上的是功利主义成本收益的分析,它接受政府的战争目标,但批评其手段和最终目的不相称。很多对越战的“温和”反对也属此类:接受美国的善意出发点,但因为其高昂的花费反对战争——当然,在这一话语中,这种战争代价往往是就美国本身而言,而不涉及战争的另一方。

类似地,异议的等级化在海湾战争期间的美国报纸中体现得也很明显。在我们搜集的70篇新闻报道样本中,各种反战声音,包括学生的声音都被引用。引用宗教领袖声音的频繁次数与尊重普世主义/道德批判(比如和平主义)观点的程度成正比。另一些反战声音虽然有时也被提到,但很少被引用,这包括了身在国外的抗议者,美国和其他地区的反战工会,同性恋和艾滋病活动者,少数民族和环保主义者。伊拉克的民主反对力量既反对萨达姆又反对战争,但美国媒体和政治话语却对其视而不见(Chomsky, 1992: 54—6)。我们猜测,对这些边缘化或政治化声音采取的排斥做法可能会导致有关战争的更激进而系统的批判远离我们的视线。

上面所提到的排斥和一个明显的基本假设相一致:即20世纪80年代最主要的白色人种、中产阶级的反核团体是“真正”的和平运动,而大多数其他群体是外围力量和机会主义者。一篇新闻报道正是根据这样的标准区分“真正的和平活动者”和“从同性恋和环保主义者到反堕胎活动分子这些其他事业的成员”。

不过,在和平运动内部,也有被报纸提及但没有被给予为自己说话的机会的群体。一些新闻报道引用集会的发言人和组织者的话,而相对排斥普通参与者。另一些报道采取与它们聚焦制度化定义的“新闻口”和突出机构发言人相反的策略,让普通人说话。这从很多方面来说都值得赞扬,但他们的出现可能取代了那些最善于表达而知识丰富的战争反对派,也就是那些最能有效挑战布什政府有关海湾冲突的定义的人。例如,只有3%关于抗议的新闻报道引用了专家的话,而仅仅4%引用了像杰克逊(Jesse Jackson)这样的反战政治家的观点。

总体上,在提到过战争反对派的新闻报道样本中,八分之七引用了他们的话语。但是,倘若我们看一看被引用的实际内容,我们就会明显看到,持有异议者将大量时间仅仅用在捍卫他们自己的合法性,宣告他们的爱国热情,他们的正常性及其说话的权利上。最经常地,记者们报道(39%的新闻报道)抗议者反对战争政策但“支持”海湾的“(美国)军队”,或“支持军队”因而希望他们不要流血,早点回家。显而易见,这一主题颇能与有关越战的右翼立场产生共鸣;它防卫性地辩解澄清了以下观点:在“国内前线”抗议,不是

为了削弱战场上军队的士气并羞辱国内老兵。

其他抗议者的言论同样也可以被看做有关自己合法性的防卫性声明,比如断言自己的爱国主义(16%),谴责其他抗议者可能的暴力行为或宣布与他们脱离关系(7%),提及抗议的权利和自由(4%),许诺将保持和平行动(3%),甚至有两篇(3%)宣称示威不一定是反对布什!

当涉及异议者就战争本身发言这个话题,引用最为频繁的是基于基本道德立场的对战争的一般反对观点,它出现在61%的新闻报道中。这些声明包括对各方伤亡者的人道主义关注(16%),将谴责战争和倡导和平作为一种价值观(46%),甚至是更为泛泛的非暴力主张和用和平方式解决人类社会问题的需要(17%)。

部分文章(41%)包含更为尖锐集中的激进的政治批判,它们表达了对政治和经济精英一定程度的怀疑、讥讽和反对,这在文档资料的其他地方很难看到。这类文章中最常见的论点(33%)包括“不要用鲜血换石油”的口号,把战争与石油公司和/或石油消费的利益联系起来。其他被报道的反战论点包括:美国没有权利干涉中东,显而易见的媒体操纵或谎言,政府有战争欲望,战争对环境有破坏性影响,科威特绝非不可指责的牺牲品,战争根源存在于资本主义、帝国主义或其他干涉性外交政策中等。

其他被报道的反战言论(30%)反映了成本/收益的功利主义框架,而这类反对使用武力的论点已经在国会(主要由民主党)中有所表达:战争对美国来说太过昂贵(6%);太多美国人会装在运尸袋里被运送回家(10%);应该给制裁以更多时间(7%);应该有外交谈判(9%);国内问题应受到更多关注(10%)。

2. 意见/社论中的防卫性论证策略

在一定程度上,新闻所呈现的反战运动中的三种不同观点,在意见/社论中得到完整体现。其中,功利主义和普遍主义的论述最为常见。通常作者以一种去政治化(除了与越战对比之外)和漠视历史的口吻批判战争,将它表现为孤立的事件,绝口不提它与美国外交政策、国内政治经济权力关系之间的联系。而“没有必要”,“不需要”,“与真正的国家利益不相称”,或“对国家无济于事”等字眼都暗示,这场战争如同越战一般,是一个悲惨的错误,而非政治、经济或体制的逻辑结果。即便在意见/社论版里某些章节的激进抨击中,曾经在1960年代被激进反战者用来揭露美国外交政策的帝国主义概念也几乎难觅踪影。

正如记者们引用的那般,反战行动者花费大量精力在意见/社论版捍卫自己发言和持有异议的权利,以及自己隶属于美国社会的权利——这与对战争进行实质性批判截然不同。几乎没有什么文章挑起话题或号召大众开展反战行动。事实上,部分言论是用来具体回应之前颇有敌意的评论、新闻报道或来信。这些言论通常是用第一人称单数写就的,看上去就像是个人表达而非集体的或报社意见,这进一步削弱了它们的话语力量。

很多反战文章的编辑框架突出了和平运动声音的防卫性和回应性。例如,有关反战

主题的特邀专栏和来信所冠标题常常强调行动的防卫性与正当性:

- (1) 和平抗议者表现了他们的美国精神
- (2) 战争抗议者支持军事人员
- (3) 抗议者只对政策不对人
- (4) 聚焦暴力歪曲抗议
- (5) 和平抗议者确实关心美国
- (6) 战争反对派也谴责入侵科威特

某些情况下,防卫性主题明显是从文章的若干不同主题中提炼出来的。

我们可以通过探察一些共同的论述策略来分析诸多反战文章的防卫性特征:

(a)对“军队”的象征性建构。对任何可信的反战批评来说,“我们支持军队”的主题成了必要的出发点,它主导着大多数反战文章的论调。确实,一位反战的特邀专栏作家在文章开头就说“和平行动者心里最关心的是我们在海湾的男女军人的生命和福利”。不管出于个人原因对军队里的亲朋好友心生牵挂,还是期许避免发生类似越战的错误,通常这些关注在新闻报道中显得发自肺腑。同时,公开表达对军队的支持也能被理解为异议的合理化策略和进行战争批判的跳板:在这种话语里,“支持军队”意味着将他们迅速而毫发无损地召回家,避免毫无意义地献身国家,把钱用在为老兵们提供就业机会、健康保险和教育上,而不是这场根本毫无必要的战争。抗议本身被看做“公众对军队支持的重要来源”。在一种引人注目而可能也是必要的让步中,对“军队”的象征性建构在反战话语中处于中心位置。“军队”被置于被动地位,需要支持、尊敬和拯救,而不是被建构成主动的行动者,更不是近期历史中双方势力最不均衡的一场交火中的压倒性破坏力量。事实上,在这场较量中,双方的势力是如此不平衡,以至于都不适合被称之为“战争”(Chomsky, 1992)。

(b)爱国主义和美国国旗。以爱国主义为纲和对国旗的征用是两个重要的论证策略。正如在我们分析“内部敌人”框架时所看到的,对和平运动最尖锐的批评是将反对战争等同于不爱国,然后将其进一步等同于拒绝自由和正义这些基本的美国价值观,而对美国价值观的接受反过来又等同于对发动战争的目标或动机的认同。某些意见/社论文章则站在少些仇恨、多些中立的立场上,肯定了挺战和反战双方的爱国主义。一位特邀专栏作家写道,两者是“美国爱国者中两个不同的群体”。而且,虽然那些反战者“可能不同意某些政策,但他们也支持美国。仅仅他们的行动就表明,他们对这个国家和它的立宪基础深信不疑”。得到媒体曝光机会的和平行动者赞同这种防卫性的立场,也乐于在此立场中,而不打算逾越该立场有所行动。一位示威者这样写道:“通过抗议这场战争我们支持美国人民,并不顾一切地想保持这个国家及其人民的完好无损……我们想看到美国发展繁荣,而不是没落和衰败”(Cincinnati Post, 1月28日)。

其实,新闻原本可以令人心悦诚服地论述海湾战争的实质,即服务于国际资本的利

益而非美国人民利益。扩展开来,也可以说,战争支持者不是真正的美国爱国者。但是除了偶尔提到的“盲目的爱国主义”,在意见/社论版里其他任何地方都没有文章质疑挺战者的爱国主义精神。另外值得注意的是,即使在反战话语中,“爱国主义”这个词代替了更具批判性(也更加适合)的民族主义概念。

正如爱国主义精神那样,美国国旗也是抗议者想要得到的奖品。抗议者明确表示要和焚烧国旗这样的行为划清界限;有一封来信最接近于对这种行为进行辩解。不过,写信者显然是感受到了必须使用爱国主义的词汇来自圆其说的压力:“他们[烧国旗者和抗议者]正是那些保卫我们的自由并成就这个国家不朽精神的人”。事实上,很多反战活动者,尤其是土著居民、阿拉伯和非裔美国人以及其他有色人种,持有更为激进的看法,即主导国家的爱国主义天生就是大国沙文主义,星条旗象征了对附属的少数民族和国家的压迫。

(c)越战遗产。倘若越战经历为“内部敌人”和“边缘怪异”这两个框架提供了很多负面的刻板成见,海湾战争抗议者们则用他们自己版本的越南隐喻(政府欺骗美国人民,庞大而超出预期的战争开支,等等)来捍卫反战运动的合法性。写信者引用越战来提醒,持异见者能够帮助改变政府政策和舆论,并承认“在战争中间要区分真实与杜撰,政策与宣传,现实与痴心妄想,可以想见会有多难”。但是这种论证对战争支持者恐怕不具备说服力,因为他们中很多人仍然在指责导致越战失败的“内部敌人”。

3. 反战话语的内部结构

(a)防卫性话语。微观语义和报纸里反战话语的内部结构也清楚地揭示了其防卫性和回应性的特征。很多反战活动者明确指出“内部敌人”和/或“边缘怪异”框架所做的负面描述,并试图澄清和重新定义他们自身及其所传达的信息。以下段落来自一封读者来信:

(1)不要再这样对待反战抗议者,好像他们才应该是我们军队对着开火的目标。作为来自社会各个角落的多元化群体,我们仅仅反对危及我们男女军人生命的这一场短视而达不到预期目标的战争……我们不是敌人,只是坏消息的传递者。

(2)不要污蔑我们,我们不会宽恕这种行为。不要因为我们想把不受欢迎的立场公之于众就将负责任的抗议者污蔑为“反美国,烧国旗的社会渣滓”,而揭露我们的总统在误导美国民众这一意见是这样让人如坐针毡,除非“睁着眼睛说瞎话”是美国方式。(San Jose, CA, *Mercury News*, 2月2日)。

在(1)的第一句中,作者明确提到“内部敌人”的刻板成见,并假设面对的读者持有同样的观点。这句开场白为整篇文章设定了防卫性和回应性的姿态。

第二句试图重新定义反战抗议者并澄清他们的观点。修饰的句子肯定了抗议者的

多元化与包容性,清楚地回应了“边缘怪异”的框架。“仅仅”这个词是防卫性的,并明白地限定了反战立场的范围。作为对防卫性主题“我们支持军队”的反映,这个反战论述基于不要伤害军队这一依据,而非更具批判性的理由;美国中心主义方才显山露水,好像所关注的人类生命只限于美国士兵。另外,在这个句子的结构排列中,战争本身甚至都不是直接的反对对象,似乎只是提供了一种条件使人去关注偶然因战争而陷入危险的美国军人。“短视而达不到预期目标”两个批评战争的形容词与政治无干,它们所表达的恰恰是一种功利主义的批判。

(1)中最后一句有一个典型的语义特征——防卫性和回应性地使用否定词“不是”。这里,作者否认了强加在反战抗议者身上的敌人角色。同时,将自己定义成坏消息的信使的处理手法,淡化了反对派在政治舞台上积极的、不可缺少的作用。

(2)中重复同样风格,再一次明确回应了两个负面框架。这里,作者试图通过否认和差别化的方式为抗议者辩护,而这两者也是其他意见/社论版文章的常用手法。“不受欢迎”这一形容词意味着公开承认反战势力的少数派地位,它与很多挺战文章自信的姿态形成鲜明对比。对持有异议权利的辩护仅仅落在了由“除非”引导的句子中,它援引了带有民族主义色彩的“美国方式”,也从高度个人化的,以及似是而非的带有民族主义色彩的角度对战争进行批判(指责“我们的总统”,而不是“布什政府”或“美国政府”),并且仅仅只是一个“意见”。这句话无疑面向挺战者所写,显示了对他们发言是当务之急。

(2)中的结构排列也值得一提。这是典型的反战文章:在句子排列上,需要被驳斥的要点放在肯定性的论点之前。首先是让步,只有在那之后,通过过渡性的词汇“而”,肯定性的论点才出现。于是,相比其他的句子排列顺序,(2)的句式排列中,负面描述占据了更重的砝码。

(b)保留性话语。从我们已经引用的许多反战文章中可以看到,他们的笔调比起“内部敌人”和“边缘怪异”这两个框架火辣辣的诽谤中伤要安静平和许多。尽管像“绝对白痴”这样的词偶尔出现,绝对肯定的句子和高度情绪化的词语并不常见。反战抗议者有时使用更为模糊的“悲哀”、“沮丧”、“不安”等字眼来描绘他们面对战争和政治敌人的感受。一位反战团体发言人用如此不确定的语言为他们的立场辩护:“我想这里有些人认为我们反对美国。我不确定这是否是对这个群体的公平概括……这是误解,而我不知道怎样去改变……”(Burlington, NC, *Daily Times News*, 1月28日;着重号为作者所加)。

这种更为平和的反战话语也表现在其他方面,譬如很多反战抗议者自愿承认他们对手观点的合理性,并理解、抚慰挺战情绪——“想要展示对敌‘统一战线’的渴望”,或者就像一个人不愿意承认所爱之人的酗酒问题。

(c)包容性话语。反战运动内部更富于战斗性的观点通常被疏离排斥,同时,很多反战文章做出相反的话语努力以求容纳;将其自身融入美国主流。在“内部敌人”框架里,作者们总是使用“我们”与“他们”的对立,对反战抗议者提出诸多问题,这些问题要么直

接质问,毫不客气,要么带着自以为是、尖酸刻薄的语气,以及强烈的修辞色彩。与此相反,此处惯常的发言方式是呼吁和请求,词组“让我们”的频繁使用就说明了这一点。这个词组暗示着呼吁而不是命令和要求,它几乎是请求成为社区话语“我们”中的一员。

另外,这种呼吁总是以否定的形式表达。不同于“为什么他们不做X”或“他们应该做Y”这两个在“内部敌人”框架里常见的语义结构,这里典型的句法是“让我们不要做Z”,“让我们不要阻止抗议……”,“让我们不要选择丢弃权利和自由来获得关于战争的一致意见,它们是孕育这个国家的基础”。

在这两种情况下,被召唤的读者和说话的对象是那些批评抗议者的人——不是作者,也不是整个反战群体,因为这种呼吁对他们来说似无必要。因而,联系上下文中使用的“我们”,其话语目的明显是为了获得与说话对象团结一致的局面,也为了否定反战抗议者与其对手之间“我们”和“他们”的区分。

包容性话语还体现在描述反战抗议者时,对副词“也”的明确使用上,这旨在强调他们与被隐性地等同于挺战者的主流之间所具有的共同点,以争取在主流空间中占据一席之地。我们已经看到“也”在所引用的句子里的使用情况,如“战争反对派也谴责入侵”和“他们也支持美国”。以下是另一例子:“我们中抗议海湾战争的人也^也在行使自己的政治权利……我也^也有朋友被派往海湾”(Columbia, SC, *State*, 1月9日;着重号为作者所加)。

新闻框架和美国的战争主导叙事

我们以上的分析说明,即使在国家卷入战争、局势紧张、情绪激昂、反对意见在国会无处可寻这样严重的政治封闭情形下,美国报纸仍然为不同的反战意见提供了一定的表达机会。这种机会的存在对赫尔曼和乔姆斯基(1988)的“宣传模式”论(propaganda model)做了某种程度的修正,此模式认为美国媒体与精英利益紧密联系。

另一方面,“将报纸视做独立的政府批评者”这一自由/多元主义看法遭到更大挑战。报章话语存在明显的结构性主导模式。由于处于防御性地位,和平运动被迫回应“内部敌人”和“边缘怪异”两种强势框架,被迫更多地辩护自己的合法性地位而不是提出对战争的实质性批判。

主导的新闻框架,和与之伴随的和平运动的自我防御表现,在一定程度上是多种因素合力的结果,包括众所周知的五角大楼控制新闻记者获得信息的能力,以及对来自海湾的图像画面的操纵能力。和平运动自己也没有好好出牌,它的很多组织都还沉浸在仲夏的忧郁消沉之中,或仍然固执地关注着逐渐消失的冷战,因而在萨达姆于1990年8月大胆入侵科威特时反应缓慢。很多左翼人士最初以为美国的反应是防御性的且受国际认可,因而并没有反对(Gitlin, 1991a)。而和平运动对中东问题的历史性回避,纷至沓来的多重压力,政治分歧和组织性分化,都进一步阻碍了它自身的发展。运动中一些团体

采取的行动和立场(反犹主义,对伊拉克人侵科威特及其暴力和破坏的后果漠不关心)几乎就是自我边缘化的过程(Gitlin,1991b)。上述都有助于解释在本研究中受访的精英媒体记者们的判断:和平运动是“微不足道的”,被“边缘人群”领导的,从根本上不能提供有效的反对意见,因而不值得做进一步的报道。

但在极大程度上,和平运动被许多不可抗的因素所限制。仅仅责怪运动自身的缺点或媒体的宣传角色是远远不够的。很多记者和读者身上自觉迸发出的对和平运动的恶意,暗示了和平运动反对的是一种根深蒂固的文化模板(a cultural template)——美国人通过它来解释战争经历。这个模板通常被国家和政治经济精英的权力所强化,但不能简化为精英权力。倘若我们首先大略勾勒一番,而后考虑与此模板相联的三种主要反战话语,那么这个模板(Keen,1991:19)——或原型(Galtung,1987:1)、或主导叙事(master narrative)——的重要性就变得愈加清晰。

我们可以对这一主导叙事在非常宽泛的层面上进行勾勒。它根植于犹太教/基督教/伊斯兰教中的神话(myths),它讲述的是与上帝/真主有“契约”或“特殊关系”的民族,在被放逐之后定居于希望之乡、重新开始的故事。这些神话“深深内化于文化之中而被视之理所当然”,组成“一个民族形成所需的社会宇宙观的原始素材,这些假设嵌入意识形态与结构的深处,并从未被质疑”(Galtung,1987:1)。这个文化模板或原型的一个版本是将美国定义为最接近上帝的希望之乡,这已经构成了美国民族认同定义中必不可少的部分。与其他发达资本主义国家相比,作为民族认同的“美国精神”较少根植于共同的种族、历史或文化,相反,它更多根植于意识形态——粗糙的、占有欲强的或竞争性的个人主义行为准则、英雄神话,以及“美国建国”或“美国是道德和民主榜样”这样的观念,“一览众山小的民族,正确的民族,会将民主带到全世界,把光明撒向人类的民族”(Darnovsky等,1991:483;又见Keen,1991)。

这样的文化模板对美国人看待世界地缘政治有什么意义?对戈尔通(Johan Galtung)来说,文化模板暗示了一个对全球政治与道德地缘空间的摩尼教(Manichean)的建构。处于中心的美国代表了善,它定义了自由市场经济的价值和制度,竞争性选举,和对犹太教与基督教所共有之上帝的信仰。处于这个道德合法性等级下一层的是美国的盟友——西方民主资本主义国家,其次是处于道德边缘地位的第三世界。在这个道德秩序的另一端,紧靠着恶魔撒旦的是美国的对立面:仇恨西方的与放弃资本主义、上帝和选举的国家(Galtung,1987:5—9)。当然,40年冷战中,被认为是“邪恶帝国”的苏联恰恰构成了这样的敌对势力。

这种全球空间的建构也流淌出其他相关的信念。美国不仅有权利也有义务像上帝一样全知全能、慷慨行善。没有其他国家或国家之上的实体被允许代替美国扮演上帝一样的角色,这个角色意味着不需要对任何人负责,并且拥有最终决定权。鉴于道德的等级秩序,其他国家的美国化是世界的自然状态。美国外交政策可以被正确地理解为在全球责任和孤立之间做出选择。美国外交政策的另类选择必须与这个隐含的契约相符;让

契约明了化(如 Galtung 所做那样)会让它变得荒谬可笑因而会削弱它(Galtung, 1987: 9—10, 13—19)。

倘若美国精神暗示了在世界上特殊的道德责任,那么美国必须拥有实施这种责任的手段——即霸权性的军事力量。可能是因为缺乏像在英国可以找到的公众服务精神的另类选择,也由于在北美,人们普遍把政治贬低为自私而腐败,而美国军事力量保存了服务共和国这一公民理想。无论如何,美国作为上帝选择之地这一文化模板确实很容易为有关美国战争经历的主导叙事提供深层文化资源。这一叙事的原型是,一个恶棍毫无根据地,却无缘无故地攻击无辜的受害者,这种行为无法得到宽恕,从而挑战了美国中心主义的道德秩序。美国不愿意诉诸武力,试图劝说侵略者从善,并回到正义之轨。但恶棍可能天生邪恶而恐怖,晓之以理的方式已经不太奏效。于是,美国不得不被迫扮演英雄的角色,猛然扑向敌人,娴熟地如做外科手术般运用技高一筹的美国武器,摧毁他们,最后回到家乡。与“低等”国家相比,美国走向战争的动机并非自我扩张或复仇。不同于针锋相对的一般对手间的冲突,美国所做的是替天行道之事,是代表上天给邪恶以惩罚,就像上帝可以惩罚罪人,父母可以惩罚他们的子女一样。以此为动机,美国人民克服了起初对战争的不情愿,团结起来支持这个行动,甚至以做出牺牲、经历困难为代价,因为只有这样做才符合正义和道德。在与这彻头彻尾的邪恶做斗争时,唯一可以接受的结果就是善的不可阻挡的胜利,与恶的无条件的投降(Galtung, 1987: 10—13; Beeman, 1991; Lakoff, 1992: 4—5)。魔鬼被驱走,道德秩序得以重整,而作为维持原秩序的手段,军队凯旋,并加入欢庆胜利的游行队伍中。

令人记忆犹新、最符合这个主导叙事的战争是第二次世界大战,从珍珠港被“偷袭”,德国和日本的投降,到对一些战犯的司法审判和对这两个国家民主资本主义的修复,这场战争还存活在记忆里。事实上,布什(George Herbert Walker Bush)和他的支持者试图通过对海湾冲突和二战的昭然若揭的比较,来唤醒这个主导叙事。这在意料之中。比如,布什有意省略了纳粹德国的霸权性经济、人口和军事力量远胜于伊拉克这一事实,重复描述萨达姆是“希特勒再现”。《新共和》(*The New Republic*)杂志甚至修描了一张萨达姆的封面图片并给他希特勒式的胡子(FAIR, 1991: 10)。当第一批炸弹轰炸巴格达时,白宫发言人 Marlin Fitzwater 宣布“解放科威特”的战争已经开始,类似二战中 1944 年盟军在西欧登陆日宣布“解放欧洲”,把科威特定位成那时被占领的法国(Harris, 1992: 67)。仿佛受到暗示似的,报纸的意见/社论页回响着二战的隐喻,包括将抗议者称为“绥靖者”。

越南当然是另一个截然不同的故事,而布什许诺悲剧不会在海湾重演。为什么越战给美国人民的心灵带来如此痛楚?不仅仅是因为越战悲剧导致 60 万名美国士兵丧命、更多人受伤的后果。毕竟,在美国高速公路上也有同样的死伤,但这并没有给这个国家对汽车的崇拜投下阴影,而越南经济的崩溃和美国炮弹之下伤亡无数的平民也没有引起美国主流政治话语的自我反省。但是,越战造成了民族认同的危机,因为它质疑了美国

善意的目的、行动的道德性、领导者的智慧、军队的无所不能和人民的团结程度,以至于威胁到主导叙事本身。的确,在1960年代,很多年轻人确实对主导叙事完全(在很多情况下甚至永久地)丧失了信心,有时候,他们还颠倒这种叙事里的词汇,将美国及其行动归入魔鬼的范畴。这种反美国的对主导叙事的颠倒也体现在抗议海湾战争运动中某些毫不起眼的行动和立场之中,而这也有助于解释其自我边缘化。

美国的认同危机只能部分地归咎于挥之不去的“越战综合症”。其他因素包括经济停滞期的延长,德国和日本经济的上升,国内出现严重的社会和道德败坏迹象,以及苏联(美国精神长久以来依靠这个他者来定义自己)的解体。有人提出,在旧日的敌人消失之后,美国很可能会面对道德目的和自我认同的集体崩溃(Wright, 1989)。

当一个非常有用的主导叙事面临被解构的威胁时,美国政治精英们做了大量的意识形态工作来修复它。作为这种修复工作的一部分,其他政治概念被往前推进,以填补“红色威胁”崩溃之后所形成的“威胁真空”(Hackett, 1991: 293)。国际恐怖主义、伊斯兰原教旨主义、毒品交易,这些都被展示为道德圣战所讨伐的潜在目标。在萨达姆没有经过华盛顿允许就入侵邻国之前,这些目标都不太奏效。对布什来说,把萨达姆作为另一个希特勒的隐喻符合了“……美帝国野心背后长期的意识形态依据:通过对邪恶的道德征服,以及在追求自我利益时集体表达某些超验的理想这两种方式,美国主义所追求的道德认同得以建立”(Darnovsky et al., 1991: 484)。修复主导叙事还要求驱散“越战综合症”的阴霾。方法之一就是将对越南的干涉看做是孤立的悲剧,一个由于特定条件和决策而导致的巨大而单个的错误,但美国已经从中汲取了教训并不会让历史重演。但这种方法也有其无法克服的“阿喀琉斯之踵”:它向上百万的越战老兵及其家庭暗示着,他们的牺牲毫无意义。

结果,第二种解释的滋长便有了肥沃的土壤:右翼修正主义者重建了更加符合主导叙事的越战。在这种重建中,干涉是“高尚的圣战”(像里根说的那样)。战争失败了,但并不是因为美国军队缺乏能力而在战场上遭遇失败;相反,是因为媒体背叛了军队,国内的政客和抗议者打击了军队的士气,并迫使美国军队在“后院着火”、“被人拖后腿”的情况下作战(事实上美国在越战中投下的炸弹是二战中所有战斗部队所投炸弹的总和)(Herman, 1982: 167; Sivard, 1985: 49)。在重建这种意识形态的过程中,越南被塑造成恶棍,美国则成了受害者。完成这非比寻常的颠倒黑白的一个办法是:高度聚焦于号称被河内挟持的“在战斗中失踪”的少数美国战犯,而好莱坞的兰博(Rambo)电影《第一滴血》将其以通俗化的形式再现出来。纳粹掌权前的德国,盛行着一战中德国战败的一种灰溜溜的情绪,反映了受到伤害的民族尊严、来自内部的背叛和作为受害者的民族情感。右翼修正主义的越南神话与此有着令人不安的相似之处。这种思想倾向含蓄地号召人民,用另一场胜利的战争来救赎整个民族。但人们不需要接受阴谋理论:美国精英实际上不需要追求这样的放血救赎就能认识到,经过设计和包装的海湾战争能再好不过地“一劳永逸地解除越战综合症”(如布什所说),并恢复原先的主导叙事。

假设海湾冲突的新闻报道确实是根据主导叙事来编排的,我们能预料到什么样的强调和排斥的模式?我们可以预见,报道会强调在危机中美国寻求和平解决而不让邪恶得逞的努力;显示伊拉克的挑衅、残暴和邪恶的证据;美国军队的良好准备与他们武器的效率和精确性。反之,与主导叙事冲突的信息会被过滤掉,倘若不是被记者也会被受众过滤,因为这些信息会侮辱他们的民族认同情感。这些信息包括:以前美国支持伊拉克;布什政府可能一直在寻找战争和/或为伊拉克人入侵科威特大开绿灯,拒绝和平解决伊拉克危机的建议;受害者科威特,尤其是“反伊圣战”中美国盟友(叙利亚和土耳其)的不良人权记录;科威特可能并非是完全无辜的受害者,不管在历史还是经济层面,伊拉克可能有向其提出要求的合理性;如 Ramsay Clark 战争罪犯法庭所称,美国违反了国际法;很多美国武器不能精确打击,只有少数是“聪明的”;伊拉克的平民伤亡;除了反击伊拉克对科威特的入侵之外,美国干涉中东还有其他动机。在相当程度上,主流媒体对海湾危机和战争的报道确实都遵循了这个(主导叙事)模式(Chomsky, 1992; Kellner, 1992)。

在我们研究的剪报文档中,也有很多证据说明主导叙事影响了对和平运动的报道。尤其是“内部敌人”和“边缘怪异”两种对持异议者的解释最符合战争的主导叙事和右翼修正主义的越南神话。正如我们已经看到的那样,甚至很多接受抗议合法性的评论都将其解释为对美国至高无上的价值观的肯定。

与此同时,越战经历和挥之不去的社会经济问题已经削弱了主导叙事的力量。它们也导致了很多普通美国人感受到了沮丧情绪和无能为力,以及民族认同的疲弱(倘若不是危机的话)。这些因素和批判性社会运动的政治工作在海湾战争期间,共同创造了一定空间,让持有异议的反战者在媒体内外表达自己的观点。但同样是这些因素,也有助于解释对于反战抗议的强烈仇恨,对主导叙事强有力的甚至几乎不顾一切的重新肯定,和海湾冲突中显而易见的“强烈的民族主义、种族主义、对暴力的美化和军事主义”(Kellner, 1992: 255, 引自 Carl Boggs, 未出版的论文)等现象。人们通过挺战仪式,找到了在日常生活中被否定的对社群和赋权力量的体验,不管这些体验是多么短暂。

我们对报纸怎样(和为什么)将按一定的框架呈现反战运动的分析,也可以通过考虑三种反战话语各自与主导叙事的关系来完善。

成本/收益,功利主义的分析。断言对美国人来说,战争的代价与目标相比过于高昂。这种论调通常在媒体中能被充满敬意地聆听,因为尽管它并不认同政府的手段,但接受了其目的;它运作于政府政策话语之中,或与之相关(Walker, 1984),并没有对主导叙事提出根本挑战。但在海湾战争中,这种论点并没有像在与利比亚冲突的报道中(Hackett, 1991: 第 10 章),或越战后期报道中那样占主要地位(Gitlin, 1980: 第 7 章)。对于这种差别可以有若干推测。布什已经成功地说服很多潜在批评者,告诉他们,政府尝试过功利主义的批评意见所提出的各种主要手段(即经济制裁和外交手段),但是,无一例外,它们都没有达到预期的效果。一旦国会决定授权军队,很多提议制裁手段的批评家,尤其是那些经常在媒体中能获得露面机会的民主党人,则完全陷入沉默。他们的沉

默和战争本身的势头,意味着没有实实在在的“现实的”另类方案能够得到政策话语中“负责任”的参与者的认真对待。最后,功利主义意见中关注的焦点是放在战争中美国人生命的潜在代价上。这种“运尸袋”的说法和对越战重演的恐慌,无疑激起了最初的反战情绪。但当战争大致按照五角大楼的计划在进行,美军伤亡相对较小,而德国、日本又在替美国纳税人为战争买单时,这一观点失去了可信度。鉴于军事信条的巨大变化(通过参战主体的低强度对抗和其他大规模和压倒性的战斗部署)和科技(电子战场),在未来,不管其他国家、世界经济、环境和美国社会将会因此付出多大代价,美国的干涉很有可能不会导致美军大规模的伤亡人数。因此“运尸袋”的论点作为动员大众抵抗战争的手段的影响力会日渐式微。

普世主义/道德批判。尽管更像是个人是非之心的声明而非实际的政治选择,以和平主义为代表的这类批判在美国政治文化中也得到了一定尊重。这类批判与主导叙事之间是互为悖论的关系。一方面,它寻找和采取道德制高点,可能也认同美国在世界上起着特殊的道德作用的观点。另一方面,它也直接挑战了主导叙事将军队作为行使道德目的的手段这一立场。它很难将自身作为一条“现实的道路”来对付像萨达姆这样似乎不受道德压力影响的“暴君”。

激进政治批判。条理分明地重新解释美国的动机不仅仅威胁到主导性精英的合法性,而且也冒犯了那些相信或想要相信主导意识形态和文化叙事的很多“普通”人。这也挑战了记者自己的世界观和他们通常依赖的信息来源的可信度。此类批判(除了“不要用鲜血换石油”的口号)被推到主流媒体的边缘,却在替代性的报纸中得到了更充分的表达,这一点不足为奇。只有在像《旧金山湾卫报》(*San Francisco Bay Guardian*),《洛杉矶周报》(*The L. A. Weekly*),或《村庄之声》(*The Village Voice*)这样的替代性报纸上,警察骚扰抗议者才会是重要的新闻话题(颠倒了“内部敌人”框架),反战联盟才会是具有传统和复杂性的运动,其内部政治才会得到详细讨论(主流报纸无一例外地倾向于将海湾战争所引发的复杂情感、策略和行动简化为支持/反对两分法,并将反战联盟处理为完全负面的、回应性的抗议)。替代性媒体更有可能寻求主导叙事所依据的广阔背景,并为那些在其他地方被边缘化的声音提供表达机会。例如,“太平洋新闻社”(Pacific News Service)执行编辑克鲁斯(Sandy Close)描述了她的媒体机构对海湾危机报道的三个原则:培养阿拉伯和穆斯林声音以提供对中东的更为广泛的视角;探究国内战争反对派的逻辑;监测美国干涉的动机和现实(San Francisco Media Alliance, 1991: 6)。

就和平运动而言,对报纸框架的分析意味着需要将黩武主义认定为文化问题,并考虑到文化中战争主导叙事与民族认同的政治所产生的影响。对那些要求减少黩武主义外交政策的人而言,一个长期的任务是,要么提出与文化模板的公认版本一致的其他外交政策,要么挑战和代替模板本身,而后者意味着彻底改变政治文化的艰难工程。不管做哪个选择,和平运动必须继续建立起超越纯粹回应性、负面性政治的联盟,而提出关于“何为美国”的另一种视野。

对新闻业来说,本研究暗示了它需要承认有两种因素影响着其对关于美国外交和军事政策讨论的报道,这两种因素分别是主导叙事和越战时代可疑的刻板成见。在一位总统再一次感觉被迫要轰炸另一个第三世界国家,并将其退回前工业化时代这种事情发生之前,需要现在就对主导叙事的假设进行开放的、不断的、批判的考察。

第 5 章

道德改革的局限:论新闻客观性与可持续性民主

罗伯特·哈克特 赵月枝

如今,新闻道德是一个热点话题。在诸多情境中人们都热烈地讨论着这个话题,包括媒体监督机构、专业性会议、研讨会、新闻课程以及《大众传媒道德杂志》。我们该如何把握这一潮流?一种可能性是把关于新闻道德的讨论当做一场运动,当做批评和改革新闻实践的一个平台。虽然有关新闻道德改革的倡议形形色色,但是很多人都会同意如下观点:

- 新闻业并不能尽其所能地满足公共利益;作为告知公众的工具,它在一些方面还存在着重大缺陷。
- 倘若新闻记者在日常的决定和行为中能够始终如一、认真尽责地运用道德原则的话,这些缺陷是能够克服的。
- 不论作为成文准则还是潜在标准,道德原则为新闻记者所理解和共享。新闻业的任务就是实践自己的最高理念。

我们对传统定义上的新闻道德能带来必要改革的能力持怀疑态度,并以一种批判的态度评估上述这些假设。我们质疑基于现存道德原则的改革运动究竟能在多大程度上使公众话语和可维系的民主政体重新焕发活力。我们把焦点集中在客观性上,它是现代新闻道德的一个重要方面。我们认为有必要用一种新范式、新感受、新结构、新理念和新制度来代替传统理念。

道德改革运动的假设

批评家指出新闻媒体体系在很多方面会歪曲或者过滤掉一些与公众相关的信息。

信息不充分在结构层面的原因包括:媒体所有权的集中;由于经济衰退引起的经费削减与放松管制引起的新闻采写资源投入的减少;依赖于官方以及机构作为新闻来源;电视技术的社会倾向性;广告优先导致的新闻琐碎化、煽情化以及娱乐化报道倾向。

有很多证据表明:媒体在为公众提供重要议题方面经常表现得令人失望。在1991年的海湾战争期间,一项研究发现:比起那些不经常看电视或不看电视的人来说,经常看电视的人获知的有关海湾战争的背景信息反而要少。尽管指责电视导致无知这样的言论听起来并不公平,但最起码它不能为观众提供“完整的图像”(Morgan, Lewis and Jhal-ly, 1992)。另外一个例子是:自1976年以来,美国的一个研究机构“被审查的项目”(Project Censored, 一项有关美国新闻系统中是否也存在某种意义上的新闻审查的连续性研究)确认了被主流媒体所忽视的重要新闻。这些新闻包括滥用税款问题以及环境和健康问题,而这类议题背后代表的不是政府、军队、大公司、媒体广告商就是新闻组织本身的利益(Jensen, 1993)。鉴于加拿大媒体与美国媒体结构上的相似(更不用提对美国新闻机构的严重依赖),加拿大媒体的表现也不会好到哪里去。

确实,有些人会认为传媒体系之所以能够正常发挥作用,是因为它们要遵循市场竞争逻辑,能够“给人们他们想要的”。毕竟,媒体受众不会都从沙发上站起来,要求媒体进行根本性改革。但是,对于现状的捍卫也有盲点。在一些媒体行业,例如报纸行业,经济逻辑导致的是垄断,而非通过竞争来满足消费者的选择。

媒体所有权越来越集中在跨国家、跨媒体的媒体巨头手中。媒体内容只是满足了那些广告商最青睐的富裕消费者的兴趣,而其他人则相对被忽视了。在一种提倡私有化、弱化政治性参与的文化中,媒体使用者寻求的是一种满足感而不是相关的公民信息,他们表现得更像消费者而不是公民(Bagdikian, 1992)。由于主流媒体的相对同质性,它们对公共议程的主宰,以及不像揭露其他机构的缺陷那样揭露自身缺点的倾向,使媒体观众很难意识到通过其他途径获取信息的需要。

关于道德改革运动的第二点假设是:记者们应更多通过符合道德的实践来提高自己的专业技能。这一假设更有问题。它将传媒业的缺陷完全归咎于记者。记者的个人行为不像警察、医生或教授那样有道德,这一点让人难以置信。过分腐败和权力滥用曾经在北美主流媒体中非常普遍,但是一位加拿大的新闻教育者认为,这种现象会随着记者教育水平的提高以及他们对专业行为中诸多议题日益浓厚的兴趣而逐渐消失(Desbarats, 1990)。更为重要的是,道德改革运动的第二个假设表明了记者本身是塑造新闻产品的主导力量,但是它忽略了限制记者发挥自主性与创造性的结构性因素的存在。与抽象的道德原则相比,记者在新闻编辑部中学到的“先例词汇”(vocabulary of precedents)与雇用自己的公司的组织激励制度联系更加紧密(Ericson, Baranek and Chan, 1987)。通过把焦点集中在记者的行为上,道德改革的话语修辞也许会把公众的注意力从改革新闻媒体结构这样的重要问题上转移开来(例如,Desbarats, 1990, 第8章)。

道德改革运动的最大问题是第三点假设:现存的道德准则(成文或是不成文)为新闻

业的进步奠定了基础。即使在新闻实践中遵循了这些准则,新闻业也并不一定会变得更加繁荣。关键还是新闻道德支持的是哪种原则和假设,这也取决于新闻业最终的目标走向。

部分的问题是恪守道德准则也可能会产生一些预料之外的不良后果。例如,新闻道德要求新闻机构尊重那些不在公共生活视线下的私有机构和个人的隐私,同时对有可能滥用权力的政府积极地行使“公共利益看护狗”的职能,因为政府是对公众负责的机构。但倘若记者过于严格遵守这一道德准则,就可能导致一系列过犹不及的后果,比如政府合法性的丧失,对私有企业权力进行批判性审视的缺位,以及公众对私有公司拥有权力的认知缺失(当然,我们必须强调,我们这里丝毫没有为不遵守职业道德的行为辩护的意思,更没有认为新闻业现有的道德准则必定是保守或没有建设性的)。

以上例子导入本文的中心论点:根据人们目前的理解,新闻道德有时会强化我们这个社会中非民主或者破坏性的权力关系(尽管不是有意为之)。为了证明这一观点,我们颇有些悖论意味地将焦点放在新闻客观性上,这一道德准则是以不受特殊利益集团控制的新闻业的独立性为基础的。

什么是客观性道德

客观性仍然是北美新闻业的重要精神支柱之一。事实上,这一道德不仅复杂且涉及面广,可拆为各个不同部分。

首先,客观性通常会被认为是一种规范性理念,它是新闻业应该追求的理想目标。反过来,这些目标又可分为几个组成部分,其中隐含着记者在报道时持有的立场、采取的方法以及故事本身的特点。准确性、真实性、完整性和相关性是新闻业最重要的理念:第一,记者应该说真话。第二,记者应该采取一种超然、公正和独立的态度,避免受到党派偏见、个人偏向或者是利益集团威胁的影响。第三,在报道一个有争议的问题时,客观报道在提供各方观点时应该公正、不偏不倚,保持平衡。

这些理念暗含着一种认识论,一种知识的理论:将事实与价值分开、观察者与被观察者分开是有可能的,因此,原则上,再现与报道世界本身也是有可能的(关于客观性的意义,见 McQuail,1992:184—86,196—204)。

同时,客观性道德也需要一整套新闻采集与报道技术做支撑,或者说“统一的技术标准”(Ericson, Baranek and Chan, 1987),而这一标准随着时间的流逝不断发展和变化,而且在不同媒体间会有所不同。

当前,可以标志新闻客观性的一些做法,可归纳为以下几点(Bennett, 1988: 120; Hackett, 1991: 81—84; 同时见 Tuchman, 1971/1972):

- 在选择个人为报道提供信息和评论时,记者应该寻求适当的新闻源:这些人

有资格,是相关机构公认的代表,并且是/或者是新闻事件的直接参与者。

- 客观的记者要避免煽情主义,遵循通行的、正当的、良好品位等标准。他们采用这样的方案,即“纪录式报道:允许记者只提供给公众他们亲眼看到的或者有证据证明的信息”以及“被可靠消息来源确认的事实”(Bennett,1988:120)。
- 客观新闻注重将观察得到的事实与记者的观点和评价相分离;观点和评价只限于那些特定的体裁,如专栏、特写和纪录片。
- 直接的新闻报道应该尽可能地是对事实或者意见的描述,倘若是观点的话,也应尽可能采纳相关人员或者“权威知情者”的看法(经常采用该观点/对立性观点的模式)。那些“能够为建构事实提供明晰的阐明性基础(和偏向)的历史性和解释性框架体系”常需要用括弧括出(Ericson, Baranek and Chan, 1989:15)。
- 记者低调处理他或者她作为新闻故事叙述者这一角色的作用,而这正是建构新闻的标准方式(Ericson, Baranek and Chan, 1987:105)。

新闻客观性的理念和操作方法在一个由复杂和专业化新闻机构所组成的体系框架内孕育出来。它们的角色和部门是相互分开的(营销和广告部门在那儿,而新闻编辑室在这儿)。工作人员属于专业人士,他们拥有适当的专业技能,信奉伦理道德,并且享有不受国家控制的自主权(在古典自由报刊理论中,国家控制是对新闻自由的主要威胁)。

新闻自由的法律保障强化了自主权,而来自广告商和媒体受众的利润收入使得商业媒体更看重消费者(及其变动)而不是国家压力。(作为一个公共公司,加拿大广播公司CBC对国家拨款的依赖程度很大,但是有法律保证它在运作中与政府保持一定的距离。)这似乎意味着倘若记者能够本着负责的态度遵守新闻客观性原则,公众就能够根据一些相关而且不偏不倚的信息和分析做出民主自治必要的政治判断。

显然,即便不是职业讥讽者也能看得出以上新闻客观性图景中存在的种种问题。多少年来,业内外人士对客观性道德及实践进行反思,其中值得深思的批评不在少数。他们批判新闻客观性的观点可以概括如下:

客观性的欺骗性

很多评论家说新闻客观性是一种谎言,因为新闻业不能像它所标榜(至少暗示的)的那样真实而全面地再现社会和政治世界。正如媒体理论家丹尼斯·麦奎尔(Denis McQuail)所说的那样,客观新闻意味着这样一种“不成文的合同”,该合同会使消费者期待“新闻是可以相信的、信任的,可以相信它的字面意义,它是容易理解的,无须寻找‘字里行间’的意思”(McQuail,1992:187)。有时,该“合同”是明晰的:比起上一代的美国著名新闻主播沃尔特·克朗凯特(Walter Cronkite)的口头禅“世事就是这样”,加拿大电视公

司(CTV)新闻主播劳埃德·罗伯逊(Lloyd Robertson)的结束语“今天就是这样的”,仅仅在它所标榜的无所不知上少了那么一点自信。

新闻只是简单地再现和报道“本来面貌”,这种说法在很多方面都受到了挑战。首先,客观性道德并非无可争议地主宰着新闻话语。强有力的内外压力以及新闻制作本身的一些限制因素几乎注定会“使新闻业偏离任何叙述‘真实’的理想目标”(McQuail, 1992:187)。受众期待从真实的新闻里获得娱乐和轻松,而新闻源则希望新闻能够反映其议程。记者把新闻当做收入来源和社会地位的象征。广告商把新闻媒体当做使自己的产品到达潜在顾客的工具。媒体所有者希望新闻能给他们带来利润。有时,新闻机构会放弃公正原则而追求某些特定的目标(Ericson, Baranek and Chan, 1991:174)。新闻在一个必须与这种或那种压力相妥协的机构内产生,也有人说是被制造(Fishman, 1980)。

即使这些压力和期待能够为新闻真实性服务,在新闻的筛选过程中仍然存在着不可避免的主观性。无论起作用的是政治议程还是其他议程,新闻价值的主导性标准都有其自身固有的偏向。例如,它们偏爱报道单一事件,而非长期过程;偏爱选举政治,而非议会权力之外的其他(alternative)社会实践;偏爱有剧情、冲突和视觉上具有冲击力的内容,而非实质性的意义(Hartley, 1980:75—86; Hackett, 1991:76—80)。

从数以百万计的潜在新闻源和事件中挑选新闻的必要性意味着新闻不可能彻底或者全面地反映整个社会和政治世界。当然,新闻报道所涉及的不仅仅是新闻选择的问题,好像有一份预先准备的菜单,需要从这份菜单中选出新闻源和新闻事件。倘若要使报道的新闻对于读者、听者和观众有意义,那就需要一个更加积极的提供新闻参考框架的过程。

这些框架通常是隐含的,由“认知、解释和表达的连贯模式,筛选、强调和排除新闻报道的方式组成,同时也是事件操纵者组织言论的过程”(Gitlin, 1980:7)。事件的意义并不是固有的,也不是不言而喻的;事件因被放在一个“恰当的”语境中而获得特定意义。在新闻标题、同一主题下新闻故事的并列呈现中,在对被强调的新闻角度和主题以及个人故事想当然的假设中,这些框架显示得最明显。这些框架暗示着读者去接受新闻叙述中建构起来的“优先性解读”(preferred readings)模式。最为重要的是,在故事叙述的格式中,对于其他阐述或者建构同一事件的情境的方法,这些框架不可避免地采取排斥或者边缘化的方式。

新闻叙述中暗含的评价因一个相关问题而变得更加复杂:通常是无意的用来标记行为和行为者言辞中的偏见。值得赞扬的是,很多记者都意识到了这类问题。比如,他们是应该把某些人物称为“恐怖分子”还是“自由战士”?“破坏罢工者”还是“替代工人”?“环境主义者”还是“反对伐木者”?那些在流产诊所外徘徊的示威抗议者是“反堕胎的”,还是“反选择权的”或是“支持生命的”?贝尔法斯特(Belfast)是在乌尔斯特(Ulster)还是在北爱尔兰(Northern Ireland)?那些在波斯湾的加拿大士兵是不是应该叫做“我们的”

军队?诸如此类的选择只有基于以下的判断才能做出:即存在着什么,什么是重要的,什么是好的或者是坏的,什么与什么有关(Gerbner and Signorielli, 1978:192)。这样,现实判断和规范性价值无可避免地会影响新闻事件、话语以及阐释性语境的选择。它们对以下隐含在客观性信条中的宣称提出了挑战:新闻应该简单地反映客观世界的本来面貌,应该提供事实而不是解释、价值或者意识形态(Golding and Elliott, 1979)。

在论及客观性道德时,还存在一些深层次的认识论上的问题。有时记者会面临冲突性的矛盾,为了客观性的另一面(例如平衡)而宁可影响到客观性的这一面(例如准确,不能歪曲事实)。例如,在1980年的加拿大联邦竞选运动中,自由党领袖皮埃尔·特鲁多(Pierre Trudeau)的曝光率远远低于他的两个主要竞争对手。“平衡”候选人在电视上的曝光率会“扭曲”自由党的竞选策略和竞选进程(而这恰好是自由党人期望电视网去做的)(Gilsdorf and Bernier, 198:164)。

从一个更加理论化的水平上来说,有些评论家也发现了存在于平衡与准确之间的一种不协调性:

作为相对主义者,曼海姆(Mannheimian)式的认识论削弱了一种理念:可以通过平衡不和谐的、相互对抗着的世界观的方式来避免偏见,而每一个世界观都有自己的(有限的或是部分的)合理性。相比之下,避免歪曲意味着要对“直接事实”的最终可知性进行实证性的、非相对性的确认(Hackett, 1984:233)。

正如它经常呈现的那样,客观性道德意味着媒体可以作为一个旁观者,置身于所报道的事件之外。“我们并不制造新闻,我们只是报道它”成为记者标准的自我辩护。记者越来越(有时不自在地)意识到,这种辩护站不住脚:媒体是和社会和政治世界的积极参与者。很多新闻报道建立在预先设计的或者是为了报道而策划的“伪事件”(pseudo-events)基础上(Boorstin, 1980);有些观察者说政治已经成为“媒体产品的一个延伸”(Altheide and Snow, 1979:146)。例如,有研究表明,媒体在报道“抢劫”时会使公众和权威机构对这种新型犯罪形式颇为敏感,进而使警局数据中“抢劫”事件的数量急剧上升,这曾在英国社会引起人们对该事件的“道德恐慌”(Hall 等, 1978)。

有些社会建构论者/解构论者更加怀疑新闻反映世界的能力。他们从根本上与客观性原则分道扬镳,不管这种客观性是新闻业的,还是科学或者其他领域的。从这种观点来看,就没有可知的、客观的和预先给予的事实以供报道与反映;现实是社会的产物,它只能通过语言、阐释性和认知性框架被建构,而这些框架会产生其自身的真实与相关性标准。我们无法透过任何独立客观的方式判断出一种框架是否比另一种框架更符合现实,留给我们的只是一个相对主义的认知世界,而在这个认知世界中有的只是无穷无尽、不断变幻和相互对抗着的文本、叙述和符号系统。在这个世界中,在大屠杀的幸存者与拒绝承认大屠杀的新纳粹分子双方对发生过的事实所提供的描述中,我们无法判断究竟哪一种描述更加准确。一本传播学课本中提到,现实,简单地说,只是“话语感觉或产品”

(O'Sullivan 等,1983:194)。

我们不采纳目前在后现代主义学术界非常流行的相对论的立场,这种观点过分抬高了语言的地位,将整个世界颠覆为语言。从逻辑角度,这也是自相矛盾的:在解释语言世界是如何运作的过程中,它暗中依赖的正是它同时又否定的认识客观知识的可能性。

原则上,我们接受世界具备有效(尽管不可能毫无缺陷)知识的可能性。但是,语言和媒体能够积极地帮助我们建构世界观;它们没有并且也不可能起到完全真实地反映现实的作用。我们意识到新闻选择和建构的过程与生俱来就是充满着价值观的;哥伦比亚广播公司(CBS)的前任新闻部总裁理查德·萨拉特(Richard S. Salant)曾说过,那些贴上“客观新闻”标签的做法也并不能生产出“不代表任何人观点”的新闻(Epstein,1973)。从这种意义上来说,客观性就的确可以被认为是具有欺骗性了。

客观性的保守性

对客观性的另一种主要批评与一种新闻分析方法有关,该分析认为新闻强化了(有时是不知不觉地)主导的社会关系、同质化的世界观和/或地位稳固的掌权者。客观性之所以遭到攻击,要么因为它乔装打扮了新闻业可能扮演的压制性角色,要么因为它是新闻业这种压制性角色的积极组成部分。

加拿大新闻业宣称自己是公正的,而且不受国家控制,那么它是如何卷入使既得权力合法化的活动中去的?我们已经注意到,建构新闻叙述的过程不可避免地存在着选择机制。报道的新闻事件、引用的新闻源、描述的语言以及阐释的框架都要从无数潜在的选择中挑选出来(无论有意无意)。批评家们认为,从实践的角度来看,范围狭窄的价值观、利益、现实判断建构并贯穿于那些选择,而这些选择又倾向于强化现存的权力结构。

例如,商业化媒体的大部分内容是为了讨好最受广告商青睐的那些富裕消费者,而这些富裕者相对来说比较保守(Bagdikian,1992,第6章)。这种阶级偏见解释了为什么中上水平收入阶层的“抗税叛乱”,与真正贫穷的老百姓不断增长的艰难困苦相比,会在媒体中得到更多的曝光率。但是,这又不一定是编辑为了吸引富裕消费者而有意识做出的决定。在重要媒体中,恰恰是记者本身的社会背景强化了这一点。1993年,当加拿大不列颠哥伦比亚省的新民主党(NDP)政府试图对那些价值超过一定数目的极少数房子加征地产税时,温哥华的媒体反对政府的这一意图。当时,由新闻系学生所做的一项研究表明,《温哥华太阳报》的高层管理人员和专栏作家自己就拥有这样的豪宅(Roberts,1993:30)。

新闻媒体的日常运作建立起了一项接近媒体的等级制度:作为公共议题的“主要定义者”,主要政党的领导者和地位稳固的组织机构的官员们享有特权(Hall et al.,1978,第3章)。选择事件将其转变成新闻故事时(或者首先要对什么够得上“事件”做一界

定),新闻机构通常着眼于其他官僚组织的“阶段性结构”。例如,犯罪报道是由警察和司法机构建构的一批个案,以犯罪和逮捕起始,以判决为终,却忽略了诸如造成犯罪的社会暴力与贫穷等因素,或者罪犯在监狱中所遭遇的经历等内容(Fishman,1980)。

当然,客观新闻的实践有时会使个别政客陷入难堪境地,甚至会推翻某个政客,或对某个特定政府的政策进行负面报道。然而,关键是那些指导事件选择的新闻价值也放大了对假定的基本社会价值的认同:占有性的个人主义、代议制自由民主、福利资本主义(虽然对资本主义的强调日益增强而对福利的强调日益减弱),以及把加拿大描绘成一个对内宽容且充满爱心的社会,而在国外则是和平的忠实捍卫者这样的神话。能够成为新闻的正是那些非常明显地巩固、违反或者威胁到这些价值的事件(Hartley,1980)。

这种认同假设的一种后果就是,想要公开挑战这一认同的对抗性社会实践者会发现自己被边缘化或被人蔑视。迫于压力,他们调和自己的立场,抛弃极端的和系统性的批评,把他们的抱怨整理成小打小闹般的改良,而这种改良必须被现存的政治经济体制所接受(Gitlin,1980:290—91;Robinson,1993:64)。

自由经济和自由民主的主导价值将新闻分成三类或者说三个领域的试金石,这三类新闻分别是共识类、合法争议类以及异端类(Hallin,1986:116—18)。客观性的叙述传统(如要仔细地引用来源以及平衡双方发言人的观点)只对合法争议的领域适用,而在报道那些符合整个社会价值认同的事件或者社会行为者时,记者拥有较大的自由度,可以从同情的角度来设置场景,可以用自己的话来表述,可以不吝使用支持性的话语修辞(Hackett,1991:250)。有关里克·汉森(Rick Hansen)坐轮椅环球旅行的报道就是一个典型的共识类故事。关键在于,从政治与意识形态的层面上看,区分这三类报道的边界一直颇具争议且充满政治色彩,该界线由那些拥有最大权力(能够界定政治和社会现实)的人所确立。比如,把保罗·沃森(Paul Watson)的“直接行动”环境保护主义叙述成“恐怖主义”(即把它归为越轨类的范畴)的一种形式还是一种合法的抗议行为,就是很重要的区别。总而言之,自由民主机构和市场原则被认为是共识类价值,而这些价值的反对者往往被归于异端领域。通过这一过程,新闻趋向于将自由民主与资本主义等同,并将两者自然化,以一种超越历史或者高于历史的方式呈现它们,倘若理性之人拥有选择权的话,所有理性的人都会遵守这样的自然状态。这种假设的傲慢之处在北美媒体对已解体的苏联阵营的报道当中体现得相当明显(Hackett,1991:283—295)。

媒体对政治的定义有一种“保守化”的倾向。英裔加拿大人的新闻着眼于政治事件。两个世纪以来,议会已经成为他们最重要的报道主题(Adam,1976)。的确,政治在新闻中几乎就完全被定义成议会政治和竞选,这一定义与新闻的其他价值(冲突,名流,精英和戏剧性)相统一,与经典的自由主义假设相统一。该假设认为,权力存在于政党代表的正式机构中,存在于与经济、家庭生活及其他方面相分离的机构中(Hackett,1991:79—80)。

自由主义将权力、民主和代议制选举政治等同起来,这将导致两种事关重大的意识

形态后果。第一,那些能施加权力影响但不制造新闻的组织机构从定义上就会消失在公众视线中,而且与之一起销声匿迹的还有权力本身。这些缺席者主要是财产所有者和他们的代表(Golding and Elliott, 1979: 210)。第二,把民主等同于选举政治意味着对抗性社会运动所采纳的非选举的政治形式只是演戏,没有实质意义,甚至是非理性和不合法的(Schlesinger, 1978: 168)。

在所有这些方式当中,新闻叙述趋向于强化主流价值观和利益。其他的批评家走得更远,不但攻击新闻中的描述,甚至攻击由于“客观”新闻而得以强化的社会权力关系。作为一种讲故事的重要文化形式,新闻按一定的方式含蓄地定位它的受众。

典型地,新闻业的大众市场诱导媒体受众将自身定位于消费者。这种诱导在广告以及为服务于广告商而设计的伪新闻材料中体现得尤其明显(例如,典型的北美日报中的旅游、汽车或房地产版)。这种定位在直接新闻叙述的假设中也很明显,例如,罢工争端中最有新闻价值的地方就在于中断对消费者提供产品和服务的报道(Hackett, 1983)。

电视新闻和大众报刊也把受众仅仅当做政治观众而非主角,他们受到政客和特殊利益组织的自由“摆布”。实现这些目标,新闻并不会违背客观性原则,反而准确地遵循它,使自己表现得像一个中立公正的旁观者以及/或者是代表人民与权力阶层对话的人(Connell, 1980)。这样的媒体受众定位也有其保守性,因为它取代了用来定位我们自身(作为工人,作为政治主体)的其他方式,而这些另类方式能够促进大众的政治参与(McQuail, 1992: 188; Lichtenberg, 1991: 228)。

新闻平衡性与公正性的修辞与实践进一步抑制了政治动员,并且这些因素会潜在地弱化政治承诺和参与性新闻业。倘若记者真的平衡了富有争议的看法,那么,逻辑的结论就是,新闻消费者反而失去了能够从中做出判断的任何理性方法,这样的平衡终归是滋长了政治犬儒、怀疑主义以及冷漠的情绪。

另外一些评论家认为:平等、平衡地报道某一议题的两个方面会产生其他保守化效果:比起那些受众不太了解的看法,它更偏爱熟知的、传统的观点,它经常将复杂议题简化为赞成/反对模式,透过精英的声音(例如政府和反对党领导)来定义辩论的范围(Bennett, 1988: 119; Hackett, Gilsdorf and Savage, 1992: 28; Cook and Ruggles, 1992: 37—59)。

以上被提及的保守化效果并非阴谋或蓄意的结果。它们也不是违背客观性道德的结果。相反,保守化效果正是按常规理解客观性并将其付诸实施的副产品。记者们本着谨慎负责的态度遵循着这样的要求,即他们的故事需要使用“恰当”的新闻来源,从而共同建构了新闻中的接近等级(access hierarchy)。而权威机构的发言人或者是决策者恰恰构成了主要的新闻来源,因为他们最容易接近、表述最清楚、消息最便捷也最权威(Gans, 1980)。

所以,批评客观性的欺骗性和批评其保守性合法化效果是一体双面的过程。“客观”新闻业系统化地生产了对世界局部性、意识形态式的描述性文本,尽管它向受众、甚至从

业者伪装或者说隐藏了这种意识形态功能。

客观性表面上有助于赢得媒体受众的信任,因而能够赢得受众对不可避免地根植于新闻中的“导向性解读”的认同。媒体宣称能够提供客观新闻,这也有利于媒体所有者为其对公共领域的寡头垄断进行辩护,并能够先发制人地抢先阻止政府管制以及对其进行有意义的公共问责,阻挠与有着不同运作逻辑的“另类”媒体之间的有效竞争。

考虑到它的局限性,为什么客观性还能保持住它对记者报道新闻以及受众理解新闻方式的支配性地位?一部分答案在于:与上世纪公然的党派新闻和许多国家至今仍然对媒体进行的威权控制制度相比,“客观新闻”的确具有吸引力。更具体地说,客观性在新闻系统中满足了不同利益相关群体根深蒂固的政治、经济和社会需求,尽管这种满足存在着差异与不平等。从历史的角度来看,“客观新闻”能够战胜 19 世纪的党派报纸,与媒体商业化以及为广告商寻求受众的行为是密不可分的。

“客观新闻”通过使媒体达到最广泛的受众群的方式,以满足媒体所有者和广告商的利益。对于记者,就像其他的中产阶级职业群体(医生、律师和学者)一样,客观性美化了他们对专业地位的宣称,提供了一套“战略仪式”,使其免受生意中存在的危险与伤害,例如诽谤案以及新闻源和上级的责备(Tuchman,1971/1972:660—679)。

有时,客观性常规会为利益集团和社会运动就自己的利益干预公共话语提供切入口(Hackett,1991:279)。这些常规也有助于界定和管理新闻媒体与国家之间的共生关系:政治家们需要接近大众,记者需要政治性新闻源,新闻机构需要得到一个稳定的合法政治环境的保障(Hallin,1986:68—70)。

媒体受众也对客观性范式买账。虽然受众会对个别新闻报道或新闻机构持怀疑态度,但对新闻真实性与可靠性的认同也是一种根深蒂固的需要(Bennett,1988:186—187)。认为新闻可能系统性地受到限制或者被歪曲的想法的确令人不快,它要求人们摒弃一幅通向混乱世界的简单易得的地图,保留判断,承认无知,拒绝接受那些被认可的、能够与邻居和同事共享的知识。这意味着承认,比起对预先包装好的图像与叙述的消费,理解活动对脑力劳动的要求更高。

客观性道德并不总是与主导利益如此紧密地结合;它曾经发挥过进步的、改革的作用。在美国(从 19 世纪二三十年代开始)和加拿大(19 世纪后期),客观性报道的起源可以追溯到新兴劳工报刊的民主启蒙话语,它要求国家和新闻业应该代表所有公民的共同利益。虽然那种话语具有局限性,并最终被 19 世纪晚期的流行商业日报所规训、挪用与取代,但是劳工报刊却起到了从底层推动“范式转型”的历史性作用。在当时,客观性要求新闻业和政治反映普遍利益,因为这种利益正遭受着政治文化中权威的保守主义和精英党派报刊系统的践踏(Repo,1986;D. Schiller,1981)。我们认为,倘若它要为 21 世纪可持续发展的民主做出积极贡献的话,当代北美新闻业也需要一种类似的范式转型。

新闻业和自由民主的双重危机

新闻业不会也不可能存在于价值中立的真空中。在西方世界的历史长河中,它与18世纪在欧洲和北美兴起的中产阶级公众相联系,与工业资本主义社会秩序中民主的实现(与被抑制)相联系。在北美媒体明显的愤世嫉俗和非政治主义的表象下,它对政治世界的报道继续蕴含着这样一些“永恒价值”(根据美国社会学家 Herbert Gans 1980 年的分析):种族中心主义,利他民主,负责的资本主义,个人主义,中庸主义,社会秩序和国家领导——以民族国家为中心的自由民主资本主义价值体系。

在21世纪,客观性原则与实践对可行的、可维系的民主能否做出积极贡献,或者说,新闻业是否需要一种新模式?由于北美新闻业深深根植于自由民主资本主义的价值与情感中,因此问题的答案必然就要在对其所依存的社会秩序的张力与内部矛盾的衡量中去寻求,而这种张力和矛盾的积聚已达到了全球性危机的程度。

北美客观新闻媒体在其对冷战结束和苏联阵营瓦解的报道中,充分暴露了意识形态上的偏见。媒体赞美并自然化资本主义(“自由市场经济”)及代议制的自由民主(本质上被认为与“民主”同义),将其作为唯一可能的人类美好未来(Hackett, 1991: 283—295; Hallin, 1992: 68—70)。声声赞美中,媒体坠入了二元推理的模式中:倘若共产主义不可行的话,那么资本主义一定行——这不仅是冷战逻辑的产物,也是西方哲学思想中摩尼教与二元主义的产物。

但这并不顺理成章。自由民主不可避免地传播至世界各地,由此“历史的终结”(Fukuyama, 1992)论调甚嚣尘上,媒体对此的褒赞至少是过于仓促了。资本主义与专制主义政权能够共存,而且,市场经济与政治民主之间也没有必然的联系。同样重要的是,这种褒赞忽视了自由民主资本主义制度所存在的严重缺陷和矛盾,而这种缺陷在资本主义制度自身这个范围之内是无法解决的。在一个全球化和理性化的时代,传统保守主义和社会主义反对者长期以来对自由资本主义的那些批评变得更切合时宜了。

毫无疑问,旧式保守主义者捍卫等级、特权、遵从以及差异。但是他们也正确地意识到对自由主义所设想的市场关系的普遍运用腐蚀了在经济收益框架之外的大多数传统人类价值——家庭、社区、职责、道德以及相互之间的义务。在人类生活的方方面面都屈从于市场关系逻辑、商品交换和资本积累的情况下,在强制性地不断制造永不放缓的技术进步的条件下,在自由主义实际上已成为官方意识形态的情势下(把对它的接受作为进入公共论坛的一个前提条件),在使世界范围内的文化同质化并使这一想象殖民化的前提下,自由主义甚至被某些批评家认为是极权主义的一种新形式(Portis, 1988)。旧式极权主义拥有秘密警察与刑讯室,而与低效率的旧式极权主义不同的是,新式极权主义通过获取认同来使人类社会各个方面都屈从于一个单一原则。

自由主义把自由事实上等同于私有财产所有权,而社会主义对自由主义的批判并没有因为苏联和东欧社会主义实践的失败而显得过时与无效。索取性与占有性的个人主义(acquisitive and possessive individualism)属于自由主义这样一种特定社会体制在意识形态上的副产品,而该体制结构性地(越来越体现在全球范围内)制造出大量的极端贫困作为财富高度集中的对应物。可以让资本主义去征服的领域已经所剩无几。跨国公司在全球运营,其中一些公司所掌控的资源比大多数国家的GDP都要多。但是仍然有数十亿的民众生活在水深火热当中。在这样的世界现实背景下,社会主义有关公民权利的理念,包括其对满足人类基本需求的许诺,仍然具有现实吸引力。

基于民族国家基础上的公民权利是不充分的。国家越来越不能承担公民权利、政治义务这样一些责任,或者无法有效地解决当代生活中存在的主要问题。与其他大多数政治意识形态类似,自由主义认为民族国家是政治美德的储备库,是权利与安全的捍卫者,是政治生活的容器(例如,见 Walker, 1988)。

但民族国家面临由上至下解体的威胁,这是由全球化进程及其相关的组织与安排的增长和权力引起的,而这些组织和安排是不负责任的、等级制的、超国家的,并且代表了精英利益(例如国际货币基金组织、北美自由贸易协定以及众所周知的“三边委员会”等)。与此同时,国家也面临由下至上的瓦解,诸如第三世界国家持续上升的暴乱,日益增加、多达数百万的无国籍难民与民工,种族主义的高涨,宗教极端主义的蔓延,恐怖主义的产生,存在于许多国家(包括欧洲和北美)的族群主义和微型民族国家主义。

生态学辨认出了自由主义的第三个关键性盲点:它对增长的极限没有概念。它假定人类的欲望可以无限制地膨胀,可以不断地获取财产和消费品。我们所依存的经济植根在永久扩张的基础之上,自由主义是它的思想润滑剂。然而我们也亲眼目睹了过度消费、全球资源与环境恶化所造成的持续危机,而这种危机深深扎根于资本主义、技术进步以及第三世界国家流行的主导性“发展模式”的逻辑中。

自由主义的另外一个盲点由女性主义理论揭示出来。无论是作为公共领域象征的被选举的代表性机构,或者是私人领域里的个人权利,都无法解决家庭内的政治经济、妇女劳动力的剥削问题,以及在自由民主胜利后的几十年内仍然将妇女排除在政治生活之外(通过拒绝给予选举权和充分的法律权利)等等这些问题。

更为深入的批评认为自由民主不是真正的民主——部分原因在于:正规的法律和政治平等性与社会阶级间巨大的不平等之间的脱节,而这经常成为社会主义者的关注焦点。相关的批评认为当代自由民主的政治机制(党派、选举以及议会)挫伤了真正的政治参与的可能性;它们已经演变成一些简单机制,而在这种机制中公民最多只能从狭小的选择范围内选取候选者和党派。

一旦大权在握,这些党派又反过来深受没有被选举上但却最有实力的精英(如商业精英)以及结构性力量(资本主义国家的债务危机)的影响,而这些精英和结构性力量并不能起到代表大众的作用(见 Miliband, 1973; Wallace and Miliband, 1975)。北美选举政

治中,以美国的佩罗(Ross Perot)和加拿大的改革党为代表的民粹主义的兴起,部分是制度的民主合法性与其实际表现之间的差距这一政治痼疾的产物。

对危机的罗列还不应忽略世界诸多地区军国主义的扩散和深化,民族国家内部冲突的蔓延,恐怖主义的兴起和在反恐名义下的大规模征服性战争等事实。虽然这些冲突不能完全归咎于西方资本主义,但它们会因为对石油资源的控制和军火工业开拓新的出口市场而加剧,而苏联的解体使西方超高的军事花费失去了一个合适的理由。同时,这也说明国际安全组织(主要是北大西洋公约组织和联合国)对于如何处理冷战后世界范围内的种族和地区冲突毫无准备。

随着世界范围内全球化进程的加速以及市场关系对其他社会文化逻辑的胜利,上述危机正在加剧和深化。全球化也许会削弱人们对世界的位置感,减少掌控自己社群和命运的感觉。它助长了意义、身份、价值和社群危机的产生,并激发了微型民族主义、种族主义和原教旨主义的强烈反弹,因为这些主义宣称要重新确定其传统的身份认同。

这些对全球化落后的、破坏性的后果的反应方式提醒我们,不能在倒跨国公司这盆洗澡水的时候,把自由民主的婴儿也一起给倒了。自由民主包括一些体现人类文明重要成就的原则(例如法制、法律面前人人平等,对个人尊严和权利的尊重,有权选择政治领袖)。与任何有效的意识形态一样,自由主义也包含着一个乌托邦式的核心,即人类解放的图景:自由、平等和博爱(Jameson, 1981)。问题是,自由民主不仅无法达成自己所宣称的历史性理念,除非全球系统的根本性危机能够得到比目前更加强有力的解决,它甚至不可能生存下去。富有意义的人类生存需要可持续发展的经济,这种经济又必须植根在一个新的全球公民社会之中。为此,我们需要一项复杂而大众化的计划,它能够在超越自由民主局限的同时向其最精华的部分注入活力,若没有这项计划,公民社会也就不可能实现。

这与新闻道德有什么关系呢?毕竟,新闻媒体(更不用说客观性道德)既没有创造这些危机,也不能单独解决这些危机。但是媒体与这些危机有关:一方面是根深蒂固的全球性危机;另一方面是作为社会、文化变革基础的公众问题意识的形成,以及对占统治地位的机构进行批判性审视的必要性。处于两者之间的变量之一就是为商业化所驱动且固守过时客观性概念的媒体体系,而这种客观性不但不充分,从某些角度来说甚至是传播可持续民主的障碍。

首先,若始终坚持新闻简单地反映了世界和/或者公正地平衡了自由民主意识形态中的主要观点,客观性的精神特质则有助于掩饰隐藏在新闻判断中的价值观念,因此也终止了新闻业应该反映什么样的价值观(倘若它对可持续民主有所贡献的话)这样的讨论。同样,客观性神话也成为媒体唾手可得的的一个借口,用以解释作为北美权力结构一部分的媒体为什么没有充分地认识和报道其自身。尽管北美新闻业的这一方面一直处于变化中,但是它无法全面公正地分析其自身在社会和政治生涯中的作用。

其次,新闻业对客观性的追求经常会导致对政客和其他精英话语来源被动的依赖,

其间还穿插着对突发性丑闻的追逐以及个人化的批评。在一个以个人化形象创造和政党政治愈发碎片化、同质化和无关化为特征的政治时代，这两种新闻再现都没有很大帮助。

最后，即便是从职业的最佳境界的角度来说，客观新闻业意味着记者一直代表他人说话。即使带有最美好的动机，这种作用也会导致信息歪曲和被排斥者的边缘化。

走向可持续民主的新闻业

倘若有人接受前面对美国、加拿大国内和国际危机的分析以及新闻业在这种双重危机中的角色，那么一个问题很快就出现了：我们下一步应该怎么办？这里我们没有提供一种新的范式蓝图，而旨在简单地提出最低限度的目标，即暗示大体方向和变革主体。最重要的是，我们认为，新闻从业者应该考虑这些问题并给出自己的答案。以下我们提出了一些自己的看法。

第一步，媒体应该使自我反省制度化，鼓励记者和其他人加入关于新闻话语的根本性偏见和新闻影响的对话中。尤其应该有更多“范式之外”的媒体评论，以及更多关于新闻内在价值和不可避免体现利益的认知，这应该是新闻业关于所应服务的价值和利益的论争的前提。

尽管我们把焦点聚集在客观性的局限性上，但要强调的重要一点是，我们并不认为记者应该回归到党派报刊的时代，游离于从未被证明的假设到预定的结论之间。我们认为传统的严肃新闻确实在民主社会中发挥了作用；记者经常会努力将个人偏见置于一边，在公共话语中尽力成为一系列相关观点诚实的发声渠道。

的确，通过强化新闻业已经而且能够做得非常好的部分，它可以在重振民主政治的过程中发挥更为积极的作用：集中公众的注意力，就实质性议题提供多种声音。可以确信的是，一个生机勃勃的公共领域也许会需要一些更加多样化的公众声音。丹·汉林(Daniel C. Hallin)认为，倘若通常的政治新闻源(政党及其领导)没有透露任何有意义的事情，那么记者应扮演积极的对话者的角色，寻找到可信的且有重要话可说的人(Hallin, 1992)。

我们认为记者在选择和阐述新闻的过程中不可避免地根植于一定的利益和价值承诺：例如，公开、可问责的政府和言论自由的自由主义理念，以及(不那么值得称道的)消费主义和对富裕者的偏爱。可持续的、文明的民主在即将到来的一个世纪中几乎必然会要求重新考虑这些承诺。一旦公开揭露客观性原则的隐藏秘密，新闻业中与这些要求相关的作用就会得到更加公开的讨论，甚至可以毫无掩饰地进行辩论。

传统意义上的新闻“看门狗”监督的是政府(而且往往是非常不平衡的)，如今这一功能的目标对象需要扩展至全球超大型公司，以及跨国金融机构诸如国际货币基金组织和

世界银行等权力机构,因为实际上它们已经成为私有的、不可问责的、不受审视的政府。新闻在言论自由和经济繁荣上的倾向性应该延伸至包括生态平衡与和平解决政治争端这样的问题上。

相反,在一个日益缩小的星球上,媒体需要抛弃对消费主义和以消费为导向的“生活方式”的倡导,甚至应该背道而驰。我们也可以辩论,一些事关维系文明话语的必要条件的限制和排斥,能否被公认甚至被赞美。例如,种族主义者应得到与其受害者同样多的时间吗?

我们也并不认为应当用一个单一完整的模式来取代客观性原则。不同的群体和目的需要不同类型的新闻(Curran, 1991)。有时,人们需要用自己的心灵说话。传媒体系内部应该给“诚实偏见”的表达、为倡导性群体更直接地同其自身和更加广泛的群体的接近提供更多的机会。社区广播为这种接近提供了一种模式,但是目前它位于系统的边缘。

可持续性民主的新闻不仅包括对传统价值的重新思考,同时也包括对深层的结构性问题和对媒体经济的改革的思考,由此削弱媒体体系内的商业逻辑的影响力与公司权力的优势地位。同时,这一过程不应简单地视为需要引入严厉的国家控制(例如见 Bagdikian, 1992, 第 13 章)。

这些改革,包括真正的国际媒体(而不是中心化的“全球化”),应该允许多种声音同时存在。这些改革不但包括打破主宰媒体的寡头垄断集团的控制,为公共广播提供更多的国家支持(通过广告税融资),还要改善公众对非商业和非国家的社群、替代性媒体的接近机会。对结构改革的详细讨论超出了本章范围。然而其意义在于:对新闻道德的讨论需要扩大到对新闻体制和意识形态范式的审视上,因为道德的困境正是在该范围内出现的。

没有单一的变革主体。倘若一个直面目前民主危机的新闻业能够出现的话,它的动力将由下至上地产生,而不是来自媒体组织或是政府。正如 1991 年赫伯特·席勒在温哥华的一次讲话中提到的,一个敢于挑战媒体集团权力的政府需要“耶稣基督情结”:它主动要被钉十字架。变革终将发生,它来自于如下因素:受众媒体素养的日益增强、为改善人类和星球濒临危机状态而开展的社会运动以及与这些运动联系在一起的替代性媒体,还有记者自身,特别是与主要媒体集团及其客观性体制没有太多利害关系的年轻记者。

在这个民主危机日益扩大的背景下,致力于对新闻道德准则的深层反思和讨论是变革的第一步。以不同的方式思考、谈论这个世界,是变革这个世界的开端。

第 6 章

公共利益、民主与欧美广播电视的新自由主义化

1980年代以来,以新自由主义为导向的改革浪潮席卷欧美广播电视界,各国广播电视体系发生了深刻的变化。改革的内容主要有三方面:第一,自由化,即通过国家干预,在广播电视领域引入新的经营者。在美国,这意味着新的商业性频道的出现;在欧洲,这意味着打破公共广播电视原有的一统天下的局面,新增私有商营广播电视频道,形成公私竞争的局面。第二,商业化。商业化有广义和狭义之分。广义的商业化适用于公共和私营,泛指广播电视在经营过程中的营利性倾向及其对市场因素的强调;狭义的商业化专指国家减少对广播电视的公共投入,使公共广播电视财政收入中国家拨款或收视费的比重相对下降,而广告费和其他商业性收入增加。改革的第三种形式是“放松管制”(deregulation),或称“取消、放宽规则”,即国家放宽对广播电视产业结构和节目内容的限制。这三种形式互相联系,“放松管制”往往是前两者的前提,因为只有改变现有广播电视法规之后,前两者才有可能实现。这场改革意味着欧美广播电视管理在总体指导思想上的市场化倾向,以及政策天平上从公共利益向商业利益的倾斜。

由于各国广播电视原来的商业化和自由化程度各有不同,国家在产业结构和节目内容上的管理有紧有松,加上各国的政治决策过程有别,市场化的广度和深度也大有区别。但各国在实施市场化的原因、过程等方面又有相同之处。经过十几年的实践,市场化的结果到1990年代末在某些方面已有突出表现。本章是对欧美广播电视业从发展初期到1990年代在政策管理方面所发生的重要的历史性转折的宏观概述与分析。

欧美广播电视新自由主义化的背景

由于广播电视在社会政治文化中的重要地位,以及发展初期无线电频道资源的有限性,1980年代以前,欧美各国广播电视基本上遵循着国家垄断或国家管制下的公共与私

营相结合的发展模式,以营利为目的的美国商业模式被绝大部分西方国家所否定。在欧洲,除了卢森堡等个别小国外,各国均视广播电视业为公共服务事业。英国是这一传统的突出代表。

BBC不仅是公共的,其收视费也来自公众。1950年代,由于商业利益的压力,私营的独立电视网(ITV)打破了BBC的垄断地位,但由于ITV特殊的产权结构以及专门管理机构——当时的独立电视局(ITA)的严格节目管理,如黄金时间必须有新闻与时事节目,必须有一定数量的本国节目和地方节目,广告不准与节目挂钩等,商业电视的弊病被减到最低限度。更重要的是,由于BBC与ITV之间的竞争是真正的节目竞争,而不是对广告商的竞争,英国不仅避免了商营广播电视介入后低质量节目挤掉高质量节目的可能性,反而使两大系统在竞争中各自提高了节目制作水准,都能很好地服务于公共利益。因此,无论在管理上还是在理论层面,商营的ITV被看做是英国公共广播电视体系的有机组成部分。为了进一步完善公共广播电视制度,英国于1982年建立了专门提供非大众口味节目的第四频道。这一频道以其独特的运行机制(自己不做节目,只购买社会各界,尤其是独立制片人的节目)和间接广告资助模式(广告由ITV卖,ITV则保证第四频道的经费),一方面利用了社会上的节目制作能力和商业性资金,一方面避免了节目商业化的倾向。英国的例子说明,在特定的产业结构和管理体制下,商营广播电视也能很好地服务于公共利益。

即使在自由经济思想最有影响的美国,教育、文化、劳工、宗教,甚至政界和广播界有识之士在美国广播制度形成之初,就对不加管理的私有商营广播的局限性有着清楚的认识。他们认为把无线电波交给私人谋利是对这一资源的滥用;依靠广告的私有商营广播与真正的民主、平等原则不相容,因为追求广告意味着广播内容必然迎合广告商最感兴趣的中产阶级的利益,节目必然倾向于随大流,维护现状,而忽略少数人所抱持的有争议的、一时或许并不那么引人注目的意见。同时,他们认为,非营利性的时事类和文化教育节目必然被商业广播所忽视(McChesney,1994)。正因为如此,美国在1920年代末、1930年代初有过一场颇具规模的广播管理改革运动。虽然这场运动没能从根本上改变美国的商业广播制度,但三大商业网在各方面受到了联邦通讯委员会的严格管理。在节目内容方面,联邦通讯委员会最有影响的法规之一是“公正准则”(Fairness Doctrine)。针对商业性广播电视偏重娱乐性节目、忽略新闻时事内容的倾向,这一准则要求广播电视提供一定时段的时政节目。同时为了避免节目内容的片面性,这一准则要求广播电视在报道有争议的时政问题时,给予争论各方以均等的机会。虽然在实践中,公共准则往往只适用于社会上的主流观点,但它毕竟强调了广播电视业不同于一般商业的特殊性和公益性。作为美国新闻业中的客观性准则的重要内容,平衡原则也开始在广播电视中有了一定的制度保障。在产业结构方面,美国一方面限制广播电视业在纵横两方面过于集中,一方面保护三大网的寡头垄断地位,不让第四者插足,使它们有稳定的市场和利润,以此促进它们通过内部交叉补贴的方式制作一些本身不赚钱,甚至亏钱的节目。比如在有线

电视发展之初,联邦通讯委员会就对有线电视播放广告、电影、体育等高利润节目有所限制,以保护现有无线电视台的收入(Horwitz,1989:190—195)。即使这样,由于商营广播电视忽视公共利益的倾向性十分明显,美国在1967年又成立了公共广播电视体系NPR和PBS。虽然PBS一开始就接受商业赞助,而且影响有限,但它毕竟打破了三大商业电视网的垄断局面,在时政、文化教育和儿童节目等方面弥补了商业电视的不足。

总之,1980年代以前,广播电视被认为是公共讲坛。作为广播电视业追求的目标,社会政治文化发展的需要高于商业利益。公共或由国家严格管制下的商营广播电视被认为是保障西方民主制度、维护公共利益的必然要求。不过公共利益从来就是一个模糊的概念。一般认为,公共利益包含了以下原则:独立——在政治上不为政府或其他利益集团所左右;平等——观众不分等级享受同样的服务;全面——满足不同层次、不同口味的观众需求;多元——反映不同的观点,照顾少数人的兴趣;不迎合——不追求最大的观众数,不一味迎合观众,而是通过节目来培育民主精神,提高公众的文化品位。

到了1980年代初,政治、商业和技术等诸多因素改变了传统的广播电视体系和管制模式,公共利益的概念也随之被重新定义。从宏观的政治和意识形态角度来讲,以撒切尔、里根为代表的新的自由主义政治经济理论拥护者普遍反对政府干预社会经济生活,反对福利社会的各种措施,主张给私营经济以更多的自由,让市场在社会经济生活中起主导作用。公共广播电视事业及其相应的管理体系作为1930年代以来形成的国家资本主义和福利社会的政策产物,自然成了新自由主义改革的对象。从更直接的政治角度讲,各国的保守势力一般对公共广播电视的政治倾向颇有成见。他们认为公共广播电视从业人员自主性太强,公共广播电视在政治上同情工会、女权运动以及其他社会政治思潮与运动,而对政府和权威机构,尤其是对商业集团持对立态度。不可否认,由于公共广播电视在欧美部分国家一方面有相对于政府的独立性,另一方面没有或较少地受到商业利益的影响,加上从业人员有相对稳定的工作保障,节目内容确实比商业广播电视节目更富有同情心、正义感和社会批判精神,并且能更多地反映非消费主义话语的价值观。但一些批评者仍认为公共广播电视基本上维护了主流社会的利益,并没有充分反映下层民众和非主流社会的声音。尽管如此,1980年代初开始在欧美各国(从美国、加拿大、英国、比利时到新西兰)执政的保守派政府都视公共广播电视机构为政敌,在言论上攻击它们,在政策上削弱它们。当然,政客也有夸张的一面。

法国是例外中的不例外。虽然1981年上台执政的是左翼社会党,但社会党对法国公共广播电视也有改革的愿望。这得从法国特殊的政治体制以及政府与公共广播电视的特殊关系两方面来解释。与英国不同,法国强行政、弱议会的政治体制决定了公共的广播电视虽然在名义上独立于政府,在实际运行中却容易受到执政党的操纵,成为执政党的党派宣传工具。因此,法国的公共广播电视其实属于高度政治化了的国家垄断体制。社会党在野20多年,在媒体上一直受到不公正的待遇,深感这一体制的弊端。因此,社会党上台后,决定把广播电视从“政府”手中“解放”出来,使它们成为真

正相对独立于政府的力量(Humphreys, 1996: 146—48)。倘若说市场化和削弱公共广播电视的政治影响是其他欧美国家改革广播电视的目的的话,法国社会党的出发点则是民主化。

1980年代初,尽管原因各有不同,英、美、法等主要西方国家的执政党纷纷对现有的广播电视制度提出批评,并进行改革,由此形成了强大的政治潮流,这正好符合了工商界的利益和诉求。由于广播电视业巨大的商业潜力,持有广播电视经营执照被认为是“持有自己印钞票的执照”,而投资者对此也一直虎视眈眈。有线电视与卫星电视技术的发展一方面使政府之前以频道资源有限进行干预的理由失去了说服力,另一方面又为投资者提供了进入广播电视产业的新途径。因此,广播电视业外的投资者,尤其是其他媒体的经营者,纷纷要求政府放宽政策,允许他们经营广播电视业。而原来的无线广播电视经营者一方面不希望有新的竞争者,另一方面也觉得政府的管制限制了他们扩大经营规模和进一步增加利润的自由,因此,他们也希望政府在某些方面给他们松绑。他们或直接或间接地形成了强有力的院外活动势力,千方百计对政府和议会施加压力。在美国,代表广播电视业主利益的全国广播电视协会(NAB)是全美最有影响的院外活动集团之一。总统、议员选举得靠他们,所以谁也不愿得罪他们。在欧洲,大的传媒集团,如默多克的新闻集团,法国的 Hachette SA,德国的贝塔斯曼,意大利的贝卢斯科尼也给各国政府施压。默多克更是软硬兼施,先后成功打开了英国卫星电视和美国常规电视的市场。他在1985年购买美国十家电视台组建了它的 FOX 电视网,1990年在英国成立 BskyB 卫星电视,这两次行动分别违反了这两个国家在广播电视业投资方面的有关法规。与此同时,默多克拥有的英国报纸与撒切尔一道成了公共广播电视制度的抨击者。

除了广播电视投资商外,在欧洲推动广播电视商业化的还有一个很有影响的商业集团——广告商。由于欧洲的公共广播电视体系一般限制广告播出的数量与形式,以及由于广播电视对广告的垄断性经营,广告商也认为公共广播电视体系不仅在数量上不能满足他们的促销需要,而且在广告服务和价格上也使他们处于被动地位。因此,欧洲和各国广告商会组成了专门的院外活动集团,在全欧和各国两个层次上向政府施压,要求开放广播电视广告市场(Humphreys, 1996: 172—173)。

此外,其他商业利益,如家电制造商也希望广播电视业进一步自由化和市场化,这样他们就可以开拓付费电视解码器、卫星电视接收器等电视设备市场。由于各种商业势力都看好广播电视业,各国政府纷纷发展传播产业,开拓传播软硬件市场,这被视为经济发展的主要手段之一。

总之,政府有意,工商界施压,新技术又提供了可能性,广播电视业的市场化成了势不可当的潮流。当然,只有赤裸裸的政治经济利益还是不够的,广播电视的市场化还得有一套相关的传播学理论。这一套理论把广播电视产品视为一般商品,主张消费者至上,并把市场竞争看成是实现公共利益的主要手段。里根政府1982年任命的美国联邦通讯委员会主席马克·弗劳厄的两句“至理名言”是这种理论的极端表现。他的第一句

话是：“电视机只是另一件电器，是有图像的烤面包机”（Horwitz, 1989: 245）。他的第二句话是：“公共利益就是公众感兴趣的东西”（The public interest is that which interests the public）（Hallin, 1996: 258）。他在这里玩了一个文字游戏，因为英文中“interest”一词，既有“兴趣”之意，又有“利益”之意，既是动词又是名词。可以看出，市场化的倡导者们并没有公开抛弃公共利益这一原则，而只是重新定义了这一原则，并将市场竞争解释为实现公共利益的手段。他们认为传统的公共广播电视效率低下，机构臃肿，缺乏开拓创新精神。只有在市场竞争中，商业广播电视才能有效和积极地采纳新技术，开拓新的服务内容。他们甚至认为，一个开放的市场会给小制片商们提供更多机会，从而带来节目的多元化（Humphreys, 1996: 161—162）。

在解释市场化的原因时，还有两点值得一提。第一，就像当初无线电频道的有限性不足以解释公共广播电视制度的建立一样，新技术的发展也不足以解释 1980 年代以来广播电视的市场化趋势。新技术虽然是促进广播电视业自由化的重要原因之一，技术本身却从来不是自我决定的社会力量。在美国，有线电视技术在 1950 年代已经成型，但由于政府的限制，直到 1970 年代后，有线电视业才真正发展起来。在英法，尽管两国政府同样采取了自由化的政策，有线电视在 1980 年代初发展得并不快，没有给原有的广播电视体系造成太大的压力。在意大利和其他南欧国家，新技术也没有在最初的自由化过程中发挥很大的作用（Humphrey, 1996: 177—178）。

第二，虽然各国保守势力以及新自由派政治经济理论是市场化的主要推动力量，但是像法国社会党一样，其他国家的一些社会势力出于媒体民主化的愿望，也在某些方面支持政府改革现有的广播电视管理制度。比如在美国，就有知识界部分力量和一些参与媒体民主化的社会活跃分子支持改革。与新自由派理论相反，一些追求社会平等与公正的管理学家认为，像联邦通讯委员会这样的管理机构没能真正地为公众服务，而是成了其管理对象——广播电视公司——的俘虏，处处保护它们的利益。他们认为，现有的广播电视机构及其国家管理体制不够合理，不够公平，没有充分体现民主精神，因此著书立说批评现有体制。而一些社会活跃分子一方面反对政府给现有的广播电视机构松绑，一方面又要求政府在有线电视领域采取开放的政策，以使他们自己也能直接参与广播电视事业，从而打破商业广播电视的统治地位。“倘若你不喜欢媒体，那你自己就成为媒体”，这句话概括了媒体民主化运动中某些活跃分子的一种主张。当 20 世纪 50 至 60 年代有线电视出现时，一些社会活跃分子把新技术当做改变传播现状的突破口，认为可以利用有线电视进行非商业性的、由社群控制的双向性传播（Horwitz, 1989, 200—203; 251—254）。虽然他们的这些愿望在具体的决策过程中被扭曲，但是这种“参与式乌托邦主义”在客观上使他们成了大商业投资者的盟友。

■ 市场化热潮

各国重建广播电视的重要步骤之一是削减对广播电视业的公共投入。在加拿大,联邦政府对公共性质的加拿大广播公司 CBC 的财政投入,在 1983 年与 1994 年之间按实际价格算削减了 23%,这个数字高于国家对军费和所有联邦部门平均的财政削减率。倘若把 1998 年已经计划好了的裁员数算进去,CBC 全职工作人员数目只有 1984 年的一半(Herman and McChesney,1997:159—161)。在美国,各级政府投入在 PBS 的经费份额从 1973 年的 70% 减至 1992 年的 46.6%。与此同时,企业和私人资助的份额从 30% 增加至 53%,其中企业资助增加了 30%,从 1973 年占总份额的 4% 增加至 1990 年的 16.8%,而联邦政府的份额从 1973 年相当于企业和私人份额的两倍下降至 1990 年的不足一半(Hoynes,1994:90—92)。

在欧洲,部分国家降低收视费,或者干脆废除了原有的收视费制度。英国 BBC 的收视费在 1987 年与零售价格指数挂钩后实际减少。BBC 被迫采取了一系列开源节流的措施。从 1986 年到 1993 年之间,BBC 裁员 7000 人,失去了 1/4 的固定职员,广播电台数量从原来的 48 个缩减到 1996 年的 38 个。这使 BBC 节省了数亿英镑的开支(Franklin,1997:185—187)。

虽然 BBC 至今仍未在国内主要频道上播放广告,但它的商业化趋势已十分明显。在内部管理上,BBC 推行了“内部市场制”:制片人必须从 BBC 各部门购买各种服务,倘若外面的服务价格更低,制片人还可以买外面的服务。与此同时,BBC 开始在国内外经营商业性频道。它在 1991 年开始了不靠收视费的营利性的 24 小时国际服务(WSTV),1995 年和私营公司合作开设了两个欧洲卫视频道,1997 年开设了 24 小时国内有线电视新闻频道。它还与美国的有线电视公司 TCI 合作,计划 1998 年在美国开设一个叫“BBC 美国”的有线电视频道,专门向美国观众提供 BBC 节目。BBC 利用自身多年来在公共广播领域创造的世界品牌效应,以商业性国际服务所得利润补贴国内广播电视服务,来保持其非商业性的特色,这已成了 BBC 的战略发展措施(Miffin,1997)。

在葡萄牙,公共电视机构 RTP 的广告收入在全台总收入中的份额从 1970 年代末的 30% 增加至 1991 年的 63%。执政的社会民主党在 1990 年的一次关键性选举前废除了收视费制度,而收视费在当年度还占 RTP 总收入的 20%(Traquina,1995:229)。总之,在整个西欧,从 1985 年到 1989 年四年间,广播电视广告收入占总收入的份额从 34% 增加至 40%,收视费从 37% 降至 26.8%(Traquina,1995:229)。

在削减公共广播电视公共收入的同时,原来拥有公共广播电视的国家不仅引入了商业性的有线电视和卫星电视,并纷纷引入私营的常规商业电视网,形成了公私竞争的局面。但与英国原来的 BBC/ITV 之间的竞争形式不同,许多国家的公共电视网原来就已经部分地依靠广告收入,新的商营网出现后,两大系统在广告收入领域展开竞争。

法国、意大利和葡萄牙等国,短短几年的改革使得原来公共垄断的广播电视体系很快就变成了以市场为主导的广播电视体系,该做法被称为“野蛮的放松管制”(savage deregulation)。意大利在这方面走得最早。1970年代中期以后,公共RAI的垄断地位受到了一些地方性的非法商业电台的挑战。1976年意大利宪法院的一个判决承认了这些地方电台的合法地位,从而引进了私营广播。此后由于国家对私营广播电视的发展基本上采取了放任自流的政策,自由化的进程一发不可收拾。到了1982年,私营电台、电视台达到了1500家。紧接着是迅速的兼并与集中。一些出版商不顾法院只批准地方性电台存在而不准全国联网的规定,擅自建立起全国性网络。到了1984年,房地产商出身的贝卢斯科尼从出版商手中收购了大部分商业性网络,基本上垄断了意大利的私营广播电视业,1993年,贝卢斯科尼控制的三大私营电视网的市场占有率达到44.5%,与公共RAI的46%平分秋色(Herman and McChesney,1997:170—171;Humphreys,1996:179)。

在葡萄牙,非法私营电台在1980年代初开始出现。执政的社会民主党在1980年代末通过了新的广播电视法,修改了宪法,使上百家私营电台合法化。1992年10月与1993年2月,两家私营电视网相继开播,葡萄牙电视业进入了公私竞争的局面。这两家电视网一家由前总理巴尔斯马奥(Pinto Balsemao)领导的、主要代表出版商利益的多媒体集团控制,一家则由与天主教会有关联的一些组织控制(Traquina,1995:225)

法国社会党在1981年上台后,通过立法,成立了相对独立于政府的广播电视管理机构。与此同时,社会党政府给予非法商业电台以合法的地位,并且引进了商业性的娱乐电视网La Cinq。与右翼政府不同,法国社会党制定了一套庞大的公共有线电视计划,建立了由国有的哈瓦斯广告公司经营的付费电视Canal Plus,并与比利时、瑞士的公共广播电视机构合资建立了专门弘扬法语文化的公共卫星频道TV5。右翼政府则在1986年到1988年短暂执政期间迈出了欧美广播电视市场化最大胆的一步。法国最主要的公共电视频道TF1被私有化,原来国有的电视制作公司——社会党建立的Canal Plus,以及控制着部分地方电台的一家公司也相继被私有化,社会党的公共有线电视计划也移交到私人手中(Humphreys,1996:180—182)。由于两届政府左右开弓,法国在1990年代已经成了欧洲在广播电视市场化方面走得最远的国家,公共广播电视由此从垄断地位沦为唱配角的地位。

在西班牙,由于弗朗哥政权的长期独裁统治,广播电视一直在政府的直接控制之下,没有形成相对独立的公共广播电视制度。直到1980年代初,当别的西欧国家已经开始引进市场机制,走上市场化道路时,西班牙才开始匆匆搭上建立相对独立的公共广播电视体制这趟车。1980年西班牙成立的公共广播电视机构RTVE及其相应的管理体制基本上遵循了西欧原有的公共广播电视的公共利益原则。这一体制强调了广播电视信息传播和社会文化教育功能,以及自由、平等、参与等民主原则。由于独裁的政治历史,西班牙1980年代的广播电视法案特别强调培养公民的民主意识和尊重少数派利益的精神(Lopez-Escobar,1992:164)。到了1988年,西班牙广播电视就赶上了市场化的潮流。这

一年西班牙议会通过立法,允许政府批准开播三个私营电视频道。公共电视网的两个全国性频道在1990年代初还拥有50%以上的观众,其经济来源几乎全部依靠广告(1986年是97.6%)(Humphreys,1996:127)。私营台开播后,公共与私营电视对广告的竞争十分激烈,两大系统都不免用暴力、色情等内容来吸引观众。由于没有公共投入这一物质保证,西班牙政府倡导的公共服务原则基本上是一纸空文。

与以上各国相反,英国虽然是撒切尔主义的发源地,但由于公共广播电视传统历史悠久,深得民心,甚至得到保守党议员们的支持,再加上强有力的议会和社会精英阶层有效参与英国政治决策过程,英国的政策不像意大利那样失控,或如法国那样呈一边倒趋势,广播电视市场化的步骤比较平稳,整个过程也充满了妥协,最后没有走得如撒切尔主义者所希望的那么远,国家作为英国广播电视的组织者和管制者的地位没有根本改变(Sparks,1995:140)。

除了前面提到的BBC内部外部的商业化改革之外,英国广播电视的市场化是通过一系列的专门立法得以实现的。1984年的《有线电视法》首先瞄准电视市场,新成立的有线电视管理机构(CA,1990年与IBA合并成了后来的独立电视委员会——ITC)不仅在有线电视建台和节目内容方面没有IBA管理无线广播电视那样严格,而且明显发挥着推动有线电视发展的功能。1990年代,由于有线电视发展仍然停滞不前,政府进一步放宽对这一领域的管理,以至于到了可以允许外资进入和利用有线电视来提供电信服务的地步。结果美国的有线电视公司和电话公司很快进入了英国市场,并基本控制了英国的有线电视业(Herman and McChesney,1997:168)。

在卫星电视领域,英国政府不仅在面对默多克的强硬手段时显得束手无策,甚至还提供给他一些优惠政策。由于默多克在英国媒体行业有相当规模的投资,他的新闻公司被禁止进入英国电视业界。但默多克还是于1989年在卢森堡注册了专门面向英国的卫星电视频道“空中电视”。1990年,默多克的卫星公司兼并了另一家设在英国本土的卫星电视公司,在伦敦成立了BskyB。显然这一举动违反了刚刚生效两天的英国新《电视法》,而且默多克事先也没有通报英国广播电视管理部门,但英国政府默认了这一事实。不仅如此,BskyB还获准可以不承担普通电视必须遵守的欧盟有关欧洲节目内容的规定,而其制作的新闻也不受任何管制。有宽松的节目政策,又有新闻公司在英国报业的高额利润做后盾,BskyB在头几年亏本数亿英镑以后,于1993年开始赢利,并开始在英国电视业中站稳了脚跟(Franklin,1997:199—201)

英国广播电视市场化的另一重要步骤是1990年的《广播电视法》。这一法案旨在把竞争机制引入由ITV垄断的商营领域。但该法案从一开始就备受争议,讨论期间产生了440条修正案。首先,这一法案原定把第三频道ITV各台原来三年的执照期延长至十年,执照以投标的方式拍卖给出价最高者。这一不考虑投标者对节目质量许诺的绝对商业原则立即遭到诸多反对,于是法律最后规定了一定的质量标准,如节目必须多样化,黄金时间有一定的新闻时事节目等,并规定在特殊条件下,执照可以卖给出价较低,但许诺

质量高的投标者。其次,这一法律没有采纳把第四频道私有化的主张,重申了这一频道提供非大众口味节目的原则。与此同时,法律要求这一频道从1993年起自己卖广告。不过,为了阻止这一频道的商业化,这一法案又为第四频道设计了一套财政收入的“保险”计划,赢利时给ITV各台一定的“保险费”,亏钱时由ITV各台给予补贴。再次,根据规定,由政府招标成立另一家由广告资助的商业电视频道,即第五频道。这三方面的改革结束了ITV在广告方面的垄断地位,把对广告的竞争引入了英国商营电视领域。

在产业结构方面,英国1996年的《广播电视法》也是稳中有放。这一法案对任何一家公司所能拥有的电视台数量已经不设限制,只是规定观众数量不能超过商业电视总观众数的15%。与此同时,该法案规定非英籍和非欧洲经济区的投资者以及拥有20%以上的英国报业的公司不准拥有英国无线商业电视台和广播电台(Franklin, 1997: 209)。这防止了英国媒体过分集中,并鼓励了一定程度的兼并。

总之,英国广播电视市场化的进程比较细碎,但是各种措施加起来,也造就了国内电视业深刻的变化。以BBC/ITV为核心的公共广播电视仍占统治地位,而且BBC的收视费制度也得以维持,但BBC的商业化与有线电视、卫星电视、第五频道的引入,以及商营领域内对广告争夺的出现,势必改变整个体制中各方力量的对比与竞争形式。

在美国,虽然新自由主义化政策在1970年代已显露端倪,大规模的广播电视放松管制却始于1980年代初,以1996年新的《电信法》的通过为高潮。联邦通讯委员会针对广播电视节目内容所出台的大部分法规在1980年代就已被取消。如1981年和1984年,联邦通讯委员会分别取消了对电台、电视台在广告时间上的限制和关于必须提供新闻时事性节目以及地方性节目的规定,电台、电视台也不再要求保有节目记录以便公众查询。1983年,联邦通讯委员会取消对儿童节目的各种指导性意见,包括必须提供教育性节目,每天都应安排儿童节目,并且应该根据不同年龄段的儿童收视习惯来安排节目等规定。1987年,著名的“公正准则”也在各种公共利益集团的一片反对声中被废除。在产业结构方面,美国的管理部门与英国政府别无二致,不仅对默多克的商业攻势毫无招架之力,还必须为他的FOX电视网在美国立足大开方便之门。与此同时,联邦通讯委员会原有的一些用来限制媒体集中的措施或被取消,或被放宽。比如,每家公司可以拥有的电台、电视台数从1980年代的7家增加到12家,而到了1996年的新的《电信法》,只要每家公司的全国观众数不超过30%,也就不会限制各传媒集团所能拥有的电台、电视台数量。电台、电视台的执照期限由原来的5年延到了8年。为了保证电台、电视台业主的相对稳定,促使他们关心地方利益,联邦通讯委员会原来规定新业主三年之内不准转卖新买来的电台、电视台,这一期限到了1996年则被减到了一年(U. S. Telecommunication Act of 1996)。另外,联邦通讯委员会用于促进电视剧制作领域的公平竞争,保护独立制片人利益的所谓“经济利益和辛迪加规则”,即不准ABC、CBS和NBC三大网拥有电视剧所有权和辛迪加权的規定也在1995年底被取消(Sterngold, 1997)。

美国在有线电视自由化发展上所走过的道路比较曲折,经历了限制—放松—再限

制一再放松的过程,原来用于限制有线电视发展的一些措施从1970年代开始被逐步取消,这使得CNN这样的有线电视“超级台”的发展有了可能。但在开放有线电视市场的同时,考虑到国会和公共利益活跃分子的督促,以及地方政府在有线电视网的建立过程中的作用等因素,有线电视经营者在提供公共服务方面做了一些努力。比如,各地方的有线电视网一般提供专门的社群参与频道,方便和协助一般的民众和各个社群组织制作和播出电视节目。另外,从1979年起,有线电视经营者也资助了专门报道公共事务和美国国会活动的有线电视和卫星公众事务网——C-Span。作为1980年代里根上台后“放松管制”的一部分,1984年的《有线电视法》放开了有线电视基本费率,规定了联邦政府和地方政府在建立有线电视网中的权限,并取消了有线电视经营者必须为公众、政府和教育性机构提供频道的法律要求。这一法案,加上联邦通讯委员会后来允许常规广播电视经营者和电讯经营者进入有线电视业的规定,使美国有线电视业出现了地方垄断和全国性集中的局面,其基本费率在1984年和1992年之间增长了4倍,有线电视入户率到1990年代初只达到60%(Rideout and Mosco, 1997: 94)。由于社会各界的压力,美国国会不顾有线电视业界的反对和布什的否决,1992年强行通过了《有线电视消费者保护和竞争法》。该法案重新赋予了联邦通讯委员会在基本费率和地方政府建立有线电视网等方面所拥有的部分控制权,并要求有线电视必须转播所有的常规电视频道,基于这一法案的影响,有线电视基本费率在1993年与1995年之间曾一度下降,电子传播各领域也由于跨行业投资方面限制的放宽而开始相互渗透。1996年的新《电信法》则不仅又放开了有线电视基本费率,而且旨在推动传统的电视业、有线电视业和电话、计算机通讯各领域之间形成全面融合、全面竞争的态势。

综上所述,欧美广播电视界1980年代以来的这场变革是深刻的、历史性的,同时以下几方面值得注意。第一,虽然市场机制在各国广播电视体制中所起的作用明显增加,各国市场化的程度还是很不一样的。比如,在新闻时事方面,美国已对广播电视没有任何要求,而英国则继续要求私营广播电视在黄金时间播出新闻时事节目;在广告时限方面,欧洲各国的标准也很不一样,法国公共电视平均每小时只准播6分钟的广告,英国每小时平均7分钟,最多不能超过7分半钟,而在葡萄牙,每天最多可有5%的电视广告时间,每小时可播12分钟的广告(Traquina, 1995: 229)。又如,美国电视台可以出现整个30分钟的儿童节目变成了玩具广告的现象,而欧洲的一些国家仍然规定儿童节目前后以及中间不准插播任何广告。

第二,各国法规改革的过程是一个充满了争斗和妥协的过程,其中多多少少有一些“重新管制”(re-regulation)的成分,同时,这一过程也并不意味着规则条数和管制机构的减少。英国在这方面比较明显。上文没有提到的德国广播电视市场化的过程比英国更加谨慎,各方面的争斗使整个过程放中有收。倘若说英国市场化最终有可能动摇原有的BBC/ITV公共广播电视体制的话,那么德国联邦宪法法院在1986年至1994年的一系列判决中则明确表示,引入私营电视的前提是“保证公共系统的继续存在和发展”(Hum-

phrey, 1996:186)。德国一方面大力引入新技术和新的私营频道,一方面对私营领域的各频道严加管理,从宪法的高度保证公共广播电视及其价值体系在今后的主导地位。即使市场化脚步走得比较仓促的法国、意大利,也有一些“重新管制”的措施,法国右翼政府在把公共广播电视部分私有化的同时,在1986年的《广播电视法》中也采取了一系列复杂的限制传媒集中的措施。社会党在1988年重新执政后,虽然没有把法国一台重新国有化,但通过公共投资建立了一些小规模公共服务频道,包括另一个专门弘扬法语文化的卫星频道 La Sept。与此同时,法国政府采取了其他一些保护和发展法国影视业的措施,并在欧盟积极倡导文化保护主义的政策。1990年代初起,意大利社会各界就开始高度关注贝卢斯科尼在私营广播电视领域的统治地位,他们纷纷要求政府加强对广播电视的管理,这一反私有化的逆流导致了1990年的《广播电视法》。该法案在一定程度上限制了贝卢斯科尼媒体集团的继续扩张。另外,这一法案对广告的时间和次数也做了限制(Herman and McChesney, 1997:172)。还有,在欧洲,从1980年代后期开始,欧盟和欧洲议会在广播电视管理领域起着越来越大的作用。虽然欧盟的总政策是促进区域广播电视的市场化,但在某些方面欧盟的政策也凸显其“重新管制”的一面;在美国,虽然“重新管制”的成分少了一些,但有线电视自由化走的也是有进有退、一波三折的道路。由于儿童节目领域在1980年代的市场化和商业化曾招致社会各界怨声载道,直至1990年代初,以《儿童电视法》的通过为标志这个领域走上了重新管制的道路。从1997年秋季开始,各大电视网又被要求提供一些教育性的儿童节目,而且每星期必须有3小时的儿童节目。

第三,虽然欧洲各国除奥地利和爱尔兰以外,或多或少地引进了商业广播电视体制,但到目前为止,只有法国把原有的主要公共电视频道私有化。而且,虽然各国公共广播电视机构的力量相对被削弱,但没有一个国家抛弃公共利益的原则,完全把广播电视当做一般产业对待。即便在美国,集中反映了市场化思潮的1996年《电信法》也没有抛弃公共利益这一概念。正如一位学者的评论,这一法案是把公共利益放到市场上去做“双重赌博”:给传媒集团松绑会促进竞争,这是一种不能保证发生的前景;而竞争能实现公共利益,保证社会稳定和民主行为,这又是一种不能保证出现的期望(Aufderheide, 1997: 274)。这是前所未有的赌博,而且立法者也不是没有矛盾和顾虑的。实际上,该法案一方面对市场充满了信心,主张用市场来代替国家对传播产业结构方面的管理,一方面又对不加管制的市场可能在暴力、色情方面所产生的结果心存疑虑,以至于在这些方面出台了比以前的法律还要严格的内容控制审查条款。在暴力方面,为了保护儿童,这一法案要求电视台对节目内容分级,并要求今后的电视机装上过滤暴力内容的“防暴卡”(v卡)。这实际上是把电视台所应负的社会责任转嫁给了家庭,尤其是父母身上。此外,在因特网发布色情和各种歧视性内容方面,这一法律不惜违反美国第一宪法修正案,规定了严格的内容限制,以及包括罚款、囚禁等严厉的处罚措施。因此有关条款在1997年被美国最高法院以违宪为名推翻(Greenhouse, 1997)。

美国1996年《电信法》是连续政策过程中的一环。20世纪90年代末,时任美国副总统的戈尔成立了一个传播政策委员会,着手研究如何促使电视台在拿到免费的数字电视频道后履行维护公共利益的义务等议题,有的议员要求电视提供低价的政治广告时间,还有一些人甚至建议恢复联邦通讯委员会早已废除的“公正准则”。

新自由主义化的影响

不管今后的政策走向如何,欧美广播电视界这场变革产生了深远的影响。市场化给欧美广播电视业带来了空前的繁荣,加上1990年代迅速发展的数字化和宽频传输技术,电视已经进入了令人眼花缭乱的多频道时代。几十个,甚至上百个电视频道已不足为奇,新的大众化商业电视频道以及各种各样的窄播频道的出现,使多样化等原则得到了一定的实现。多元化原则也随着少数民族自办的各种电台、电视台,尤其是有线台的出现和外国节目的引入而在很大程度上得以体现。一些主张参与媒体制作的媒体民主化运动活跃分子也以有限的资源开办了有线电视与卫星电视频道,在主流之外抨击时弊。由市场化带来的媒体全球化促进了国际交流,使闭关自守成为不可能。

但值得注意的是,欧美越来越多的人开始怀疑市场化之路能否通向“公共利益”这一目标,只有从市场化中直接获利的少数人士仍然坚持这一观点。学术界、政策制定者、公众,甚至新闻界本身对广播电视市场化的批评之声不绝于耳。关于市场化影响的讨论主要集中在以下几方面。

第一,市场化削弱了欧美广播电视相对于政府和商业利益的独立性。如新自由派所希望的那般,公共广播电视的力量在许多国家被削弱并面临危机。竞争对手的增多,以及对广告和市场依赖性的增强,使公共广播电视节目的商业化倾向愈发明显,而节目的商业化和观众因频道增多而减少的趋势,又使各国政府更不愿或更难以增加财政投入或提高收视费,危机没有得到解决,反而令公共广播电视机构的境地变得左右为难,只能在节目中倾向于谨慎行事;政治上,虽然许多国家的政客宣称法规改革的目的在于减少国家干预,但在实际的政策执行过程中,执政者通过对公共广播电视机构和管理机构高层人员的任命等途径,使公共广播电视服务于自己的党派利益。在英国,1980年代前BBC董事会成员有明显的非党派性的特色,但1980年代以来,一批执政党支持者被安排到了BBC董事会。此后,BBC出现了一系列明显屈服于政府压力和接受BBC高层管理人员干预的新闻报道,有的记者因此离开了BBC(Franklin,199:191—192)。由于裁员而引起的固定职员减少、临时性合同工增加也使上层的政治倾向性更容易在节目中表达出来,临时性雇员由于缺乏工作保障而对上层的政治倾向性更敏感。在法国,由于社会党改革的主要目的就是将公共广播电视从政府手中“解放”出来,改革后的法国广播电视确实在相对独立性方面有所加强。但社会党最终还是把新的私营电视频道和公共的有线电视

网的掌管权在大选前交给了同情自己的商界、政界手中(Humphreys,1996:181)。意大利更是极端。市场化过程中出现的传媒大王,竟然可以利用手中的传媒谋一己私利,当选国家总理,从而使意大利私营电视出现极度政治化的倾向。在美国,PBS一方面因国会削减经费而减少了政治批评节目,一方面由于对广告赞助商的依赖性越来越强而减少了对商业集团的监督性内容。倘若以前人们因PBS大量接受石油商的赞助而冠之以“石油广播公司”别名时,还有点轻松揶揄之意的话,现在评论界和学术界关于PBS受商业利益影响的话题就不再是轻松的了。在它播出的节目中关于正面宣传政客和大商业集团的节目内容越来越多,一些获奖的纪录片由于对政治现状,尤其是对商界的批评而无法播出(Hoynes,1994;Ledbetter,1997)。

美国商业性电视中,随着广告竞争的日益激烈,广告商对节目越来越有发言权。对儿童节目广告时限的取消导致了玩具商制作的专门推销儿童玩具的全广告卡通片的出现,半小时的节目再加上普通广告,其“含金量”不可谓不高(Engelhardt,1986;Kline,1993)。在有线电视方面,由于窄播使广告商能更确切地利用特定节目来吸引特定受众群,使得某些频道出现了专门为广告商制作的信息或娱乐节目,有的还干脆播出广告商自己制作的节目。与此同时,随着广播电视机构越来越重视利润,新闻部门被视为与其他部门一样的谋利部门,新闻从业人员行业自律、自我管理的空间严重缩水,他们如同一般职员受到机构内管理层的统一管理,被指派报道各种能为公司带来利润的新闻。也就是说,随着市场化的深入,原来新闻记者引以为荣的“专业主义”(professionalism)——即新闻从业人员在新闻机构内部相对于经营部门的独立性——被削弱,管理人员的干预之手越伸越长,比如新闻部门的负责人往往不再是职业记者编辑出身的内行,而是有办娱乐节目经验或有经营头脑的外行(Hallin,1996)。在决定报道什么样的新闻时,传统的“新闻鼻”、“职业判断”等行业标准被观众调查以及经营部门的统筹安排所代替。这种新闻被称为“MBA新闻”(Underwood,1993)。其结果是新闻从业人员对工作的满意程度大幅度下降。在美国,CBS新闻主持人丹·拉瑟曾就“专业主义”的衰落和经营人员要求他们播放更多的“死尸、凶杀和吓人的故事”有过措词激烈的批评(Hallin,1996:243)。在NBC,则出现了公司要求新闻报道与娱乐节目相配合的现象。例如,倘若晚上黄金时间播放某电影明星的电视剧,接下去的新闻节目就被要求采访有关本地区名人生活的新闻或采访电视剧中的演员。虽然商业化使媒体在经济上相对独立于政府,为政治的相对独立性奠定了经济基础,但在欧美这样的媒体相对的政治独立性已有了基本保障的国家,广播电视业的进一步商业化实际上实现了新自由主义者力图削弱广播电视对政治现状和商业集团的批评性报道,以及削弱新闻从业人员独立性和自主权的政治目标。

第二,虽然市场化的倡导者相信市场,相信竞争,但人为地制造竞争却违背了公平竞争的原则,而且并不是任何形式的竞争都能带来高质量的节目。新的频道需要巨额投资,为了收回投资,获取利润,新的频道一般只考虑经济效益,忽略节目质量和社会效益。在欧美成熟的市场经济条件下,广告不可能有大幅度的增长,新频道的出现意味着广告

收入这块蛋糕被越分越小,而资金的分散和利润率的降低意味着谁也无法投入大本钱来购买或制作高质量的新闻与节目。播放频道的增多还意味着对节目源的竞争愈发激烈,这导致节目价格急剧上升。即便广告收入有所增加,也往往抵消不了节目成本的增高。为了获取少数几个最热门的大众化节目和体育活动的转播权,电视网不得不付出高额费用,并因此大伤元气,以至于没有更多财力购买或生产多样化的节目。1997年美国NBC为了保住连续剧ER,ABC和ESPN为了购买橄榄球赛的转播权,都冒着亏本的风险花费血本、一掷千金。上述这些都意味着节目质量的普遍下降。一般认为,并不是所有形式的竞争都有利于提高节目质量,克服垄断性的公共广播电视节目索然乏味、脱离观众的弊端的办法,就是引入像BBC/ITV那样有限的非广告收入的竞争机制。而广告的竞争与商业化的压力必然使电台、电视台以经济效益为唯一标准,以最小的投入播放广告收入相对较高的廉价进口节目和游戏、谈话节目。1980年代前的ITV之所以能播放高质量的节目,不仅源自对广播电视的严格管理,重点还在于对广告的垄断所带来的经济保障。美国的三大电视网1980年代前也在一定程度上存在着提供相对高质量节目的必要(联邦通讯委员会的管理)与可能性(三家寡头垄断的相对稳定的高额利润)。

各国的实践证明,人为地引入竞争机制并不一定带来公平竞争的局面。一些学者认为,英国1991年第三频道16个地方组成台的拍卖过程无法称得上是公平或理想的市场竞争模式。1990年的广播法规定在特殊情况下执照可以卖给出价低、质量标准高的投标者,但实际上有一半的执照被出价低的投标者获得,这使一些投标者认为自己被欺骗,并诉诸法律手段,要从ITC那里讨回公道。在剩下的8个执照中,有3个执照没有竞争者,其中一个电视台营业额高达3.14亿英镑,其原执照持有者仅以2万英镑就保住了执照,基本上等于白拿。另外一些投标者因为没有考虑到因竞争者增多与经济萧条而导致广告收入下降等因素,而以过高价格竞标成功,以致不得不面对经济困难的窘境,不能履行对政府做出的提供高质量节目的承诺(Franklin, 1997: 179—181)。另外,1992年英国政府为新开的第五频道招标时,只有一家投标者,根本没有竞争可言,到了1995年总算有了4家投标者。新的第五频道虽然在1997年3月底开播,但节目毫无特色,观众数量在开播后的一个星期内从54万户降到10万户。拥有者皮尔逊(Pearson)公司花了2200多万英镑的执照费、巨额的广告费和开办费,并计划每年花1亿多英镑的节目制作费,但第一年的广告收入当时预计只能达到3000万英镑。在法国,社会党开设的商营频道La Cinq因无法应对与私有化后财力雄厚的法国一台TF1的竞争,1992年亏损了40亿法郎之后,宣告破产。剩下的两个公共频道,观众大量流失,广告收入锐减,日渐无人问津。在意大利,竞争使节目价格暴涨,公共和私营电视都元气大伤。1992年底,贝卢斯科尼的广播电视公司负债高达14亿英镑,公共电视台RAI的财政赤字也达1.15亿英镑。为了在商业竞争中求得生存,各频道往往以廉价的进口节目来填补时间。越是商业化,节目越无法多样化,美国节目进口越多,越集中在黄金时间播出,这是欧洲电视研究者得出的结论(Humphreys, 1996)。意大利的公共台和私营台都大量播放美国节目。法国历来重

视本国文化,而且是世界第二大电影出口国。但由于电视业的高度市场化,法国成了欧洲最大的美国电视节目进口国。比如,1988年,在全欧洲7亿美元的美国节目进口额中,法国就占了2.28亿(Humphreys,1996:248)。尽管法国政治家与文化人高喊“焚烧好莱坞”,但美国电视节目在法国泛滥的原因却应该从法国电视业的高度商业化与市场化等层面得到反思。

在电视节目出口国美国,市场化产生的则是另一番景象。一系列放松管制的措施使美国广播电视业进入了前所未有的“活而不稳”的时代。为了保护自己的利益,在国际国内的竞争中处于有利地位,各大媒体集团纷纷横向联合,纵向兼并,以加强实力,保证节目源和传播渠道。市场开放的结果是前所未有的大兼并行动和全球性超级传媒王国的出现。时代先与华纳合并,然后兼并了特纳公司。迪斯尼兼并了ABC,新闻公司兼并了FOX电影电视公司并建起了自己的FOX电视网,Viacom的派拉蒙影视公司在建自己的UPN网,华纳在建自己的WB网,NBC与微软公司合伙办起了MSNBC网,小的兼并个案更是接连不断。自从美国国会放宽对电台所有权的限制后,到1997年,就已经有2200多家电台易主,交易额超过150亿美元(Landler,1997)。与此同时,为了开拓国际市场和开发新技术,各国传媒集团纷纷与国内国际其他传媒集团和电讯公司建立各种各样的合作关系。以世界最大的传媒王国、1997年营业额达250亿美元的时代华纳集团为例,它在传播的各个环节、各个领域及在世界各个角落生意不断,不仅拥有杂志、出版、音乐、电影、电视制作、电视网、付费电视频道、有线电视网、游乐场、职业球队和与影视有关的文化产品零售商店,还与其他国内国际主要传媒、电讯集团保持多种合作关系。它的合作伙伴包括维亚康姆(Viacom),梯希爱(TCI),索尼(Sony),新闻集团(News Corp.),贝塔斯曼(Bertelsmann),全国广播公司(NBC),Circh,百代(EMI),Kinnevik,Trlbune,Cox,Hachette,United News & Media,PBL,Comcast,US West,Bell South,Ameritech,美国电话电报公司(AT&T),Oracle(Herman and McCheseny,1997:77—79)。虽然某些方面的竞争更加激烈了,但由于各大新闻电视网都成了巨大的互相渗透的传媒集团或商业集团的一分子,它们在批评性报道中,对母公司、兄弟公司以及各种各样的合作伙伴便开始有所顾忌,这使得原来就已存在的传媒业产业结构与新闻自由之间的矛盾更加突出。而娱乐业与新闻业、节目制作业与节目播出业的进一步融合,使各大传媒集团内部兄弟公司之间互相提携,进一步增加了在节目交易、播放以及新闻报道中违背客观公正、公平竞争原则的可能性。默多克的新闻公司拥有的《电视指南》杂志极力宣传兄弟公司FOX网上的电视剧,《时代》杂志在显著地位报道华纳公司刚刚推出的一部电影的原小说作者,NBC把自己拥有部分所有权的电视剧编排在最好的时段,迪斯尼以低价把节目卖给自己拥有的ABC网,各大电视网更多播放自己拥有的节目,减少购买独立制作人的节目等,这是美国近年来出现的各大媒体集团违背公平竞争和客观公正准则的例子。“多元化、多样性在消失,竞争在减少”,这是一位独立制片人在《纽约时报》的一篇文章中对1997年秋季各大电视网节目的评价(Sterngold,1997)。

第三,商业化竞争不仅使娱乐节目在整个广播电视节目中的比重增加,而且使数量相对减少的新闻时事节目出现娱乐化和小报化的倾向,进一步推动了“信息娱乐”的发展。在英国,倘若以前的BBC/ITV式竞争机制防止了电视领域出现英国小报式新闻的话,随着商营领域各个频道对广告竞争的加剧,电视新闻小报化的倾向已经十分明显了。ITV已减少了新闻时事节目,一些时事性节目被安排在非黄金时段播出,名牌新闻节目《十点钟新闻》1992年改版,虽然这一节目由于议员们和电视管理机构的反对还没有转移到别的时间,但严肃新闻的分量明显下降。比如,1990年至1995年之间,这一节目中的国际新闻比重从43%降至15%,娱乐和体育新闻从8.5%增加到17%(Franklin, 1997: 255)。在美国,如瓦尔特·克朗凯特所言,商业竞争和求生存的需要使电视网新闻娱乐化的趋势愈演愈烈(Franklin, 1997: 259—260)。倘若说以前三大网持有自己印钞票的执照的话,现在,三大网中只有NBC挤进了十大高赢利电视网排行榜。如上所述,以前各大电视网接受新闻是亏钱的部门这一事实,他们一般用内部交叉补贴的办法来维持新闻部门,以履行其对公众、对民主的义务。随着赢利性电影、体育等节目的竞争越来越激烈,三大电视网也纷纷像其他国家的公共广播电视机构一样,在新闻部门大量裁员,将其当做必须赢利的部门来经营。1960至1970年代颇有影响的、有一定时长与深度的电视纪录片到了1980年代中期在三大网上已经难觅踪影,取而代之的是新闻杂志类节目(尽管这类节目中也有《60分钟》这样的名牌)。1980年代以来出现的这类新闻节目大多注重包装,内容偏重娱乐性,而且缺乏深度。主持人有时也不是名记者,而是外表怡人的各类节目明星,如CBS的新节目《公众之眼》就是由一名体育播音员主持。同时,1980年代后期,美国电视上开始出现了辛迪加娱乐节目,它们空有新闻杂志的形式,如《时事一桩》、《硬拷贝》、《内部版》等。这些节目与地方性和全国性新闻节目展开激烈竞争,并明显占据上风。三大电视网1990年花在娱乐性新闻上的时间比前两年多出一倍(Calabrese, 1998: 276)。进入1990年代以后,美国电视新闻史更可以形容成一部小报式新闻崛起的历史,从妻子割掉丈夫生殖器案到花样滑冰运动员暗算风波,从在新加坡遭鞭刑的少年“电视明星”到辛普森审判案,从黛安娜之死到克林顿总统与白宫实习生的最新绯闻,小报式新闻一步一步发展到了登峰造极的地步。虽然说揭露总统的丑闻是民主和开放的一种表现,但连篇累牍,甚至捕风捉影则又是另一回事了。在追逐轰动效应的过程中,本来就不那么清楚的事实与非事实间的界限变得越来越模糊,职业道德成了牺牲品。1970年代报道水门事件时,记者们的报道十分慎重,若没有求证两方以上的材料便不会轻易传播。而这种求实精神现在已随商业化之风而淡化了。按某些人的说法,倘若关于克林顿的绯闻与某些政治利益,甚至与某些当事人极其狭隘的个人利益有关,那么这些为揭露而揭露的报道则进一步佐证了新闻机构独立性的减弱,以及为追求轰动效果而更易被某些利益集团所左右的可能性。在地方电视台的新闻节目中,如《纽约时报》最近一篇文章所言,虽然犯罪率在全国已呈下降趋势,犯罪和暴力新闻却越来越多(Winerip, 1998)。同时,与英国的ITV一样,美国三大电视网的国际新闻也成了商业化的牺牲品。

从1970年到1998年,国际新闻的时间从占整个节目时长的45%下降到了13.5%(Moisy,1997:82)。这一发展与全球化的趋势形成了强烈反差。当然,CNN以及C-span这些专门报道新闻和时事节目的有线电视频道的出现,在一定程度上弥补了传统电视网对国际新闻报道的减少,但应该看到,CNN作为有线电视频道在美国的人户率没有无线电视高,随着其他广播频道和地方性有线电视频道的出现,观众群被更进一步细分,CNN在1980年代末、1990年代初的重要地位也已经被减弱。即使在1995年有关辛普森的新闻炙手可热的时候,CNN平均每天也只有70来万户观众。到了1997年,在几件重大新闻发生期间,收看CNN的家庭平均每天不到30万户,是1985年以来的最低水平(Landler,1997)。另外,CNN属于全球性的新闻机构,但它在1997年只有23个记者站,50名驻外记者。相比之下,路透社有139个驻外记者站,1040名驻外记者(Moisy,1997:80)。虽然CNN以突发事件的连续报道为其拳头产品,但它的报道缺乏深度。有人评论说,CNN的新闻虽然有全世界那么宽,但只有半英寸深(Landler,1997)。至于C-span的观众规模就更小了。C-span 1995年的人户率在美国有线电视频道中排行第六。由于有线电视网的经营者的法律义务,仅仅在1996年新《电信法》通过的前后两年多时间里,就有900万户家庭或部分或全部失去了收看C-span节目的机会(Rich,1997),其原因是有线电视经营者为追求经济效益,决定用原来转播C-span的频道来转播更能赢利的频道,更何况,财大气粗的默多克以高额奖金引诱有线电视经营者转播他的FOX新闻网。《纽约时报》的一篇文章在美国新传播法通过一周年之际评论说:这一法律字面上鼓励竞争,以此带来低价格、高质量、多选择的有线电视,事实上,广播电视业更加集中,有线电视费率更高,内容选择更少。而更高质量意味着更多的默多克,更少的C-span(Rich,1997)。同样,追求利润使一些地方性电视台放弃了当年由于公众压力而不得不提供的时事类节目。

第四,在美国,由于“公正准则”被取消,执照期限延长,法律不再要求广播电台、电视台保持节目记录,这使得公众失去了干预执照延期过程的热情与依据,于是广播领域出现了大量谈话类节目,这些节目充斥着极端的价值取向,缺乏理性、平等和宽容精神。一些主持人利用极端的政治言论、粗俗脏话,以及在宗教、种族、性别等方面带有强烈的歧视和煽动性的内容来迎合和取悦部分观众。用美国著名的媒体批评家本·班格迪凯的话说:“广播谈话节目已成了势不可当的、极端保守的宣传机器”(Bagdikian,1997:xxix)。在这方面最有名、也是政治上最极端的全国性广播谈话节目主持人是拉许·林宝(Rush Limbaugh)。他的谈话节目有1900万观众。加拿大蒙特利尔和多伦多的两家商业电台为提高收听率,于1997年9月从美国进口了另一政治上极端保守的广播谈话节目主持人哈瓦特·史登(Howard Stern)的节目,结果史登一开始就出言不逊,不仅脏话连篇,大谈色情,还谩骂法裔加拿大人和各少数民族。一时间,加拿大舆论大哗,连魁北克议会也提出抗议。倘若说少数民族自办节目和一些非主流团体办的有线电视节目的出现,是市场化在政治和文化多元化这两方面之所得的话,那么,政治上极度保守、煽动种族和性别

歧视的广播谈话节目的出现,则是市场化在这两方面之所失。而且,由于后一类节目在主流广播网播出,覆盖全国,观众更多,影响更大,得失未必相当。美国社会在种族、妇女,甚至在堕胎这样的议题上出现了愈发保守的社会潮流,这些广播节目对此难以逃脱干系。

第五,多频道的出现毫无疑问地已经削弱了欧洲各国公共电视以及美国三大网原有的统治地位。在欧洲,原来占垄断地位的公共电视网现在只拥有平均总观众数的36%(Shiels,1997)。在美国,三大网黄金时间的观众数从1978年的92%降至1988年的68%,1996年降至50%(Flint,1996)。从大众传播到窄播已成了不可逆转的趋势。

虽然窄播带来了节目内容的多样化,但应该看到,内容和形式上的多样化与政治和文化观点上的多元化有着根本区别。多样(variety)指在形式上有多种选择的机会,只是这些形式由市场决定,且相对狭窄,多元(diversity)则是指不同观点、不同价值体系,尤其是相对立的观点的并存,它基于传统的新闻自由概念,并超出基于市场所能提供的消费者的选择(Horwitz,1989:280)。商业性的窄播往往把观众定位于各种类型的消费者,而不是有不同政治经济利益、不同观点、有责任、有义务的公民和利益群体,它们提供的往往是多样,而不是多元,是“可口可乐”与“百事可乐”之间的没有根本区别的选择。倘若民主社会中公共传播的目的是扩大社会各阶层成员的政治文化视野,使他们了解不同的尤其是对立的观点,使各利益集团在互相了解、民主协商的过程中解决矛盾冲突,从而促进社会的有机协调与稳定,那么过于强调取悦观众、强化现有的狭窄兴趣与偏见的窄播策略则倾向于隔离公众,使他们失去全面了解社会、了解五色人生并与社会各界、各种生活方式和价值观念正面交锋的机会,其结果并不利于培养公民意识,促进社会沟通与融合。正因为如此,1997年,美国传播界一本颇有影响的新著用“分裂美国”这样耸人听闻的题目来描述广告商对受众的细分,与窄播策略可能招致的社会后果(Turow,1997)。虽然这种观点有传媒决定论的嫌疑,但作者的担心不无道理。总之,倘若大众传播时代那种追求最大公约数的传播不利于个性表达的话,那么过细的窄播也不是理想的民主传播方式,它意味着社会公共论坛的削弱。因此詹姆斯·库伦在他著名的理想化的民主传播模式中,把公共服务广播电视放在一个多元化的传播体系的核心位置。唯有这种渠道才能使公众有机会了解不同意见和价值观念,使个体明确自己的利益在社会共同利益中的位置,并为不同社会成员讨论社会的走向提供平台(Curran,1996:105)。

第六,付费有线电视和卫星电视的出现意味着公共广播电视所信奉的平等接收原则,在一定程度上被妥协了。即使在经济发达、有线电视发展较早的美国,有线电视的普及率到1997年也只有76%,这意味着起码有20%以上的家庭没有安装有线电视。由于新的传播法重新开放了有线电视基本费率,使得有线电视基本费率猛涨,从1996年7月到1997年7月,一年之内增长8.5%,比通货膨胀率高出将近四倍(Pressman,1998)。这意味着一部分人将继续与有线电视无缘。加之,美国、加拿大的有线电视费率分几个档次(基本费率、全面费率、付费频道、记次收费等),基本费率在有的地方只包括原有的免

费微波传送的电视频道和几个非营利性有线电视频道,并不包括 CNN、ESPN、MTV 这样的商业性有线电视频道,可以想象,现有的 70%左右的有线电视家庭中有相当一部分并没有能力购买各种有线频道,更不用说像 HBO 那样的更加昂贵的付费频道。因此,所谓的选择是在经济基础上的选择。只有出得起高价,买得起各种付费频道的观众才能享受“上帝”的感觉。更为紧要之处,剩下的那 20%以上的家庭并不是有线电视公司的目标顾客群,这些家庭或是分散在边远地区,或虽在大城市,即使买得起基本频道,也付不起全面费率,买不起各种付费频道,而那些昂贵的付费频道和记次收费等高档服务是利润最高的生意。“我们才不要与贫民窟相连接”,这是 CNN 创始人特纳 1978 年向广告商推销他的新有线电视频道时所说的话(Turow,1997:37)。

随着电话、有线电视、计算机网络和数字电视的进一步融合,看电视的成本将会越来越高,电视“嫌贫爱富”的倾向将愈发明显。更有甚者,有线电视在价格上还会出现“劫贫济富”的现象:即通过提高有线电视基本费率积累资金,投资先进的图像电视、网络服务等方式,以在竞争高消费阶层的过程中增加胜算。这种现象在美国电话业放松管制后已经出现(Horwitz,1989:274—275)。所以,有的学者认为,市场化的结果之一,是公众在信息接收领域的不平等,形成信息富裕者和信息贫困者两大阶层(H. Schiller,1996)。BBC 第一任总裁在 1924 年曾有过广播服务不应有一等和三等公民之分的名言。这一在西方基本实现了的原则,在商业化进一步深入、数字电视出现的时候,随时都有失守的可能。BBC 总裁在 1998 年 4 月欧洲的一次影视会议上呼吁,公共广播电视机构在数字电视时代力量的削弱将意味着社会在信息接收方面的两极分化(Dawtreay,1998)。

最后,欧美广播电视新自由主义化虽然是在消费者至上、给消费者更多选择的名义下进行的,但各国公众在这场变革中并没有获得更多的发言权。如英国传播学家丹尼斯·麦奎尔(1995:153)所言,在欧洲,倘若认为这场变革是公众对新的频道的要求和对原有广播电视的强烈不满所导致的,那就错了。在英国,有线电视缓慢发展,卫星电视在多年亏损后才有赢利,观众对新出现的第五频道反应冷淡,凡此种种都足以说明这一点。在加拿大,虽然政府不断批准新的有线电视频道,可是 80%的观众认为他们不需要更多的频道(Herman and McChesney,1997:161)。在公众参与政治决策比较活跃的一些北欧国家,则出现了公共利益集团阻止建立商业化电视的现象。在挪威,强势的消费委员会在 1980 年代成功阻止了商业性的第二电视网的出现。1990 年,当这一电视网最终建立起来的时候,公众的压力使政府把它置于像 ITV 原来那样的地位,即一方面垄断广告经营,一方面接受严格管理。而丹麦的消费者委员会阻止了在第二个全国性电视网和地方电台上播放广告(Humphreys,1997:188)。

在美国,1996 年的新《电信法》并没有广泛听取公众的意见,各大广播电视媒体通过这一法案得到了免费数字频道等各种好处,却闷声没有充分报道该法案。可以说,公众对广播电视,尤其是对电视新闻的不满态度随着市场化的深入而日趋激烈,这点可以从好莱坞的电影中略见一斑。1970 年代在银幕上出现的是《总统身边的人们》中的记者英

雄,到了1980年代,银幕上出现的是《广播记者》中注重外表、华而不实的喜剧角色。而到了1990年代,银幕上的传媒人物则往往是一些为了追求轰动效应而抛弃职业道德、不顾别人死活、瞎编乱造甚至不惜杀人的形象,连007的对手都成了企图控制世界的传媒大王。在现实生活中,一些有敬业精神的主持人、记者,如CBS的丹·拉瑟,原NBC的亚瑟·金,也纷纷以强烈的言辞批评电视极端商业化的倾向。NBC的亚瑟·金和ABC一名小有名气的广播主持人分别因批评自己的雇主而被解雇,好在亚瑟·金通过法律为自己讨回了公道。有意思的是,似乎是出于吸引观众、反映他们的呼声的目的,电视台又开始把媒体批评列入节目内容当中。只是它们一边反省自己是不是过于出格,一边又深受商业逻辑的驱动,继续重复自己所批评的极端商业化的倾向。如ABC的一个新闻节目,主持人刚请专家评析媒体在报道克林顿总统的绯闻中是否有些过分,紧接着就让观众别换台,因为下面的节目是关于克林顿绯闻的特别报道,而且11点40分的《夜线》节目还是关于克林顿与女实习生的绯闻!

总之,倘若说,对新闻的充分、客观、独立的报道,对公共事务的理性讨论,促进社会各界的全面沟通、价值取向的多元和普遍的全民性服务等理论与实践,曾经是欧美广播电视引以为荣的民主原则的体现,那么1980年代以来这场商业革命则在许多方面动摇了这些原则。当然,如上一章所言,这些原则所孕育的广播电视内容原本也不是没有缺陷。在电视新闻领域,“黄金时间”的硬新闻也有许多的不足。1950和1960年代的新闻一般内容狭窄,只注重官方观点,高高在上的精英意识很强,而且新闻往往从由上至下的角度定义公共事务,忽视平民百姓的生活体验和所关心的问题。从这一角度来说,软新闻的增加以及与公众日常生活相关的内容的出现扩大了新闻对于公共事务的定义,这是民主化的表现。抛开理性主义和精英主义的偏见不说,“新闻”与“娱乐”界限的混淆也有其民主化的一面。新闻与娱乐从来没有绝对分开过,也没有理由分开。好的新闻从来就靠讲故事的形式来吸引人。公众在听故事讲故事的过程中,讨论社会的价值、社会的走向并认识自己(Hallin,1996:254—255)。倘若不是过分渲染、淹没或取代了其他的政治经济新闻,那么像辛普森案这样的新闻也能为社会提供一个讨论诸如种族、家庭、警察和司法制度公正性等问题的绝好机会。因此,不能简单地认为市场化就没有促进民主化的一面。但欧美学者一方面肯定了市场机制当年在打破教会和政府传媒的垄断,以及后来在监督政府、促进传媒大众化和民主化等方面发挥的积极作用,同时也对市场机制本身一些反民主的倾向性和审查功能提出了深刻的批评。他们认为市场也可以像政府一样,控制传播,妨碍传播中的民主(Curran,1978,1981;McManus,1994;Keane,1991;Baker,1994)。在欧美现有新闻自由的基础上,广播电视市场化的深入不等于民主化的深入。

对市场化倡导者所信奉的“市场是公共利益的代表者和公众兴趣最佳表达者”这一观点,学术界更是提出了一系列批评(Curran,1996;哈克特,赵月枝,2005)。传媒的高度集中意味着观众所能选择的传播内容仅仅只是几个大公司通过各种渠道所提供的各类

产品,而巨额的投资意味着市场并不是人人都能公平进入的竞赛场,只有大传媒集团才能得到贷款,才能经受住长期的亏损。广告资助方式决定了广播电视内容必然倾向于消费主义的价值取向,而且这一制度对节目的取舍方针是“一元一票”的“钱”主,这与“一人一票”的“民”主有着本质区别。观众是一个复杂的群体,每个观众有放纵自己的一面,也有超越自己的一面。他们有作为消费者需要被迎合的时候,也有作为公民需要当家做主的时候,关键是传媒如何在两者之间寻找平衡点,更充分地满足受众哪一方面的需求。评论者们喜欢引用的一个例子是1992年美国总统选举中的一次电视报道。当节目主持人千方百计把话题引到关于克林顿的绯闻时,演播室内的一名妇女观众提出强烈抗议,要求讨论公共政策,其他观众对这名妇女报以热烈的掌声。在总统候选人的一次电视辩论中,观众也要求候选人谈经济,而不是关于克林顿的个人问题(Hallin,1996:254)。许多情况下,收视行为是观众习惯性的而不是有意识的选择,更何况,观众的口味与节目内容的关系往往也是一种因果不明的“鸡与蛋”的关系。实际上,观众的口味在一定程度上是由节目培养起来的。即使观众有明确的、不受外界影响的、自主性的选择,他们的选择范围也往往受到市场的限制,也就是说,除了观众之所要与观众之所需之间存在区别外,也不是观众要什么市场就给什么,它只是给部分观众提供他们自己认为所要的节目。比如在有选择的情况下,各国电视观众往往爱看本国高质量的电视剧,但电视台为了商业利益仍然播放廉价的进口节目。当然商业性电视台一旦获准营业,就不得不这样做,也可以说是别无选择。但国家作为权力机构,倘若代表了真正的民众意志,那它就应该做出不让市场逻辑、利润至上和消费主义等价值体系主宰大众传播的选择,或者像英国以前那样,有不允许对广告进行竞争的选择。再说,由于电视机归根结底是比烤面包机更重要的东西,广播电视的控制者也不会完全让观众口味和市场来取舍节目。FOX电视网有过一个叫《电视国》的喜剧节目,虽然这个节目拥有很多观众,但由于有明显的社会批评倾向,没有播出几集就被取消了。这样的例子不胜枚举。因此,英国媒体与民主方面的资深学者约翰·基恩(John Keane)在肯定市场机制在现代社会和传媒制度中不可缺少的积极作用时,又写道:“市场竞争导致市场审查,私人对传媒的拥有导致私人垄断,那些在市场领域控制着信息生产和传播的人决定……什么样的观点进入市场”(1991:90)。

滚滚的市场化大潮中,越来越多追求真正的社会民主与平等的欧美传播学者认为,一个一方面独立于政府,一方面独立于商业利益的公共广播电视体系是维系和发展民主不可缺少的社会力量。没有人会提倡让政府直接控制广播电视内容,但这并不意味着有人提倡国家推行有利于社会民主化和社会平等的公共传媒政策。倘若还承认公共利益这样的理念,承认国家作为公众的代表,有责任维护公共利益的话,那么,国家放弃对公共广播电视的物质资助,削弱在广播电视方面的管理职能则意味着国家民主职能的衰弱。当然,有些人本来就认为欧美国家机器的本质就是维护少数人利益的,但许多人并不因此而放弃推动社会和传媒民主化的努力。更何况,这种国家是某一阶级的工具的理论也有其简单化的一面。

确实,一些政府机构或非政府团体及个人正努力重新建构既独立于政府,又独立于商业利益的公共广播电视机构,由此促进传媒民主化。在加拿大,1996年自由党政府任命了一个专门研究CBC现状及今后走向的委员会,委员会的一份报告批评了CBC的商业化和节目质量下降的倾向,并建议CBC放弃广告,由政府通过对有线电视、卫星电视和商用电话征收专门的传播税的方式来资助CBC,保障其稳定的收入来源,同时也不像以前那样在政治上受政府拨款过程的影响。前面提到,美国前副总统戈尔领导下的一个特别委员会也曾研究如何使电视业在数字电视时代履行对公众的义务。而美国众议院传播委员会主席贝利·塔瑞则建议,对商业广播电视征集波段使用费,以建立一个专门资助公共广播电视的基金会,使PBS不再受国会拨款的影响。还有一些团体和个人则主张通过征收专门的广告税的方式来资助公共广播电视。在英国,传播学理论家詹姆斯·卡伦(1996)设计的理想民主传播模式,以独立于政府的非营利的公共服务电视为中心,但也包括国家管理下的私营商业媒体、各种社会团体和党派专营的媒体、类似于英国第四频道的“社会市场”(social market)媒体(旨在通过国家干预建立起来以专门弥补市场的垄断、集中和不平等竞争所带来的不足),以及不受任何势力影响的职业新闻工作者自营媒体和社群媒体。库伦还就如何保证公共广播电视比现在的BBC更具有政治上的相对独立性这一议题提出了具体设想:收视费以法定形式与国民收入挂钩,董事会成员从社会各利益集团的代表和广播电视从业人员中选举产生。总之,跳出政府垄断和市场控制非此即彼的思维定式,追求多元化的传媒组织形式,已经成了西方许多传播学者的共识。在公共服务广播电视面临危机、市场化不断深入的今天,这种构想不免有乌托邦的成分,但传媒民主化理论家会说:席卷世界并指导着1980年代以来的这场广播电视市场化变革的新自由派政治理论,就起源于六七十年代被认为比较极端的、非主流的、名不见经传的一些智囊团的异想天开。

第 7 章

全球电信危机和产业重组的困境:新自由主义政策的破产

——一位美国学者的分析和警示

虽然 2003 年的新年钟声早已响过,全球电信市场从前所未有的深重危机中复苏的信号并不明朗。在美国,电信股票继续在谷底徘徊。大大小小的电信公司或宣告破产,或艰难度日。回想 2002 年,Worldcom 创造了美国历史上最大的公司破产案纪录,它的假账丑闻震惊世界。到 2002 年 10 月,美国最大的电信制造商朗讯已连续 10 个季度亏损,而且数额巨大。与无数投资者的生计密切相关的养老金就在电信股市的泡沫中蒸发殆尽。仅到 2002 年 8 月,美国电信业就已有 50 多万人在这场危机中失去了工作。这个数目超过了 1996 年美国《电信法》通过后电信业所创造的就业机会的总和。在欧洲,7 家最大的电信运营商的负债总和已在数额上超过了比利时的国内生产总值。2002 年 11 月,曾被国内一些电信改革专家奉为改革楷模的德意志电信宣布了德国历史上最大的公司亏损。虽然中国电信业一枝独秀,有关中国电信各公司向朗讯、北电等公司的巨额订货合同的消息偶尔也会使这些公司的股票稍微往上升,但毕竟杯水车薪,中国电信业已无法挽救水深火热之中的欧美电信巨擘们。

网络泡沫后,人们不得不承认,电信业这一信息时代的支柱产业、“新经济”的宠儿,终究也逃脱不了资本主义的痼疾:生产过剩和毁灭性竞争所带来的危机。这一如日中天的朝阳产业如何在一夜之间落败得如此凄惨,像 Worldcom 这样不光彩? 这一被 2002 年 12 月 14 日的英国《经济学家》杂志称之为近期历史上“最大的资源错置”是如何发生的? 为什么这场以市场竞争为主导、资本为纽带、技术融合为核心的产业重组会陷入困境,前景如此黯淡? 美国伊利诺伊大学信息传播学教授、《数字资本主义》一书的作者丹·席勒对此在《异见》(*Dissent*)杂志 2003 年冬季号一篇题为《电信危机》的文章中做了精辟的分析。

作为美国最资深的电信政策研究专家之一,席勒在 1998 年为华盛顿一个经济政策

智囊机构就 Worldcom 与 MCI 的兼并案而准备的一份报告中曾预言,这一兼并不但会损害公共利益,而且会因兼并后公司经济根基的不稳定而酿成大错。在当时业界和主流媒体为美国信息业这一规模空前的“世纪兼并”集体喝彩的声浪之中,席勒的反对之声显示了他惊人的冷静和独立判断的胆识与勇气。作为席勒当时在美国圣迭戈加州大学传播系的同事,笔者不但被这份报告所折服,而且被他在报告中所表现出的学者的高度社会责任感深深打动。2002年夏,席勒在科罗拉多森林里度假期间,正值 Worldcom 做假账曝光之时。读着驱车十几公里从山外的小镇买回来的《华尔街日报》和《纽约时报》对此案的长篇报导,席勒十分感慨。他对笔者说,没想到与 MCI 兼并后的 Worldcom 垮得这么快,问题这么严重,而且问题不仅仅限于 Worldcom,而是整个电信业的惨败。他当时正忙于美国电信史的研究,但对现实的责任感使他不得不暂时放下历史。

席勒独树一帜的分析来自于他对美国和世界经济的宏观把握,以及对美国电信政策历史的深刻而细致的研究。他不迷信自我调节的市场这只“看不见的手”的神话,而是注重社会历史因素的作用,与各利益集团在电信和信息业的博弈及其社会影响。他并未就事论事地从市场的短期行为出发,而是从美国电信历史和宏观政策演变的深度来考察这场危机的根源。他指出,这场危机是几十年来美国电信宏观政策和电信业调整社会目标的必然结果。席勒指出,在20世纪20年代末30年代初那场深重的全球经济危机后,作为新政的一部分,美国联邦通讯委员会被授权在1934和1935年间对美国电信业的社会目标做了全面研究,由此出台一系列政策,将全民普遍服务定为电信政策的基本目标,并严格限制竞争,让美国电话电报公司以垄断利润通过内部交叉补贴的方式来履行全民普遍服务的社会责任。在这一管制体制下,美国电信业稳定发展,家庭电话基本月租费被压得很低。在1960年到1973年间,社会消费总价格指数增长了44.4%,而其中家庭基本电话服务的部分只增长了14.6%。正因为这一政策,到了1970年代初,美国家庭电话普及率就已达到了90%以上。

这一管制体制在1960年代中后期约翰逊总统执政期间开始松动,此后逐步被以竞争为导向、以资本为主宰的新自由主义政策体制所代替。到了1970年代后期,竞争政策的倡导者和得益者的目标已经十分清楚:第一,打破由商业用户来补贴普通家庭用户的价格体制;第二,把电信与计算机网的融合置于传统的公共事业管制体制之外。自此,在新政理念指导下,偏重公共利益以及资本、劳工和国家之间相互妥协的管制体制宣告结束。

随之而来的是1965年到2000年间美国电信业和整个传媒信息业从产业结构到社会目标的彻底转型,并由此影响到全球电信业的基本政策导向。军事和经济部门对电信业的巨额投资带来了以电信革命为基础的产业革命。这场革命不仅影响到制造、服务、零售、教育等部门,而且创造了一系列与网络相关的新产业,并彻底改变了人们生活的方方面面。到2002年,平均每天打出的营销电话就达1.4亿个之多,营销额达6000亿美元之高。然而,正如席勒所指出,竞争政策的利益倾向也十分明显。大公司和社会中上阶

层因长话价格下降、技术升级、服务项目增多和电信股票飞涨而得益,而普通本地电话用户则失去既得利益,如基本月租费升高,各种接驳费、服务费和维修费被转嫁到他们头上,服务质量大幅度下降等。无数竞争者的出现增加了整个行业的管理和销售成本。以前很少靠广告促销的电信业开始投入大量的广告费用。在新创造的就业机会中,许多人是在没有工会保护的低工资、低福利的“电子血汗工厂”工作。与此同时,联邦通讯委员会还利用美国的巨大市场和在世界银行等机构的影响力把美国国内的政策成功地推向了全世界,形成了以新自由主义为导向的全球电信“改革”浪潮。

席勒列举了导致这次电信危机最直接的四个宏观政策原因。首先,1996年的美国联邦电信法引发了美国电信业空前的兼并和投资热潮。这一立法全面放宽联邦通讯委员会对美国电信与传媒业从所有权到经营权的管制,打破部门垄断,鼓励长话与本地运营商之间、电话业与有线电视业之间的竞争,把新自由主义的政策导向推向了高潮。为了在新的竞争环境中生存,各电信公司纷纷集资开拓新市场,兼并竞争对手。其次,1997年世界贸易组织(WTO)的基本电信协议增加了在世界各地电信业的各个环节允许进行投资的条款。一时间,各电信公司争先恐后购买各国私有化的电信公司的股票,斥巨资在全球“铺天、盖地、下海”架线织网,建立合资或独资企业,进入移动通讯和宽带等领域,在国内外全面抢滩全球电信业。再次,因特网的崛起,对网络投资的盲目乐观,以及随后网络泡沫的形成不仅使电信业本身为开拓网络市场而疯狂投资,并且使整个经济体系对作为网络支柱的电信业更加充满投资热情。在1996年至2000年间,美国本地电话运营商以每年1000亿美元的巨额资金投入电信设备,以期凭实力在竞争中获胜。最后,一个看似不相关的宏观世界经济因素,却起到了在原本已经过热的电信投资领域火上加油的作用。1997至1998年之间爆发的亚洲金融风暴使美国放松了银根,由此大量资本源源不断地涌向了本已近乎疯狂的股票市场,而被公认为新经济宠儿的电信和信息业理所当然地成了资本最钟情的对象。

结果就不言自明了。据估计,美国长途电话的能力在短短5年内增加了500倍,网络容量极度过剩,需求不足。竞争发展到了你死我活的程度,甚至在电信公司内部新旧业务部门之间手足相残的局面时有发生,于是出现了自上个世纪20年代末30年代初经济大萧条以来本地电话商所服务的电话线路数量首次减少的情况。也正是此时,骑虎难下的Worldcom财务部门、华尔街的电信分析家、金融机构和股票经纪人开始以做假账、虚假分析、内部交易等不规范和非法行为来欺骗和安抚投资者,把一直以规范自居的美国资本主义推向了腐败的深渊。一夜之间,资本抛弃了宠儿,电信业的危机波及金融业,作为基础产业的电信业的极端不稳定的状况牵动着全球的政治经济神经。

据席勒分析,目前美国电信政策界就如何摆脱危机与如何恢复资本对电信业的信心等方面并没有达成共识。美国的主要电信公司是美国两党的大宗政治捐款者,它们左右着政策走向。竞争和继续放松管制的声音在政界和业界仍然不绝于耳。但一些有识之士已经开始呼吁美国在新的历史条件下对过去几十年电信业的产业策略和公共政策进

行深刻反思和大幅度调整的必要性。有人进而提出电信政策应在新的层次上回归到以公共利益为核心的管制体制。联邦通讯委员会主席鲍尔在向美国国会提供的证词中建议,通过联邦政府的干预加快宽带服务的推广,支持长话与本地电话公司的兼并,并前所未有地要求出台新的法案以给予联邦通讯委员会对数据通讯,包括因特网骨干网的管制权力。此外,美国联邦政府也急于在国家安全的名义下向危机中的电信业输血。席勒由此认为,巩固寡头垄断势力,向普通家庭用户收取新的服务费用,增加联邦政府的电信订货,强化政府对信息业的引导角色,将成为美国电信业摆脱危机的手段。他认为,在这一过程中,得益的将是美国的军事和商业利益集团,付出代价的是普通的电信用户、纳税人,以及在危机中失业和在朝不保夕的环境中工作的电信业普通雇员。

作为一位关注公共利益和社会平等,认为电信不应该仅仅是被资本利益所操纵的学者,席勒对这样的政策安排当然表示不满。他呼吁,在目前向信息资本主义转变的关键而痛苦的历史时刻,美国应该从1920年代末及1930年代初的那场危机以及随后的新政中吸取教训和经验,设立一个广泛参与的、类似于罗斯福政府的“临时全国经济委员会”的公共政策论坛,用以充分检讨电信这一关键基础设施乃至整个社会的信息供给系统的目标和功能。

席勒对目前这场危机的深层政策根源的分析可谓入木三分,而且,虽然文章聚焦于电信业危机,以及产业重组与政策调整中的利益得失关系,他的宏观政策分析对理解目前整个传媒信息业的困境也有着同样的意义。与电信业一样,在美国,广电传媒业也经历了一场大转型,从最初公共利益原则管制下的ABC、NBC、CBS三家寡头垄断局面,而后发展到今天的多媒体、全方位竞争态势:比如各种综合和专业传媒频道数目剧增、观众减少,跨国传媒公司普遍战线过长、投资过度、债台高筑、利润减少。虽然没有Worldcom如此悲惨的结局,今天的维旺迪(Vivendi)、美国在线—时代华纳(AOL-Time-Warner)等集团如今也各自有一本难念的经,要知道,在前几年的媒体兼并和融合浪潮中它们可都是呼风唤雨的传媒巨头。“融合”一词几乎成了业界和传媒大亨们的咒语,由此明显导致了信息内容的变化及其相关的深层社会效果。仅举一例:想当年,CBS的一位新闻部主管曾以他的部门是净亏钱而自豪。如上一章所述,在当时的管制体制下,新闻部门因其特殊的社会责任角色而能够在公司内部享受类似于电信业的内部结算交叉补贴的优待,从而相对超脱于赢利的目标。可是现在,新闻,尤其是电视台的地方新闻,成了各传媒公司的摇钱树。而最刺激也最能吸引观众的莫过于战争、恐怖、凶杀、性丑闻等新闻话题。因此,近几十年来美国社会凶杀性暴力案件在事实上呈下降趋势,可它们在电视新闻中被报道的数量却大幅度上升;美国媒体在1980至1990年代一边大造全球化的强势话语舆论,一边为节省开支全面削减国际新闻报道。这样的社会信息供给系统必定会影响美国民众对社会和世界的认知。

就这场危机的深度、广度,以及电信业和传媒业的政治、经济和社会重要性而言,席勒建议美国电信政策和整个社会的信息供给系统需要进行有关其基本发展方向的全面

检讨,这正中要害。然而,在美国当时的政治气候下,反恐和对外准备发动战争成了美国政府和媒体的关注中心,而对国内经济和社会政策的全面反思正是执政者和新自由主义政策的得益者所力图要回避的政策选择。新自由主义的政策导向会因为这场危机而有所调节,但在没有来自朝野的政治改革和社会运动的强大压力下,电信政策向以公共利益为中心的管制体制回归的可能性微乎其微。前副总统戈尔曾是美国现行的电信政策的主要始作俑者。新自由主义政策正是在民主党执政的1990年代初、中期被推向高峰的。无论戈尔是否宣布争取民主党下届总统候选人提名,他本人或是民主党的其他精英们都不可能对自己一手炮制的政策进行全面反思。而美国社会关注民生和社会平等的力量则为可能发生的战争而焦虑,在反恐强势话语的笼罩下,他们仍为美国政治生活中一些更基本的民权被侵蚀的事实而忧心忡忡。他们无暇也无力顾及电信和信息业的政策问题。

中国电信业与美国电信业所处的历史发展阶段截然不同,发展的模式也完全不一样。在中国,电信独家垄断的局面在全国电话普及率极低的情况下已被打破,移动电话的超前和超速发展,贫富不均、地区差、城乡鸿沟等因素使一部分人在大部分家庭和许多村庄还没有安装电话的时候就已跨入了多部电话、多种服务的电信和信息高消费行列。虽然消费者权益的话语在电信改革的讨论中已占有一席之地,中国的电信市场管制体制却尚无以内涵更为广泛的公共利益原则为核心的传统。

不管认同与否,加入WTO以后的中国电信业都不可能重复美国电信发展的老路。然而,如何掌握竞争与垄断的关系,如何在资本牟利与社会公益和责任中取得相对平衡,如何兼顾大商业客户与普通家庭用户,以及千千万万没有市场消费能力的家庭的需要,将是任何一个国家的电信政策不得不考虑的问题。席勒在文中顺便提到,恐怕中国电信市场也开始进入饱和状态。这里是否也包含着生产过剩、需求不足的危机隐患?国内国际各家电信企业不断加剧的竞争,的确给中国中、高收入阶层的消费者带来了不断升级的高档手机产品和多元化的信息服务,然而,这种竞争又会给那些被市场排斥在信息时代大门外的中国老百姓带来什么呢?没有人会怀念垄断下的低效率、低速度和劣质服务,但倘若席勒从政策根源出发对当前电信危机的分析有警示意义的话,那么,看来我们对市场和竞争的话语也不应该有任何崇拜和盲从的情结。没有不是由政策建构的市场。市场竞争之树也不会自然而然地结出最佳资源配置之果。提出重复建设、盲目投资、资源浪费这类问题也不一定是思想不解放的表现。市场与政策管制都是资源配置的手段这话不错,关键在于配置过程中不同利益的分配以及由此建构的信息结构的社会倾向性,而这里的关键又在于政策过程的开放与多元政策主体的参与程度。

第 8 章

帝国时代的世界传播:走向国家、资本和非政府组织力量的重新布局?

“国际关系”和“国际传播”等概念暗示了在现代世界体系中民族国家作为主要政治参与者和基本理论分析范畴的首要位置。然而,在全球化不断加深的今天,世界权力格局和政治规范已经发生了许多重要的变化。比如,2000年4月,当布什在攻打完阿富汗之后为进攻伊拉克做舆论准备的时候,英国首相布莱尔在一次讲话中公开宣称,他为英国能参与使另一个国家发生政权更迭的行动而自豪(McSmith and Harnden, 2002)。在经济领域,不少跨国公司操纵着规模庞大的经济实体,后者所创造的价值远远高于许多民族国家的国民生产总值。在传播领域,一些民族国家纷纷修改宪法和其他法律中有关传播产业结构与所有权的条款,以符合世贸组织和其他多边贸易协定的要求。所有这些都表明,民族国家已经不足以作为理解和分析当今世界政治经济关系以及与此密切相关的传播现象的唯一维度了。我们还可以进一步提出以下一系列相关的问题:大英帝国的旧殖民主义政策和布莱尔热衷的在某些国家搞政权更迭的战略之间有什么区别?某个第三世界国家的政府官员铺上红地毯欢迎国际传媒巨子到访,而这些国家的传媒机构也忙于与以西方为基地的传媒跨国公司结盟,这是否暗示着我们应该重新理解“文化帝国主义”概念?当第三世界中有第一世界的生存景况、第一世界也存在着第三世界的生存景况时,当分散在纽约、孟买、圣保罗等地的消费精英们彼此之间比他们与各自国家中的贫困群体之间拥有更多的共同语言时,我们是否应该考虑以民族国家为中心的单一分析框架在理论上和政治上的局限性?

在本书第1章和第3章有关“方法论民族主义”局限性的讨论基础之上,本章拟探索一条理解世界传播的新思路。首先,为了理解快速变化的全球政治经济结构,本章引入帝国这一概念作为新的分析框架。其次,本章从世界传播舞台中的四个主要参与者,即超国家机构、民族国家、资本和非政府组织出发,试图描述这四种力量的角色变化和运作逻辑,并在此基础上图绘出帝国时代世界传播的混杂建构状态。之后,本章简要讨论“9·11”之后世界传播领域中的新发展与新趋势,尤其是美国对自身作为帝国首要传播

者的地位的强化,以及国家与资本间更加紧密的关系。最后的结论简短归纳现行世界传播秩序中的矛盾与张力。

帝国和新型统治制度的建构

冷战结束、跨国公司与超国家机构如世贸组织、国际货币基金、世界银行的力量增长,以及市场关系在全球范围内的胜利导致了民族国家统治权力的削弱,尽管这是一个极端不平衡的过程。今天,在确定的区域内要对经济和文化交流进行管制,已经变得越来越困难。帝国主义“就是欧洲民族国家把主权扩展到自己的边界以外”(Hardt and Negri, 2000: xiii),这一传统观念也不再能够恰当描述世界现行秩序了。许多学者就此提出一系列新的理论表述,从右翼的福山的“历史的终结”和亨廷顿的“文明的冲突”,到左翼的哈维(David Harvey, 1989)的“后现代状况”和卡斯特(Manuel Castells, 1996)的“网络社会”。进入新世纪,哈特(Michael Hardt)和奈格里(Antonio Negri)关于帝国的理论在西方知识界引起强烈反响。在他们合著的《帝国》一书中,作者用帝国这一概念来描述在全球范围内得以运作的一种新的统治形式。就像他们所说:

我们基本的假设是主权已经拥有新的形式,它由一系列国家和超国家的机体构成,这些机体在统一的单一逻辑下整合。新的全球的主权形式就是我们所称的帝国。……与帝国主义相比,帝国不建立权力的中心,不依赖固定的疆界和界限。它是一个无中心、无疆界的统治机器。在其开放的、扩展的边界当中,这一统治机器不断加强对整个全球领域的统合。帝国通过指挥的调节网络管理着混合的身份、富有弹性的等级制和多元的交流。帝国主义的世界地图明显的民族国家色彩,已经被合并、混合在帝国全球的彩虹中。(2003 中文版:1—2)。

因此,帝国是与世界市场相对应的一个新的全球政治秩序。正如哈特和奈格里所定义,帝国的概念“假定了一个体制,这一体制成功地包括了空间的整一性,或者说真正地统治了整个‘文明’的世界”(2003 中文版:4)。全球化,以此观点看来,不是侵蚀了单个国家的主权,而是将其转化为一个由扩散的国家和超国家机构所组成的新的系统。这产生了新的仲裁机构和新的管制及社会控制形式,这些新的机制既依赖于国家又依赖于资本全球化。新的统治形式并不会导致统治的终结,而是将其自身建构为全新的形式——“一个单一的逻辑规则”(2003 中文版:2)。该形式一方面凌驾于现有民族国家形式和国际体系之上,一方面又依存于现代国家与国际体系,并将这一体系与资本的全球扩张紧密联系起来。因此,虽然民族国家之间的竞争依然存在,这种竞争已被一种单一的权力秩序和权力观念所决定(2003 中文版:7)。作为一种新的全球政治秩序,帝国是一个“混杂的结构”——其组成不仅包括民族国家和国际体系,还包括跨国机构和非政府组织。

具体而言,由不同组织和机构组成的新的全球权力形态,在哈特和奈格里笔下,拥有金字塔式的三个层次,每个层次又包括几个层次的内容。帝国权力的第一层包括三方面内容。占据第一层,或者说占据帝国权力等级最顶端的是美国。作为唯一的超级大国,美国可以在国际上单独行动,但作者认为它更偏好联合行动,这正是冷战以后美国海外军事干涉行动的例行做法。第二层是一个包括世界七大工业国在内的民族国家联合体。它们控制着全球的主要货币工具,具有管制国际交换的能力。第三层则是一系列成分复杂的超国家联合体,如世贸组织、世界银行、国际货币基金、北约组织等,它们有能力在全球范围内行使军事、金融以及其他方式的权力。

帝国权力的第二层由以下几个部分构成:在第一层中心权力的庇护和保证下运作的跨国公司;具有地方和区域组织功能的一些主权民族国家,其功能旨在与第一层的全球权力进行政治斡旋,与国际组织协作,并在其自身有限的地域范围内重新分配收入。这种民族国家往往在国际合作中一定程度上屈从于跨国公司的权力。

第三层,这是金字塔中最宽的底层,由在全球权力秩序中代表普遍利益的群体构成。在理论上这包括所有名义上代表了全球民众的民族国家。事实上,强势的国家已经在第一层占据了位置,权力稍逊的国家也在第二层占据了位置,剩下的正是附属的、弱小的国家。他们在联大会议上数量巨大而权力微小。但是这些国家很重要,因为他们至少具备抑制世界强国并给予其在国际上的行为合法性的象征功能。这个层级也包括数量众多、成分复杂的非政府组织,它们在过去的几十年里发展迅速,宣称代表民众并为他们的利益而工作。在制度安排上,它们与正式国家机构分开,甚至有些组织还跟国家处于对立地位。

帝国没有呈现出一种历史政体的形态,而是自我表现为“一个成功地终止历史并因此永远固定正在存在的事态的秩序”(2003 中文版:4)。对哈特和奈格里而言,帝国不仅是深奥的历史积淀体,还是满载冲突和危机的一种统治形式。冲突和危机并不意味着资本的终结,“而是标志着资本的趋势与运行模式”(2003 中文版:207)。此外,在帝国内部包含着其自身的毁灭力量——拥有巨大的建设性和生产性力量的芸芸众生,借用斯宾诺莎(Baruch Spinoza)的话,他们将其称为“大众”(multitude,另译为“弱势群体”)。也就是说,尽管帝国代表了对大众的统治,使之服从于其贯穿一切的权力,可是另一方面,大众是我们社会中真正的生产性力量,而帝国仅仅是一个依存于大众活力的捕获装置。借用马克思的话,二位作者把它描述为“一只死劳动积累的吸血蝙蝠,它只有靠吸食活人的血液才能生存下去”(2003 中文版:62)。正如他们所说:

我们所面对的帝国持有巨大的压迫和毁灭的力量,但是事实不应该使我们以任何形式为了旧有的统治形式感伤怀旧。通往帝国的道路和全球化的进程对自由的力量提供了新的可能性。当然,全球化并非是单一的事情,我们把多种类型的进程理解为全球化,这些进程不是统一的、单一的。我们认为自己的

政治任务不是简单地抵制这一进程,而是去重新组织它们,再次引导它们通往新的目标。维持着帝国的芸芸众生的创造力也能够自主地构造一个反帝国,一个可供替代的全球流动和交流的政治组织。反抗和颠覆帝国的斗争以及建立一个真正的替代物的斗争,将因此在帝国自身的场域发生。确实,这种新的斗争已经开始出现。通过这些斗争和许多酷似它们的斗争,大众将创造新的民主形式和新的宪政力量,它总有一天将带领我们穿越和超越帝国。(2003 中文版:4—5)

由于篇幅限制,本章不可能在这里对哈特和奈格里的理论做更详细的描述和评价。把帝国看成一种既成现实也许还为时过早,但一些学者已就作者对“大众”所持的理想主义情怀,以及对新的民主形式的必然性断言提出挑战。同时,如我在本章结论中会进一步论及的,民族国家力量削弱的程度是不是像作者所说的那么大也值得进一步商榷。相对于本书第3章提及的哈维(Harvey,2003)的“新型帝国主义”(new imperialism)理论有关国家的地域逻辑和资本积累逻辑间的分析,或者“非正式美帝国论”(informal American empire, Panitch and Gindin,2004)中有关美国和其他国家关系的分析,帝国理论中有关国家概念的分析显得单薄。到了新世纪的第一个十年末期,随着美国陷入深重的经济危机,也随着“中国崛起”话语的兴起和“G7”先被“G8”再被“G20”所替代,我们还可以质疑帝国概念所描述的美国的顶级地位是否已经被动摇——当然,也有理由认为,2008至2009年的金融危机,“G20”以及巴西、俄罗斯、印度和中国组成的“金砖四国”并没有从根本上动摇帝国的逻辑。

无论如何,帝国这个概念为我们提供了一条思考快速变化中的全球秩序的新途径。第一,这一概念提供了一个真正的全球视角,并从根本上动摇了以民族国家为中心分析单位的理论取向——当布莱尔赞同在别的主权国家搞“政权更迭”之时,他不仅作为另一个民族国家的领导,而且代表了显现中的帝国在发言。第二,帝国的概念超越了把权力局限在政治领域的狭窄范畴,二位作者不但承认经济权力,尤其是资本逻辑和跨国资本力量在全球权力秩序中的中心地位,而且把自己的权力观念建立在福柯所提出的更为广泛和深刻的“生物权力”(biopower)概念的基础上。倘若说,政治和经济曾经被认为是两个尽管相关,但相互分离的力量的结构体,全球化过程则使这两种力量相互融合,并加速整合在一个单一的框架中。从这一点看来,在分析社会时,帝国的理论表述与最新的政治经济学表述是一致的。如莫斯科(Mosco,1996:200)所言,在政治与经济之间做概念上的区分,固然有助于厘清分析思路,可是更多的时候,这种区别仅仅起到了混淆和掩盖真相的作用。第三,此概念突出了变革的过程。尽管跨国公司以及全球性的生产和流通网络已经逐渐侵蚀了民族国家的权力,但国家功能并没有因此消失,而是被置换到别的层次和领域中。第四,这一概念把混杂性和多样性看成是帝国的内在本质和存在状态。在以往关于“文化帝国主义”的争论中,论辩双方均倾向于将同化与区别对立起来,将全球

化看成是在同质化与异质化或杂文化之间非此即彼的选择,而其中一方更进一步认为多元化受到了文化帝国主义的威胁。与此相反,哈特与奈格里认为,差异的生产正是帝国力量再生产过程中的决定性机制。最后,这一理论在意识到帝国压倒性的力量的同时,强调了大众的创造力和他们从压迫性权力结构中获得解放和自治的能力。

帝国传播的结构

世界传播在过去的几十年间发生了一系列重要变革。以上述理论为纲,这些相互关联的变革标志着国际传播向帝国传播的转变。让我们首先粗略地回顾一下这些变革。

1. 国际传播治理体制的变迁

在过去的二十多年里,世界传播的全球治理机制发生了重大变迁。从二战结束到1980年代末,联合国一直担任着主要国际论坛的角色,成员国就国际传播问题展开辩论与协商。尽管世界强国在具体运作中起决定作用,但联合国毕竟是一国一票的代表性组织。新独立出来的第三世界国家在数量上成为大多数,它们联合起来挑战西方强国在国际传播中的权威,通过联合国教科文组织(UNESCO)和负责分配国际无线电波(包括国际卫星广播频道)的国际电信联盟(ITU)要求建立世界信息和传播新秩序(NWICO)。诚然,“世界信息传播新秩序”(New World Information and Communication Order, NWICO)运动有许多局限,比如最关键的一点在于许多第三世界国家政府的局限性与矛盾性,一方面它们垄断国内的传播秩序,一方面又抗议国际传播被西方强国所掌控(Tomlison, 1991)。但这些局限并不能抵消该运动对世界传播的双重批判:即世界传播处于西方权力和资本增殖逻辑的控制之中。正如阿芒·马特拉(Armand Mattelart)所指出,围绕世界信息传播新秩序的论战“是面对不平等的影像和信息交流现状发出的第一声惊呼”,而这场争论还提出了关于“民主和发展、传播与公民直接参与其自身发展之间的关系”等问题(2000:68)。在这场对世界传播秩序的批评声中,隐含了一个比西方式自由民主更广义的民主概念,这个概念与作为社会经济体系的资本主义制度之间并不能简单画等号(有关不同民主模式的讨论,见 McPherson, 1965; Lummis, 1996; Dahl, 1998)。这一特定的民主概念强调了平等的重要性,以及资本主义与社会公平之间的基本矛盾。此外,这次运动不应该仅仅被理解为一场第三世界的运动。与今天新自由主义的“自由市场”是解决世界贫困的最佳方案的说辞以及英国首相为使用武力改变外国政权而感到自豪的宣称形成鲜明对照,一位法国总统在这一运动勃兴的年代说出了这样的话:“自由市场不容许跨国公司以外的实体有任何的增长,而跨国公司在第三世界制造出财富细流的同时,也制造了贫困的海洋”(Mattelart, 2000:70)。

出于种种原因,“世界信息传播新秩序”运动在1980年代日渐式微。除了上文提及的内部的原因,无疑,美国政府和美国传媒集团在压制瓦解这一运动中起了重要作用。

前者对这一运动在政治和意识形态层面发动系统的攻击,并于1985年退出联合国教科文组织;而对后者而言,任何代表世界其他利益的对世界传播秩序的重组都会损害到它们的既得利益。因此,它们利用自己控制的媒体诋毁这场运动(Preston, Herman and Schiller, 1989; Vicent, Nordenstreng and Traber, 1999)。之后,国际传播的控制原则与结构的重新建构,则更多地依据跨国公司的利益和商业规则。信息传播问题在很大程度上被认定为贸易事宜,应不折不扣地按照商业逻辑来运作。世贸组织和其他贸易组织取代了联合国成为管理世界传播的主要机构。迫于美国和少数发达国家的压力,国际电信联盟对自己的控制机制和组织结构进行了根本性的重构,除了民族国家外,私营部门成员,主要是跨国电信公司,也获准加入了这一组织,并在许多方面享有与民族国家成员相同的一系列权利。更意义深远的是,在美国和其他发达国家的压力下,国际电信联盟也重构了自身的管理和组织框架,授予私有企业以与成员国几乎同样的权利。这个1970年代曾使美国在诸如直播卫星广播等问题上孤立无援的国际组织已在很大程度上沦为跨国公司利益的维护者了。瑟苏(Daya Thussu)对此评述道,今天,国际电信联盟“游说世界各国废除那些阻止广播电台、有线电视企业和电信公司交叉拥有所有权的规章……还跟在世界上最有权势的国家和电信企业依据自身利益而设定的议程后面,亦步亦趋”(2000:91—93;另见 Hills, 1998:99—121)。诚然,1997年世贸组织关于基础电信服务的协议中,在电信被明确定义为与其他商品一样属于可交易的服务的同时,大众媒体和视听产品则依据“文化例外”原则被排除在世贸组织管理范围之外。这主要是有实力的西方国家从中干预的结果,这些国家包括北美的加拿大与通过欧盟组织起来的西欧国家,主要是法国。比如,加拿大在1989年《加拿大—美国自由贸易协定》和1993年《北美自由贸易协定》中都获得了保护本国文化工业的许可。可是墨西哥却无法在《北美自由贸易协定》中享受保护本国文化的权利,甚至修改宪法以容许外资进入该国的媒体公司。从另一角度看,美国能够从开放了的传播产品贸易中获益最大,因此希望确保“文化例外”条例不被用做一种普遍原则向全世界推广,尤其是在和其他国家的谈判过程中对此原则三缄其口。事实上,美国本土有一系列破坏视听领域“文化例外”原则的体制政策,这些政策旨在“阻止这一由欧盟力主的视听政策的扩散,更重要的是,阻止其成为前苏联加盟国家在与之谈判时所采纳的模式,因为在这些国家里美国投资者在视听领域占统治优势”(Mattelart, 2000:86)。最后,甚至加拿大本国保护民族文化的能力在1999年也遭到痛击。在这一年的涉及美加杂志业的争端中,世贸组织做出了有利于美国的裁决,认为加拿大对本国杂志业的保护措施违背了全球贸易规则(Mattelart, 2000:86)。

2. 本国控制和公共服务原则的侵蚀

与此同时,民族国家作为兼具传播提供者与管理者的双重传统角色也被显著地削弱了。像丹·席勒和莫斯科(2001:6)讨论的那样,本国控制(即以民族国家为轴心来组织经济、社会、政治和文化生活)和公共服务(即“在公共决策中公民权、平等、民主参与的原

则等同或高于市场和私有财产权这种观点”)一向是民族国家传播政策制定中的两个决定性因素。从历史上看,这两个因素是传播领域资本逻辑得以充分表达的政治障碍。在西方,它们曾是推动由国家资助的公共广播系统发展的基石,甚至连市场关系最不受限制的美国都不例外。尽管美国媒体在国外积极扩展,美国还是在国内建立了一个受本国控制的传播体系,比如,它曾长期不允许外资染指电信和广播领域。美国媒体体系中也并非完全没有公共服务的原则。如本书第6章所论,除公共广播之外,商业广播也被要求履行公共服务的责任,如对公众关心的问题提供公平和平衡的报道以及提供地方节目等。虽然有不同的定义,公共利益的概念意味着对资本增殖目标和社会目标之间非一致性关系的承认,以及社会目标先于资本增殖目标的普遍政策定位。这一理念在美国传播领域的管制历史上中曾扮演过十分重要的角色(Aufderheide,1999)。

如本书第6章所述,1980年代崛起的新自由主义改革,在世界范围内开启了私有化、商业化、自由化和大规模对国内传播体制放宽政府管制的过程。作为全球资本主义体系中的领导国家,美国理所当然地走在这一过程的前列(Herman and McChesney,1997; D. Schiller,1999)。一方面,私有化的大举展开,各国对公共广播的补贴持续削减,使得国家作为国内媒体服务直接提供者的角色被严重削弱。同时,国家放宽了对国内和国外资本拥有媒体所有权的诸多限制,放宽了对广告的限制,减轻了广播电视公司的公共利益责任,使媒体的商业化倾向更加明显。值得强调的是,本章所论的“放宽管制”并不意味着国家管制的终结。正如管制学派(Regulation School)所认为的那样,倘若某一社会领域受产业决定的程度大于国家干预的影响,这可以理解为市场管制的一种模式,它与国家管制刚好相反,因为后者意味着国家应该扮演更加重要的管制角色。所以莫斯科(1996:201)在著作中写道,关于是否解除管制的政策的争论至少是不真诚的,因为解除管制本身并非一种选择。说到底,这是对突出市场还是国家,抑或二者之外的利益的各种复合管制形式的一次选择。放宽政府管制不能等同于解除管制,而是意指拓展市场管制的范围。同样,商业化也不意味着政府有关媒体补贴政策的终结。这只是一种补贴形式的转变,即从国家补贴到通过广告的商业补贴,随之而来的是媒体责任对象的转变。因此,当这一切发生的时候,在一定程度上,传播体系不可避免地转变成兜售一般消费品甚至政治候选人的商业销售机器(McChesney,1999:267),并倾向于迎合富有的、广告主最为青睐的受众群体——中产阶级消费者——的兴趣与利益。像美国学者贝克(Edwin Baker,1994)已经清楚指出的那样,一个由广告支持的媒体体系与真正提倡平等与民主的媒体体系之间存在根本性的差异。

作为这个转变的一部分,传播法案与规则所扮演的角色也从根本上被重新定义。1996年的美国《电信法》对全球造成深远影响,它在市场化和偏袒商业利益方面的倾向性已是众所周知。与此同时,美国联邦通讯委员会已把自身角色“从产业管理者调整到市场促进者”,其主要任务在于促进国内和国际传播市场的竞争(Thussu,2000:93)。公司利益超越公共利益成为传播政策制定中至关重要的考虑因素。里根时代的联邦通讯委

员会主席福勒(Mark Fowler)曾就“公共利益”(public interest)一词玩起了文字游戏,把它等同于公众所感兴趣的东西。而美国前国务卿柯林·鲍威尔之子迈克尔·鲍威尔(Michael Powell)更是口出狂言,“公共利益”的概念成了他公开嘲弄的对象:“当我宣誓进入联邦通讯委员会(成为联邦通讯委员会主席)的那天夜晚,我等待着代表公共利益的天使前来拜访。我等了整整一夜,可她却没有降临”(Miller, 2002:20)。如本书第6章已论及,市场规则同样也经由欧盟改变了整个欧洲的传播体制,只是没有美国市场化程度那么深,实现的路径也更为复杂(Herman and McChesney, 1997; Mattelart, 2000; Schlesinger, 2001)。紧要之处是,宪法领域也保障与巩固了这种向资本主导体制的转向。在美国,如麦克切斯尼(Robert McChesney, 1999:257)指出,美国宪法第一修正案在一定程度上已经被商业化了,对宪法的解释也受到特殊利益集团的干预。当历史上首次颁布宪法第一修正案的时候,国家的确是自由表达的唯一敌人,而出版是个人编辑/印刷者和言论者的领地。今天,宪法第一修正案历史上曾保护的对象(主要以个人为单位),已经演变成了跨国公司。这些公司主导着公共传播的渠道,同时拥有对公众与对政府的强大力量。正如赫伯特·席勒(1996:16)指出的,在美国,虽然国家仍没有放弃“控制个人表达的爱好的”,“言论自由的主要威胁已经从政府转变成了私人公司”。在这种背景下,麦克切斯尼指出,美国主流势力解释的宪法第一修正案正在变成保护他们的挡箭牌,使得资本控制之下的公共传播渠道免于成为政治讨论的论题与公共政策的管制对象,其目的不是为了改善公民的传播民主权利,而是要“让政府的法律法规不触及私有媒体和广告”(McChesney, 1999:257)。

3. 集团化、融合与跨国媒体集团的崛起

对媒体国家控制和公共利益束缚的解除释放了资本的力量,导致了一个世界性的以市场为导向的媒体体系的形成。一浪又一浪的媒体兼并、合并浪潮促进了诸如美国在线—时代华纳、迪斯尼、新闻集团、维亚康母、贝塔斯曼等传媒巨无霸的产生。这些公司在超国家和国家力量的支持下,通过形式多样的技术和组织形式又飞速地扩张到世界其他区域。由此产生的传媒体系是真正全球化的——这不仅体现在所有权结构、生产、分销方面,也体现在消费领域。美国的信息和娱乐公司仍然在全球媒体体系中占据重要位置,但其所有权结构已经趋向多元化——美国本土的媒体公司向国外扩张的同时,国外公司也进入了美国市场。比如,日本的索尼拥有哥伦比亚电影公司,墨西哥媒体集团特莱维萨(Televisa)向美国出口广播节目、杂志和音乐唱片(Paxman and Saragoza, 2001)。通过合资、合作和其他类型的组织与金融合作的方式,以前从属于界限分明的国家传媒体制的媒体机构与主要的跨国集团不可分割地联系在一起。类似地,媒体消费和生产也变得日益全球化,进而形成了一个“新的文化劳动的国际分工”(Miller, 2002:19—21)。今天,北至加拿大南至墨西哥都有好莱坞的电影制作基地;美国市场的电视节目先用于拓展国外市场,随后返销回美国。花木兰被迪斯尼化,成龙的功夫片和施瓦辛格的动作

片同时摆在世界观众面前以供选择,美国的文化统治已经演变成“跨国公司的文化统治”(H. Schiller, 1992: 39)。

但是,我们不应将这种表面上的多元化误认为是新的运作逻辑的兴起以及新的民主化选择和表达时代的来临。相反,在帝国中,资本增殖逻辑成了全球媒体体系的不二法则。全球媒体体系以跨越空间的方式得以形成,这也是媒体生产中“纵深商品化”(Mosco, 1996: 140—211)和“超级商业主义”(McChesney, 1999)在美国和世界其他地方持续发展的过程。全球媒体体系几乎形成了如下的新行为准则:一切都可以在任何地方用任何语言说出来,只要说的本身有利可图。在这种背景下,如我和丹·席勒已论及,传播渠道的大量增加以及窄播节目的繁荣仅仅标志着“跨国视听工业愿意寄生于而不是削平文化差异——假如这样的差异能带来牟利的希望”(Zhao and Schiller, 2001: 140)。哈特和奈格里(2000: 200—201)也指出,全盘文化同化并非帝国所热衷的优先战略。相反,针对重新出现的种族和国家文化认同之间的差异,帝国的“解决方案”不是否定或减弱这些差异,而是识别出已经存在的或潜在的差异,并赞同这些差异,继而通过一套有效的调控机制来控制差异。

英国社会学家斯克莱尔(Leslie Sklair)的观点与以上分析有类似之处。他认为,将全球化和本土化视为两个相互排斥的过程是错误的。一些全球化论者预言本土文化将在全球化创造的同质文化中逐渐消亡。针对这一观点,另一些论者通过发现和证实本土企业家和文化的活力予以反驳。但是,正如斯克莱尔所言,这种有关全球化和本土化非此即彼的简单化的二分法与他的理论框架并不相容。如上所言,哈特和奈格里的帝国概念也超越了这种二分法。斯克莱尔(2001: 256)指出:

全球资本主义体系是建立在全球范围内积累私有财富这一前提下的。除去资本增殖这一驱动力之外,这一体系的主要博弈者对摧毁或扶持地方文化并没有什么特殊的兴趣。当地方性或国家性的机构威胁到它们牟利的目标时,国际资本必然会消灭它们。比如在殖民时代,每当地方企业与国际资本的扩张计划相抵触时,殖民强权势力就是这么做的。经济全球化在一定程度上改变了这一状况。全球性公司能比较容易地将当地合伙人融入其跨边界的网络系统中,利用当地合伙人和资源从中获利,并在此过程中与当地精英形成利益共享的局面。那种总是把全球化与本土化相互对立的看法是从一个静态的视角探察传统实践和文化的结果。

以上讨论对我们有重要的启示,尤其在加深对有关“文化帝国主义”理论的批评与反批评的认知方面。一些试图否定“文化帝国主义”的存在并批驳“文化帝国主义”理论的学者往往只是从传媒产品数量和流向的角度肤浅地理解这一理论的含义,简单地将它看成媒体产品从美国向世界其他地方的“单向流动”,以及国外资本、媒体内容对地方性媒体体系的支配与影响。在此基础上,他们用本土商业传媒文化的活力和媒体产品的“反

向流动”(如墨西哥的电视故事长片向世界其他国家的出口)和“区域流动”(如韩国出口电视节目到中国)的个案来证明“文化帝国主义”理论已是明日黄花。以帝国的概念和斯克莱尔的分析观之,这种反批评反而存在似是而非,“没抓住要点”甚至偷换前提之嫌疑(见 H. Schiller, 1993)。正如萨斯曼(Gerald Sussman, 2001: 147)在分析墨西哥媒体集团特莱维萨(Televisa)作为跨国媒体公司的一员崛起的时候指出:

与那种主要派生于西方(尤其是美国)广告价值与实践的商业特性相比,电视节目中的民族特色并不是那么至关重要。尽管墨西哥或其他本土资本在短期内表现出了弹性和相对独立性,可是从长远上看,墨西哥的媒体集团以商业而非公共价值为导向,其内在的市场驱动逻辑将肯定会获得美国商业节目提供商的垂青。

总之,这里的关键还是分析视角。倘若将商业逻辑和市场关系视为天经地义,并囿于民族国家中心论这一简单的分析框架的话,那么墨西哥或其他发展中国家出口电视和其他文化产品这一现象的确意义重大。但是,倘若不把市场关系、资本逻辑以及消费主义的文化意识形态的全球扩张视为理所当然和历史的终点的话,那么墨西哥在制作有商业吸引力的电视节目方面所取得的成功恰恰印证了资本在全球范围内的胜利,以及资本主义意识形态话语在全球取得的霸权地位。更何况,对资本主义价值做本土化了的宣传,要比纯美国价值的宣传更有亲和力和接近性。而对全世界的观众而言,只能看到有关美国中产阶级生活的影视作品也稍显单调。问题的关键在于,是否将市场逻辑视为天经地义,是否承认一个社会的公共传播体系还可以有其他的(alternative)、多元的组织原则和组织形式。我会在本书的第 14 章和最后部分进一步阐述这一点。

这里也许有必要回忆一下本书第 1 章已经提到的“文化帝国主义”理论的首倡者赫伯特·席勒对这一概念的最初定义。席勒用“文化帝国主义”来描述“把一个社会卷入现代世界体系的一系列过程的总和”,他进一步描述“这个社会的统治阶层是如何受到引诱、压迫、强制,有时是贿赂,以至于塑造出一种与现代世界体系中占统治地位的价值观和社会结构相适应的社会制度,以弘扬这些价值观和社会结构”(1976:9)。显而易见,这是一个十分抽象和具有高度概括性的定义。与从商业电视节目的出产国这类具体问题出发进行分析的视角相比,他站在一个比这高得多的分析层面上来看问题。说白了,席勒是用“文化帝国主义”的概念来描述刚刚获得民族独立的第三世界国家是如何被卷入世界资本主义体系这一问题的。这一理论所预设的前提是,对资本主义制度的批判,以及对其他替代性的社会制度和价值体系的信念。回到墨西哥的例子,从席勒的角度,问题的关键不在于特莱维萨能否出口商业电视剧,而在于,作为一个与墨西哥政权当局保持着长期的密切合作与依存关系的私营传媒集团,特莱维萨是否表达了墨西哥民众多方的呼声,是否向世界其他地区全面地真实地反映了墨西哥的社会现状。事实上,就像许多第三世界的商业媒体急于被整合到全球媒体体系当中一样,许多第三世界的执政者

们,尽管时而发出有关保护和弘扬民族文化的机会主义呼声,可是他们却不愿意让本国的传媒成为公众表达政治异议的渠道,反而更倾向于让本国的民众从进口的娱乐节目中获得愉悦。毕竟,这些娱乐节目不会对他们的统治造成直接的意识形态威胁。更何况,引入进口娱乐节目还能让本国一些从事进口和播出的私营或国营资本有利可图。

帝国时代里,我们一方面承认发达国家与发展中国家在传媒业上的不平等权力关系,同时也需要将好莱坞的大公司和像墨西哥的特莱维萨与巴西的环球(Globo)这样全球化的传媒集团看成是全球资本主义意识形态机器当中的一部分,而非仅仅是某一国家的传媒渠道。这意味着,上述传媒机构所扮演的意识形态角色至少有一部分是超越国界的。试想,在一个全球性的社会不公平和不平等都在加深的年代,哪一个政权不能在意识形态上得益于像影片《泰坦尼克号》那样充满着人情味的诉求和对社会关系神话般的处理(你虽然穷,但你可爱,并能从富人手中抢过爱人)?再说,正如由贫富最不均的国家之一的巴西出口、曾被俄罗斯进口播出过的某部电视剧名称所言,“连富人都在哭泣”(Even the Rich Cry),穷人还有什么可言?

4. 世界传播中非政府组织社会力量的崛起

过去的几十年见证了全球社会中非政府组织在世界传播中扮演着越来越显著的角色。非政府组织从1960至1970年代便开始大规模地出现在国际舞台上。一个有效的传播策略,包括对主流媒体的驾驭,一直是如“绿色和平组织”等有影响的非政府组织成功运作的重要组成部分。在1995至1998年之间,非政府组织通过互联网,直接介入并干预了在世界经济合作与发展组织框架中进行的多边投资协定(Multilateral Agreement on Investment)的谈判过程,这一事件成了凸显非政府组织能力及其所具备的高效率的传播网络的里程碑式的标志。虽然该协定的最终流产有其内在的原因,但是70个国家中600个以上的非政府组织所组成的传播网络的干预,所发挥的关键作用不容小觑。目前,传播领域中的非政府组织已大量涌现。尽管本章在此不能一一列举(哪怕是最主要的非政府传媒组织),我们可以从以下的简约分类中对这些组织及其传播活动略有认识,这些组织呈现多元化发展的局面,纷繁复杂:一些非政府媒体组织立足于对主流媒体的监督和分析,旨在促进言论自由,保护记者的权益,因而成为媒体作为社会监督者的监督者;另外一些组织从事媒体素养和媒体教育工作,通过公共教育和成人教育系统,致力于培养民众的媒体批评意识,以提高他们对媒体价值、规范和影响的认识和他们自我表达的能力;还有一些组织投入到与全球传播有关的政策研究中(哈克特,赵月枝,2005);最后,不少替代性媒体实体在国家和商业公司之外求生存,提供替代性的信息与思维模式。尽管大部分替代性媒体规模极小,受地域限制,且技术含量不高,内容庞杂,观点有极端的一面,信息也不一定都很可靠,但是,有些因为通过全球性的网络传播,也产生了一定的影响。当然还有其他替代性媒体,它们在地下和非法状态中苦苦挣扎。这些非法和地下媒体并不仅仅局限于那些对媒体进行严格管制的威权主义国家里。例如在美国,微型

广播(micro-broadcasting),即无执照的低功率非商业广播,在过去的若干年里发展迅速,它们俨然成了一些不满于商业广播系统的城市社区听众的信息来源。这些非政府、非商业传媒组织,呈现出意识形态上多元化、组织方式多样化的特征。它们对全球主流传播体系做了重要的补充和调节,甚至对其提出了挑战(Downing, 2001; 哈克特, 赵月枝, 2005; Couldry and Curran, 2003)。

非政府传播者和主流传播结构之间的关系十分复杂。尽管非政府组织经常被视为“民众的组织”,并往往与国家和跨国资本的利益相对立,但是,实际上,许多传统的非政府组织,如美国的一些实力雄厚的私人基金,恰恰服务于跨国资本的长期利益。就像批评者所指出的,许多新的非政府组织的议程设置已经“与全球资本的新自由主义计划相容且服务于后者”(哈特,奈格里,2003 中文版:297)。作为帝国的“道义力量”,许多非政府组织在作为单一世界秩序的帝国框架中操作。而且,帝国已把自己的触角深入到非政府、非商业领域,把这些组织纳入自己的轨道上,将其当做实现自己目标的可变通的途径。在国家削弱常规设置机构职能的同时,它也把一些公民社会组织转变为“影子国家”的一部分(Mitchell, 2000)。也就是说,民族国家转换了自己的部分权力,并将其让渡给诸如世贸组织这样的超国家机构,另一方面又将部分功能分派、转让或“外包”给源于社会的非政府组织。事实上,超国家机构如世界银行和一些民族国家都致力于资助与培养特定的非政府组织来从事原先由政府承担的工作。

在传播领域,这方面最值得关注的例子也许是 Internews,一个投身于倡导“世界范围开放性媒体”的非营利组织。这个组织 1982 年建立于美国,在欧洲和亚洲都有分支机构,着重关注东欧、俄罗斯、中东和中亚地区的传媒发展。根据这个机构的网页(<http://www.internews.org>),该机构主要从美国政府若干机构、荷兰政府、欧洲委员会,以及一些美国大公司和基金会那里获得资助,2001 年的预算高达 1700 万美元。Internews 不仅严重依赖国家和资本的财政资助,并与美国国家和主要传媒集团保持着密切关系。其董事会中有一位是美国在线—时代华纳的高级副总裁,还有一位是美国议员。这个机构活动范围甚广。从 1992 到 2001 年,该机构培训了超过 1.8 万位媒体专业人员;它和 2100 个以上的非政府电视台与广播台有工作往来;在前苏联、前南斯拉夫、约旦河西岸和加沙地带支持了 19 个非政府独立电视网络的发展,创立和/或资助了 29 个媒体协会;它在 2001 年制作了近 730 小时的电视和广播节目,其潜在受众可达 3.06 亿之多。此外,它还向前苏联和前南斯拉夫的独立电视台提供了超过 1000 小时的国际纪录片节目。以活动的范围和尺度以及重点活动区域为指标进行衡量,Internews 无疑是最有影响力的非政府传媒组织之一,它的一系列行动正符合如下议程:美国一直在向前社会主义地区和伊斯兰地区输出自我认同的民主观念与美国新闻价值及其实践。也就是说,Internews 的目标不是挑战帝国的逻辑,而是扩展和巩固帝国的统治。有理由相信,一旦“独立的”电视台被扶持并被培育成有商业前景的经营性企业,跨国媒体集团如时代华纳就能够将其接管过来,将其收编至其全球商业媒体体系中。

然而,其他一些非政府、非商业的传播组织所秉持的原则却是向帝国传播逻辑不屈不挠地发起挑战。它们致力于建立超越帝国的新的全球生产和流通秩序。在西方国家,这些组织并不热衷于在其他国家传播推广西方化的媒体制度、价值与实践。相反,它们致力于在当地尝试推广不同于主流商业媒体的新的传播理念与实践。在第三世界的一些地区,这些组织中有一部分致力于发展非政府、非商业的社区传媒与社区或公民影像,着重于对民主传播原则的培育。许多类似的传播机构,在一个协作的、非等级化的组织结构中运行,并与反对跨国公司主导的新自由主义全球化的社会正义运动紧密相连。与像 Internews 这样有良好经济支撑和有效组织机构的非政府组织相比,这些真正的“民间组织”的影响其实微不足道。有人也许会对它们不屑一顾,认为它们堂吉珂德式的主张与努力不切实际。比如,有位美国律师就以对美国宪法第一修正案的重新解释为根据,试图控告美国现存寡头垄断的传媒体制有违宪之嫌,因为美国目前的传媒结构违背了宪法维护民主制度的真正意图。某些其他主张则不那么富于幻想,但仍然是高度理想主义的。它们所追求的是对现有传播秩序的根本变革。例如,在世界传播学界颇有影响的学者格伯纳(George Gerbner, 1919—2005)以70多岁的高龄,于1991年建立了“文化环境运动”(Cultural Environment Movement)这一非营利组织,该组织没有太多的经济资助,更多地依靠成员们的义务工作,致力于改变跨国公司控制和市场主导的媒体体系及其形成的现有文化环境。在这些行动者看来,既然现有制度不能为公众提供健康的文化环境,就必须义无反顾地为创造新的文化环境而努力,尽管前途不甚光明。

可以说,上述四个部分所描述的变化预示了帝国传播体系的形成。就像哈特和奈格里指出的那样,作为“帝国控制体系的基本工具”,传播体系所掌握的是下定义的权力——即规定好与坏、相关与不相关、对和错的权力。传播力与军事力量和金融力量一起构成了帝国三股主要的支撑力量(哈特,奈格里,2003中文版:328)。这一体系的统治性逻辑是,通过一个日益增长并且联系越来越紧密的文化传播网络来“创造世界消费者”(H. Schiller, 1993),并在更一般的意义上将民众塑造成符合跨国资本利益的社会主体,从而实现资本积累的目的。可以说,这一体系中的主导性跨国集团已经部分地获得了“地球村的酋长”的地位:它们所有权集中、合纵连横、掌握着无所不包和相互融合的技术手段:

不管它们归谁所有,这些公司……已经成为重建以实现跨国资本利益为目标的全球主体的过程中至关重要的力量。它们的产品——电影、电视节目、音乐、录像带——是最完美的全球商品。它们可即时广播、稍纵即逝,需要世界范围内的受众来补偿其生产和投资风险的费用。全球化意味着任何地方、所有的时刻都是“加德满都的影像之夜”,因为媒体旁观者的习惯已经培养起来并撒播到全世界(Dyer-Witthford, 1999: 137)。

就像上面分析所证实的那样,国家和资本愈发紧密合作,以促进新自由主义和消费

主义意识形态在全球的支配性地位的建立与巩固。通过一些有影响的非政府组织,它们将影响范围扩展到自己传统活动边界以外。与此同时,部分民众力量也正通过传播将自己组织起来,以不同的形式对抗帝国,并拒绝简单地成为旁观者或消费者。他们在寻求各种社会生活新的形式和各种新的权力秩序。最近几年,人们见证了在西雅图、华盛顿特区、热那亚、魁北克市街头和世界其他地方所发生的社会正义运动,它们反对由资本主导的全球化,争取社会正义。与此同时,世界也经受着各种恐怖主义、原教旨主义以及其他势力的攻击和威胁。

后“9·11”世界帝国传播的强化

“9·11”之后,作为帝国秩序中最强大力量的美国强化了对世界传播体系的控制,并加强了自己的对外宣传攻势。作为帝国中的唯一超级大国,美国旨在提高对帝国传播的接触率和有效性——即通过“公共外交”直接在全球民众中推广其政策。同时,美国政府也试图控制和影响那些敢于表达异见的外国广播电视媒体。一个典型的例子是卡塔尔的卫星电视半岛电视台(Al Jazeera)。这是遍及阿拉伯语世界的电视媒体,它为表达与美国官方意见不同的看法提供了机会。2001年10月,美国国务卿柯林·鲍威尔对卡塔尔的埃米尔施加压力,要求对这个电视网络进行新闻检查。当这个要求遭到拒绝以后,美国改变策略,使自己的官员通过接受采访在这一电视台和其他媒体上频频亮相,力图中立化半岛电视台与其他媒体。在2001年10月至2002年3月之间,美国官员,包括国家安全事务顾问赖斯,在半岛电视台以及其他中东地区的媒体露面的次数已超过两千次(Smyth, 2002)。

最后,也许最重要的是,“9·11”以来,跨国媒体公司与国家之间的合作关系日益增强,美国本土主流媒体体系中的话语空间呈现缩小之势。尽管在自由民主制度中,媒体有相对独立于国家的传统,这种相对独立性在事关根本的政治经济利益的危机时极易被侵蚀。在美国媒体中,自我审查使不同意见的公开表达变得相对困难了。在“反恐”语境下,布什的“你要么站在我们这边,要么就是支持恐怖主义”的二分逻辑使针对世界事务进行的任何批评性反思变得举步维艰,公开表达异见需要超常的勇气。美国传媒学者贝内特(Lance Bennett, 2001)甚至夸张地说,“9·11”后的几年,审查和自我审查在非常危险地将美国转变为“一个民族,一种思想”。实际上,美国国家一直有利用娱乐工业为政府宣传服务的传统。美国传媒虽然有批评政府的权力,也有在关键时刻乐于为国家宣传出力的历史。二战期间,好莱坞制片厂使用美国政府的基金制作支持战争的宣传片。冷战期间,沃特·迪斯尼个人将其公司制作的电影上交给联邦调查局主席埃德加·胡佛审查。“反恐”语境下,美国国家和私营媒体合作又有新的表现。2001年10月中旬,在美国向恐怖主义宣战之后的极短时间内,来自CBS、HBO、华纳兄弟与电视艺术和科学院的一

些好莱坞演员与上层管理人员,和美國政府的官員聚集一堂以协调宣传。他们讨论的话题包括制作宣传性的纪录片和短片,建立公共服务公告牌,尽可能鼓励编剧制造更多的支持战争和支持美国的信息(Saunders, 2001)。CBS制作了一档节目,叫做《机构》(Agency),从正面刻画中央情报局,ABC的娱乐部门被批准制作一档13集的纪实电视系列片以鼓吹对阿富汗的战争(Barringer, 2002)。跨国媒体不仅依赖美国军事和政治力量来打开世界市场,而且依靠这些力量创造一个稳定的海外市场环境和国内利好政策。鉴于此事实,批评这种行为背后存在着自私的商业动机也并非空穴来风。例如,好莱坞的制片公司在过去若干年里一直游说美国联邦政府为电影生产提供补贴,而主要的媒体集团和报纸则游说联邦通讯委员会,要求其取消限制媒体“完全垄断”的最后几项法规,包括关于禁止在同一市场上拥有一家日报和一个电视台,每家私营电视业主在全美市场所拥有的电视台其所覆盖的美国家庭上限是35%等规定。2001年9月13日,联邦通讯委员会投票决定是否需要“重新检视”这些规定。就像美国媒体学者米勒(Mark Crispin Miller, 2002: 19)所观察的那样,该步骤对美国传媒关于布什当局的报道起到了“甜化作用”。在此后事件的发展中,美国联邦通讯委员会果真迎合大媒体集团的利益,放宽了有关跨媒体拥有的上限。只是,美国传播管制机构和美国政府这种明显的迎合资本利益的行为,加上美国民众对美国主流媒体对政府在“反恐”名义下再次入侵伊拉克的一边倒的挺战报道的不满,导致了麦克切斯尼等人发起的非政府媒体改革倡导组织“自由新闻”(Free Press)的崛起。这一成立于2003年的组织的第一项主要成就就是给美国国会施压,使其推翻了美国联邦通讯委员会有关放宽跨媒体拥有上限的决定。因此,一方面,跨国媒体已经/正在经受的经济和市场危机有可能使它们更倾向于和政府合作,共同服务于帝国的主导逻辑;另一方面,帝国的抵抗性力量也在聚集。

以上事例说明,尽管正在形成的帝国传播体系好像有主导一切的力量,在世界不断分化,贫富鸿沟加深,各种政治、经济、社会、文化和身份认同矛盾不能得到根本解决的情况下,用某种价值体系征服人心,消除异端,在帝国的框架下维护和平的任务异常艰难。历史并未终结,而意识形态的对峙也变得更加紧张。倘若说,主要是以全球资本为主体的力量正在通过业已将自身的部分职权转移给超国家组织的民族国家来实现由上至下的全球化的话,那么形形色色的社会保护势力正在挪用资本创建的传播技术来从事“另一种全球化”或“由下至上的全球化”(Dyer-Witheford, 1999)。这两种全球化运动也是本书第3章所引用的波兰尼的“双向运动”的当下和全球表述。

结论

尽管世界传播的现代形式的兴起带来了世界大同的乌托邦想象,这个过程却一直作为—种社会经济体系的西方殖民主义和资本主义向全球扩张过程的基本组成部分

(Mattelart, 2000)。事实上,一个曾统治澳大利亚的英国殖民总督就把电报叫做“伟大的帝国维系力量”,而当1932年BBC建立最早的海外广播时,这一机构官方名称就是“帝国服务”(Empire Service)。现在,在经过了一段民族解放运动和后殖民民族国家崛起的中间过程以后,世界秩序有可能被归入一个新的帝国——一个再也没有了“外部”的存在。因为所有的地域都已被纳入了帝国逻辑,它就没有了边界,世界政治经济权力也不能像殖民时代那样,将“外部”纳入殖民目标。

当然,就像本章前面指出的那样,哈特和奈格里所描述的帝国更应被理解为一种可能的趋势而不是一种现实。一方面,传统意义上的帝国主义有死灰复燃之势,多边主义原则已经在美国处理世界事务中有所动摇,而这可是《帝国》一书的二位作者在“9·11”之前深信不疑,并对他们的帝国概念至关重要的原则。另一方面,在许多地方,民族国家的独立、建设、维护与巩固依然是一项未竟的事业,民族国家依然是一个产生反对帝国力量的源泉。同时,民族国家之间的竞争还有可能是生死攸关的。如同国家之间的竞争将继续成为当前全球化过程中一项重要内容,民族主义也将继续发挥强大的意识形态作用。如我在本书第13章所示,中国加入世贸组织被称为“与国际接轨”并将对全球化产生深远影响,这一发展就是以国家荣誉、民族利益的名义提出,并至少在某种特定的民族主义的话语中被庆贺的。

但是,哈特和奈格里认为,民族(the nation)自身携带着一整套压抑性的结构和意识形态。因此,在他们眼里,“对民族国家的权力留有任何怀旧的情绪或者复活赞颂民族方式的政治都是一个严重错误”(2003中文版:319)。同样,如莫斯科(1996:210—211)所言,尽管民族主义已经成功地,并且能够成功地延缓全球化的进程,民族主义不足以承担对全球化自身的挑战这个职责,因为它忽略了市场化和资本在空间扩张过程中相互建构的事实,并倾向于接受本土控制,而不管这种控制是不是以市场化的深入为前提。

事实上,就像帝国逻辑所演示的那样,市场化正是民族国家被纳入全球秩序中的途径。因此,从人类解放的迫切性和必然逻辑来看,民族国家是一个充满矛盾的结构体。正如后殖民主义学者查特吉(Partha Chatterjee)指出的那样,“如今民族国家致力于为民族在资本的全球秩序中寻找一个位置,同时力图使资本和民众之间的矛盾保持在一种长期悬而未决的状态上”(1986:158)。在帝国时代,国内和国际各层次上的传播问题和矛盾已经不可避免地 with 资本和民众之间的张力盘根错节地纠缠在一起了。

第 9 章

媒体全球化与民主化:悖论、矛盾与问题

赵月枝 罗伯特·哈克特

媒体的全球化和民主化进程之间存在着复杂的互动关系,其深度和广度远非一两篇文章甚至一两本专著的讨论所能穷尽。但我们认为,探讨这种互动关系首先需要一种满怀希望的信念和一种批判的态度。

有人曾经相信,新兴的跨国媒体和传播网络会自动自发地摧毁现有的等级制度,重新分配权力,分别促进国家内部和国际社会之间的对话,并积极传播新的意识和观念,这不仅造福于世界和平,而且会在不同的民族、阶级和文化之间架起理解与沟通的桥梁。这显然是过于天真的幻想。

然而,我们坚信人类,相信个人一旦聚合为集体,成为“人们”或者“人民”,就拥有重塑传播体系、甚至政治制度的能力,而只要他们发挥出这种能力,上述的全球媒体和传播网络潜在的作用变成现实的可能性就会大大增加。

批判的态度源于我们对现实冷静的分析:跨国媒体和传播网络不一定有利于推进和平与民主。可以说,培育全球化媒体的土壤根本不是和平民主,而是统治性的制度和系统性的暴力。

基于以上的信念和态度,本章力求从一种跨学科和跨文化的视角探讨媒体全球化和民主化的问题。我们的目的不是要提出泛泛而谈的新理论,更不是进行微观的描述,而是对这一对相关的命题进行理论和历史性的梳理,从中提炼出新的问题。在某种意义上,有时在众说纷纭的议题中提出恰当的问题往往比得出草率的结论更有助于提升研究的广度和深度。

关于全球化和民主的关系,政治学中已有诸多论著,但它们很少关注媒体在其中发挥的作用。传播学研究中,虽然媒体的全球化以及媒体和民主的关系问题备受关注,但是很少有学者将这两个问题结合起来考虑。而且,正如 Hamelink(1995)所言,在现有讨论中,媒体和社会民主化之间的关系总是被当做媒体机构自身民主化进程之外的独立命题。实际上,通过媒体推进社会的民主化——公民社会或者国家运用传播推动社会其他

组成部分的民主化——和媒体自身的民主化是两个相关的问题。因此,在我们看来,媒体民主化这一概念里的“民主化”一词有双重含义。用做形容词时,它着重于公众传播促进整个社会民主进程和变革的方式方法;用做动词时,它意味着需要促进媒体本身的民主化,也就是提高一个社会的传媒体系的代表性、可接近性、公信力和可参与的程度。此外,在目前关于媒体全球化的讨论中,文化研究领域和政治传播领域之间的对话极为有限。本章的视角正是位于各类新旧学术领域和政治实践的交叉点,我们力求从新的角度出发,挖掘前人没有发现的点与面之间的潜在联系,同时吸收政治学理论与来自其他不同学科和专业背景的观点。

媒体的全球化

“全球化”之所以成为当今世界政治和学术争论的中心议题,一定程度上是因为“这个观点瓦解了既有的范式和正统政治学说”(Held and McGrew, 2002: 2)。我们可以从不同层面上来分析这个问题。全球化是真实发生的现象,还是一种意识形态,用以掩盖更重要的根本利益重新分配的过程?倘若它是个“真实”的过程,它在历史上是全新的吗?民族文化和民族国家依然是个人身份和政治生活的中心点,抑或,如上一章论及的帝国概念所指,它们已被全球化过程替代、消解或混杂融合?全球新经济是否正在形成?它是否意味着资本主义的新阶段与形式?什么人为了谁的利益通过哪种方式支配着全球治理?产生了什么结果?全球财富是否在增加?倘若答案是肯定的,全球化是不是财富增加的主要原因(Held, McGrew, Goldblatt and Perraton, 1999; Held and McGrew, 2002)?全球化是现代化的派生物吗?是否标志了时空压缩,以及遍布全球的参与者与不同地方越来越深的相互依赖?又或者更具体地说,它是资本主义社会关系的普及,也因此难以与帝国主义扩张区别开来(Petras and Veltmeyer, 2001)?最后,全球化在诸如通俗文化的全球共享和移民社群的形成等方面的影响,是否与资本主义经济关系的全球化一样具有相同的政治、经济和社会意义(Bello, 2002)?

对上述复杂且有争议的问题的种种回答超越了传统意义上左右派别的划分标准。有人欢呼地球村的形成和一个技术革新、个人自由、政治民主与经济繁荣的新纪元的来临(如 Friedman, 2000),有的则恐惧它会导致“一场反对一切战争,被唯一超级力量主宰的世界,由国际精英组成的、导致全球生态大灾难的专制联盟,或这些因素的某种结合”(Brecher, Costello and Smith, 2000: xiv)。Held 和 McGrew (2002: 98—117)认为有关全球化的政治观点至少有六派之多:新自由主义者、自由的国际主义者、制度改革者、全球变革者、国家主义/保护主义者,以及激进主义者(马克思主义者、社群主义者与无政府主义者)。

不同的视角和理论范式自然也隐含着对媒体在全球化进程中的角色的不同认识。

总体而言,自由主义现代化范式倾向于关注媒体对推进由专制独裁向自由民主转变的积极作用,尤其是东方与南方国家。跨国媒体——特别是来自西方自由民主世界的媒体——大多被当做社会自由化和政治民主化的代言人。因此,传媒大亨、西方政府、新保守派和技术热衷者们的代表性观点是:

倘若将政府视为信息民主的潜在威胁,媒体技术的全球化将有可能绕过独裁政府对信息流动的控制,打破独裁者对不同观点的压制。作为摧毁政府传播垄断的催化剂,市场化改革一旦和媒体技术的广泛利用相结合,就能引入信息民主。(Waisbord and Morris, 2001: vii—ix)

与之对应,批判政治经济学家和反新自由主义全球化社会活动者把西方跨国媒体与按自由市场逻辑进行组织的全球信息流动视为不平等的主导性权力,因为这种制度安排削弱了各国政府保护其“自主信息空间”的能力(Waisbord and Morris, 2001: ix)。

在这两种观点之间,我们需要探索的是政治社会民主化与媒体全球化之间的复杂关系,它们有时相互促进,有时互相矛盾。我们认为,全球化确实是一个不是全新却意义重大的现象。大众传播过程、传播机构和传播技术一方面影响了全球化浪潮的演进,一方面也受到全球化的影响。根据 Sreberny(2000)的研究框架,我们讨论媒体全球化如下几个方面:媒体在组织、市场、形式、流动、效果和治理等方面的变革,以及媒体“由下至上的全球化”,即媒体在公民社会中的运用。

这些相互关联又不平衡的变革从 1980 年代早期开始加速,并导致了国家之间和全球范围内的传播在组织逻辑和治理上的重要转变。二战后的 30 年间,虽然世界处于苏联和美国两个超级大国敌对的冷战背景下,世界传播体系仍基本以民族国家为中心来组织(或重新组织,如在战后的德国和日本)。社会主义国家里,由国家组织的媒体服从于不同程度的公开检查和政治控制体系。在西方,传播政策则与国家所建立的不同类型的自由民主体系相联系。如本书第 8 章所述,战后西方主要的自由民主国家传播政策有两个关键要素:本国控制和公共服务。前者意味着以民族国家为核心,把经济、社会、政治和文化生活紧密结合在一起的组织原则;后者则体现了公民权利、平等和民主参与的原则在决策中与市场 and 私人财产同等重要甚至比之更加重要的理念(D. Schiller and Mosco, 2001: 6)。

在西方历史上,这两个要素是资本逻辑在传播领域大行其道的主要政治缓冲。在加拿大广播史上,有著名的“不是(本国)国家就是美国”(the state or the United States)的争论。也就是说,倘若加拿大国家不介入广播业的经营,而只让私营广播按市场规则运作的话,那么加拿大的整个广播业就会成为美国商业广播网的一部分。虽然这一非此即彼的“国家与市场”的二元对立在加拿大传播和文化政策中导致了本国激进民主观点的边缘化(Mazepa, 2003),但是,本国控制的确是西方公共广播体系的一个先决条件。而正是这一体系被视为哈贝马斯意义上的资产阶级“公共领域”的最好体现,因为公共广播在

私人广播之外提供了有利于民主的选择。在加拿大,公共广播制度不仅受到广泛的赞扬,而且被认为是加拿大的文化立国之本。如本书第6章已论及,许多西欧国家原先对公共广播实行垄断。即便在资本主义的大本营美国,也在两次世界大战前后建立了本国控制的传播体系,禁止外国人拥有通讯公司和广播电视媒体。与此同时,美国媒体也积极向海外扩张。公共利益的定义虽然不太明确,却在美国传播法规中扮演了重要的历史角色,它意味着对资本积累以外的其他目标的认同。战后“自由法团主义”(liberal corporatism, Curran and Leys, 2000: 221)或福利资本主义是公共服务原则被确定、协商和付诸实践的宏观社会政治经济制度框架。在这一制度安排下,“渗透国家各个角落的公共服务原则抑制了市场关系和商业广告在广播电视业及其周边行业中的深化与泛化”(D. Schiller and Mosco 2001: 9)。这一背景为美国新闻业的“高级现代主义”时期奠定了基础,较高的职业自主性和“客观性原则”是这一时期新闻业的主要特征(Hallin, 2000a: 221; 哈克特, 赵月枝, 2005)。

在刚刚独立或脱离殖民统治、并被视为第三世界的国家中,不仅传媒体系的建立基于国家政策,而且传播媒体也被赋予了促进国家建设和现代化的职责。然而,这些新兴的传媒体系却在实践中很大程度上受制于前殖民势力和跨国资本的影响。1970年代开始,不结盟运动的参与者不仅要求通过建立世界经济新秩序来获得更有利的全球贸易地位,还极力主张建立“世界信息传播新秩序”,其目的在于保护刚刚摆脱殖民统治的国家在传播政策主次选择中的独立主权。

尽管各国对正式但是非强制性的国际规范和条例(如《世界人权宣言》第19条倡导言论自由)都有一定的承诺,但各国还是在自己的框架中制定和执行战后的传播政策。很多人注意到,全球化使现有的理论和实践显得问题重重的原因之一,是它对民族国家作为政治权利和民主责任的“承载者”的角色发出了尖锐的质疑之声。这种质疑在传播权利和结构(公共领域)中所具有的重要性不亚于它在政治性更强的机构中的重要性。社会理论家(Held, McGrew, Goldblatt and Perraton, 1999; Aronowitz and Bratsis, 2000)和传播学者(Curran and Park, 2000: 11—16; Morris and Waisbord, 2001)仍然为国家是否死亡这样的问题争论不休。但可以明确的是,当今国际传播理论中的许多逻辑可以追溯到20世纪80年代以来所发生的三次相关的社会变革。

第一,社会主义阵营的裂变,原因复杂,一定程度上表达了这些国家内部部分精英和民众对民主和民族自立的诉求,当然也离不开美国里根政府强化冷战策略,对社会主义阵营施加了经济压力等因素。

第二,“世界信息传播新秩序”(NWICO)运动和第三世界国家的民族自强愿望大多受到遏制。如本书第8章已论及,这里的原因很复杂,包括后殖民民族国家的内部矛盾,以及它们所受到的外部势力在政治、经济和意识形态上的系统攻击。美国和英国在联合国体系内外发动这些攻击,同时,由于“世界信息传播新秩序”所倡导的国际传播结构重组对西方的国际传媒集团造成很大冲击,它们也纷纷加入这一阵营当中(参见 Preston,

Herman and Schiller, 1989; Vincent, Nordenstreng and Traber, 1999)。在联合国内部,纯粹强调为第三世界媒体工作者提供西方技术与专业技能培训的发展项目取代了激进的媒体民主化项目。同时,第三世界的政治精英不再挑战西方传媒在传播技术和跨国信息流动上的主导地位,转而同意与全球媒体的统治势力就它们与本国和本地区的关系等议题展开谈话,彼此协商(Mosco, 1996: 209)。

第三,发源于英美这两个最强大的北大西洋资本主义国家的市场自由主义开始崛起,然后被推广至世界其他地方。市场自由主义——这一信条在 1980 年代以来的体现是“新自由主义”——作为意识形态教条,几乎像宗教福音一样得到推崇与推销,越来越多的国家自愿或非自愿地接受它,并把它作为经济和社会政策的主导逻辑。

以上变革同数字网络和技术的飞速发展一道,解放了资本力量,并为在世界范围内建立由市场驱动的传播体系铺平了道路。如本书第 6 章已阐明,1980 年代以来,全球政治经济见证了私有化、商业化、贸易自由化及总体的放松管制(更确切地说,是基于市场的再管制)等浪潮,其中还包括在国家传媒体系中取消关于维护本国控制和公共利益的限制。在西方主要国家,尤其在西欧,国家作为公共媒体服务提供者的角色淡出,对媒体所有权和广播通讯行业中有关公共利益的责任条款的管理也大为放松了。

媒体全球化表现的第一个方面是跨国媒体公司和市场的主导地位。媒体兼并的浪潮产生了超大规模的传媒集团。这些集团在超国家力量和民族国家力量的帮助下,通过各种各样的技术和组织形式扩张到全世界。当然,在世界不同地区或者同一地区的不同媒体部门,商业化和外国传媒势力渗透的程度和范围参差不齐。一些国家给跨国媒体的准入设定了十分苛刻的条件。但总而言之,新兴的媒体体系在所有权结构、生产、分配和消费等方面都越来越全球化。尽管美国的信息和娱乐公司仍然在全球占据突出地位,但它们的拥有者在国别上却趋向多元。通过合资企业或者其他组织上和经济上的结盟形式,以前具有鲜明国家特色的传媒体系与跨国大媒体集团产生了结构上的联系。同样,像广告和电影这样一些媒体的生产与消费也都被全球化了。有人认为这是全球体系呈现多极化与多元化趋势的证据,但如本书上一章所论,另一些人则认为美国文化统治已经转化为跨国集团的文化统治,而这进一步意味着国际传播向帝国传播的演变。

第二,媒体全球化不仅意味着目前支配跨国媒体生产和流动的大约 10 家公司的崛起,还意味着商业化媒体作为普遍的媒体形式在全世界的推广(虽然欧洲公共广播制度在新兴的东欧民主国家有一定形式的扩散),和以市场为导向的媒体工业在发展中国家的建立,进而对全球和各国的传播空间进行新自由主义重构。更广泛地说,西方媒体形式的扩散既包括了作为信息扩散和传播手段的收音机、电视机以及因特网技术,还包括节目类型和形式、职业观念和规范。

第三,全球和地区的制作中心将控制和支配着跨国媒体流动,即信息、形象和产品通过大众数字传播网络的分布与扩散。同时,如上一章已论及,也存在着有限的反向信息流,即占全球支配地位的媒体会对边缘国家或地区的媒体内容、形式和投资进行有选择

的融合,如合拍电影,形成经过挑选的(和改编过的)南方文化的版本,更确切地说,南方的文化元素与跨国集团的融资和发行支持结合在一起后,越来越多地受到北方受众的欢迎;同样,“世界音乐”和某些电影都属于此类情况,如武侠影片《卧虎藏龙》和默多克旗下公司拍摄的描写南亚女性移民在英国经历的电影《我爱贝克汉姆》。当西方媒体,主要是美国媒体集团,在海外扩张的同时,外国媒体集团也在美国和其他西方市场扩张,如墨西哥的特里维萨集团把广播节目、杂志和音乐唱片出口到美国(Zhao and Schiller, 2001; Paxman and Saragoza, 2001: 64—85),中国也把卫星电视频道输送到了全球各地,《女友》杂志办到了加拿大和澳大利亚。但可以说,从加拿大电视黄金时段的娱乐节目到中国的休闲杂志,全球媒体生产中心以外的媒体受众却越来越多地直接或间接消费进口的媒体产品。

第四,难以确定的是,当无数人同时体验着同一的媒体形式、媒体产品、渠道和景象(如戴安娜王妃之死和美国入侵伊拉克)时,媒体流动的全球化是否也意味着媒体效果的全球化。之所以产生这种不确定感,是因为所谓“同质”的效果不能靠推定来确认。大量研究证明,不同社会阶层和文化背景的受众对媒体文本的解读也有所不同,对不同形式的媒体接受程度也存在差异。

第五,媒体的治理有全球同质化的趋向。如上一章已有所论及,美国和西欧资本主义国家或多或少地重新界定了传播法律法规的角色,强化了市场原则。在其他国家,尤其在许多东方和南方“转型社会”中,西方媒体的管理体系起码在原则上(倘若没有在实践上)被付诸实施(见 Price, Rozumilowicz and Verhulst, 2002)。全球范围内,媒体治理的方式也发生了双重转变(O'Siochru, 2002)。首先,如世贸组织和地区贸易协定(北美自由贸易协定、欧盟)等超国家组织,在设置政策框架中起到了比国家更为重要的作用。其次,公共服务观念正让位于市场原则和跨国集团的利益。传播法规首先作为贸易问题得到修订,它所遵循的商业逻辑正是“世界信息传播新秩序”运动批判的对象;世界贸易组织和其他贸易体系取代联合国成为管理国际传播事业的首要机构。在联合国机构之内,按新自由主义治理原则重构和以技术为主要关注对象的国际电讯联盟(ITU)取代了联合国教科文组织(UNESCO)来负责组织 2003 年和 2005 年分别在日内瓦和突尼斯举行的“信息社会世界峰会”(World Summit on the Information Society, WSIS)。

上面所说的各项变革带来了泛资本主义时代的全球传播体系——这种新秩序还没有一个合适的和普遍被接受的名词。拥护者称之为“信息社会”或“地球村”。批判性的提法很多,有传统的帝国主义概念和“新帝国主义”概念,也有上一章所论及的哈特和奈格里提出的“帝国”观念和由此而引申的“帝国传播”。在批判政治经济学的传统中,很多作者认为上述趋势证明了媒体传播网络与全球资本主义在意识形态上和经济上的结合(Herman and McChesney, 1997, Chapter 1; D. Schiller, 1999)。

然而,正如波兰尼的“双向运动”概念和哈特和奈格里的帝国概念所分别描述的,这种由企业 and 政府驱动的“由上至下的全球化”与“全球抵抗运动:由下至上的全球化”相对

应(Brecher, Costello and Smith 2000:10; Dyer-Witheford, 1999)。这是媒体全球化的第六个特征:为满足企业和军事的需要而发展起来的跨国传播网络,为社会力量所用,以表达民众自己的社会、文化、政治和经济主张。在越来越网络化的世界,主流媒体的权力正面临非主流媒体机构及其传播实践的挑战和竞争(Downing, 2001; Couldry and Curran, 2003)。结合本书前面的讨论,倘若把正在形成的全球传播体制理解为“帝国传播”的话,那么,社会运动和非政府组织在传播政策和实践领域的日趋活跃也明示,穿越与超越帝国的解放性社会传播力量,也在成长与集聚。在作为20世纪末和21世纪初新的全球性“双向运动”(Silver and Arrighi, 2002)中,这些力量致力于传播促进现实全球社会正义和生态生存的“反向运动”的声音。近来,国际民间组织网络的一个新焦点是跨国媒体的治理。这些新趋势提出了一个问题:媒体是不是既是民主化的动力,也成为民主化改革的目标?

媒体民主化

和全球化一样,民主也是一个本质上颇有争议的概念。在西方社会,它受到普遍的拥护,政治家不想成为反民主势力。更加意味深长的是,虽然某些理论家自称后女性主义者、后马克思主义者或后现代主义者,但没有人给自己贴上“后民主”的标签。在南方和东方国家,接受民主的观念要相对困难一些,因为它有时等同于外国势力和不受欢迎的西方普世主义和/或资本主义价值观念。1990年代苏联解体所带来的“历史终结”的陶醉感和自由民主资本主义必胜的信念,已经随着定期的全球经济危机、后苏联国家中的腐败与经济萧条而消磨殆尽;在某些国家里,族群民族主义(ethno-nationalism)与原教旨主义卷土重来,快速的市场改革和政治民主化已经造成了经济上占支配地位的少数民族与在经济、社会上被边缘化的占本国人口大多数的民族之间潜在的矛盾,从而进一步导致了上述陶醉感与必胜信念的消失(Chua, 2004)。然而,尽管世界上很多人用怀疑的眼光看待“民主”,但他们仍然坚持政府应当代表他们的价值和利益。向政治、经济和文化上占统治地位的力量争取个人和集体自由的斗争在全世界范围内稳步推进。

学者认同民主这个概念,将其视为一个过程、一种结果,或是一种正义与人道的统治方式,但对于全球化媒体在民主进程中扮演怎样的角色,以及媒体自身是否需要民主化等问题,答案就各有不同了。原因之一是民主有很多不同的定义,彼此互相矛盾,因而无法采用统一的标准来评估媒体的表现。冷战时期,加拿大著名学者麦克菲森(Macpherson, 1965)挑战过西方正统自由主义民主观念。他认为,即便一党专政的非自由主义政治体系——如共产主义和新独立的第三世界民族国家——原则上也可以合理宣称自己的民主性。这种宣称扩展到这些国家正在努力建设民主(虽然听起来含义颇为模糊),这种民主不仅是一种政府的组织形式,而且是一个没有阶级统治的社会类型,它许诺能够

培育发展的动力,让每个人都享有充分发展和展示自己能力的平等权利(Macpherson, 1965:58; 又见 Macpherson, 1977:114; Downing, 2001:43—44)。这里需要指出的是,民主传统并非西方所独有:遇事互相协商和类似共产主义公社的平等组织制度是许多非洲部落社会在被殖民者占领之前就具备的特征。这种组织制度必定不会接受个人拥有“自然权利”这种抽象的西方概念,反而将亲属关系和给予个体生命意义的部落集体放在优先的位置上。当然,这种传统的代价是:限制个人自由、保护家族关系、容易引起与敌对社群的冲突(Aginam, 2005)。

即便植根于资产阶级革命和早期现代欧洲启蒙时代的自由民主,也不能视为一种铁板一块和一成不变的政治传统。大致来说,就经济发达的自由民主国家中的民主与媒体之间的关系而言,我们大致可以确立以下三种宽泛的理论视野。

市场自由主义(market liberalism)是一种广义的理论视野。这种视野中的第一种意见并不将民主自身看做是一种目的,而是把它看做维护政治稳定及个人权利的一种最佳公共制度安排,特别是所有权、进入契约和交换关系的个人经济权利。尽管市场自由主义经常采取平民立场,但他们对私人消费——而不是公共美德——的强调与精英主义的民主观交织在一起。熊彼德(Schumpeter, 1942, 引文见 Baker, 2002:130)对这种观点的表述最为经典。按照这种观点,民主只是选举领导者的过程,公民的参与仅限于几年一次的投票选举——从本质上讲,就是让公民在政治市场中扮演消费者的角色。该模式下的媒体和其他产业一样,最好不受政府控制,以便使市场对消费者的取向做出及时反应。倘若媒体要有公共职能,那就是监督政府,因为政府被视为个人自由的最主要威胁。假如市场自由主义者,尤其是其英美的倡导者,发现西方媒体有民主缺陷的话,他们往往倾向于将其归咎于国家对媒体的干预(特别是公共广播制度),或者所谓媒体记者的左派偏见。

这种市场自由主义—精英民主的观点已经在多个层面上受到抨击,包括它对公民参与所持的不恰当的悲观情绪、对媒体和政府财富集中后拥有超强权力的忽视。另一种观点——自由民主(liberal-democratic)观点——比较重视公民在公共事务中的参与价值,并号召媒体推动公共领域的建立——“在这种社会生活的领域中,可以进行信息和有关公共问题的观点的交流,从而形成民意”(Dahlgren, 1995:7)。按照哈贝马斯的理论,公共领域的理想特征应当包括:不受支配的自由讨论、平等参与和基于公共原则的理性诉求,而非仅仅出于个人利益。媒体的民主角色则应当是向各重要团体提供公共论坛,以表达各自观点并保护其利益;媒体公共论坛需要包容各种观点并使公民易于接近它们,这有助于全社会达成政治共识,并把作为私人的个体公民以民意的形式重构成一个公共实体(a public body)(Curran, 1996:82—83; Baker, 2001:129—153)。由于“公共领域”是这种观点的核心概念,这种观点的持有者也可以被称为公共领域自由主义者。

很多“公共领域自由主义者”(public sphere liberals)发现当代欧洲及美国民主体制中的病态——日渐下降的选民投票率、公众对政府的不信任和嘲讽、政治与公共议程之

间的脱节、政治话语的琐碎化等等。不安的理论家认为,一部分原因出自政治环境,比如导致分歧的新问题、形象至上的政治竞选、选民对政党忠诚度下降等(Blumler and Gurevitch, 1995: 206)。但同时矛头也指向了媒体实践以及媒体结构。这些批评者称,1980年代以来的经济压力及市场再管制已经把新闻媒体推向了小报化和信息娱乐化的极端。频道增多而引起的媒体受众分众化趋势削弱了公共领域的一致性,并容易导致政治分化(Turow, 1997)。新闻从业人员向政客的政治顾问(spin-doctors)争取自主的努力迫使它们采取半敌对的立场,更多地关注政客的策略和丑闻而非实际的政策。虽然不少学者对这些“衰落的叙事”(McNair, 2000: 197; Norris, 2000)颇有微词,它们还是在媒体实践层面——尽管不是在媒体结构层面——引发了适度的改良。美国的公共新闻运动就是一个例子,报纸尝试推动社区居民对公共事件的集体讨论,而不是只根据官方信息来源报道(Baker, 2002: 158—163; 哈克特, 赵月枝, 2005)。如本书第5章所论,虽然新闻体制的转型十分关键,但新闻从业人员的新闻观念和日常实践的变革也意义重大,而新闻从业者的影响力同样不容低估。

尽管公共领域自由主义者常常主张改革新闻实践,可是他们却并不质疑以市场为导向的企业式的媒体结构,更不用说会对资本主义自由民主的社会与政治秩序提出质疑。与此相反,激进的民主主义者(radical democrats)在媒体表现评估的问题上,提出了更加充分的标准。倘若说市场自由主义者强调个人自由、限制政府权力;公共领域自由主义者强调对政策的公众审议;激进民主主义者则加上了第三个方面,即不仅将民主视为一套程序性的规则,还要将其视为一个培育个人与社会的发展性力量的社会环境,这就是麦克菲森(Macpherson)所提及的观点。这种观点不仅要求重振代议制民主,并主张促进对政治、经济和公民社会决策更为直接的参与。激进民主主义者不仅倾向政治平等,还要求文化、社会、经济资源更合理地分配。他们认为,在结构不平等的社会里,社会的权力关系是对抗性的,即使是高度发达的资本主义民主社会,政治与经济精英们也会与底层社会发生利益冲突。而且,他们对权力的分析采取了整体论的立场:一个民主的公共领域不能与在国家、经济、性别、种族中根深蒂固的权力等级相脱离;确实,只要这些等级依旧存在,公共领域中必然会有话语权分配不平等的现象。

激进民主主义者支持其他模式倡导的媒体作为“政府监督者”和“公共领域”的角色,同时他们也期待一种民主的传播体系以抵制社会秩序中的不平等权力(McChesney, 1999: 288),并推动下层团体之间的平等交流,包括作为民主的新的代理机构的改革性社会运动(Angus, 2001)。在一定意义上,本书第3章所讨论的“后资产阶级”公共领域是与这一激进民主理论相匹配的。

在激进民主主义者看来,西方特别是美国这种商业化的、由企业支配的传媒体系,其政治经济的诸多方面都有悖于民主平等原则及参与式的公民权利。如本书在前面各章已论及并将在第四部分进一步展示的那样,无数结构上的和其他方面的因素——媒体所有者的政治利益以及他们与商业精英的联系、高昂的行业进入成本、所有权集中化、商业

媒体高度依赖和瞄准富有消费者的广告收入、大型企业集团拥有媒体、曾经互相独立的媒体产业之间的融合、媒体集团与政府之间密切关系的发展(尽管政府本来应当为了维护公共利益而管理媒体)——都被认为会对媒体内容的多元性与公众对媒体的平等接近产生消极影响,并潜在地影响到整个社会的文化和政治层面。

媒体民主化的四次浪潮

既然民主概念有如此多分歧,全球政治经济发展也如此不平衡,因此很难将媒体民主化仅作为单一项目或运动来理解,这也不足为奇。事实上,过去的近半个世纪时间,曾出现过几次媒体民主化浪潮,每一次在历史起源和思想资源上都不尽相同。

前一章和上文提到的 1970 至 1980 年代出现的关于“世界信息传播新秩序”(NWICO)的争论是其中一次浪潮,属于第三世界后殖民国家争取独立与发展的副产品。它表达了民主化过程中具有潜在矛盾的两个方面——后殖民国家在文化与传播上的主权(一个以民族国家为中心的概念,类似于 Macpherson 提出的第三世界追求发展的民主)和给予公民更多权利的参与式传播(这是一种更加类似于激进民主或“由下至上的民主化”的传统)。联合国,尤其是联合国教科文组织,成为推进 NWICO 浪潮的主要论坛,在这里,强国霸权统治的现象由于一国一票制而有所改变。最终的成果是 1980 年出台的《麦克布莱德报告》(MacBride Report)。法尔勒(Valle, 1995: 205—210)认为这一报告旨在寻求五个全球性问题的答案:

- (1) 传播手段在世界范围内的分布存在巨大鸿沟,非工业化国家严重依赖工业化国家的相关技术。
- (2) 信息商品化及其对以下诸方面的消极影响:公众对信息的普遍接触、媒体满足教育和发展需要的能力、大众对传播的实质性广泛参与、广告大力推销消费主义生活方式所产生的文化保护问题。
- (3) 南北之间信息与媒体内容的巨大不平衡,北方国家跨国媒体对南方报道中存在刻意忽略和错误描述等现象,加深了这一不平衡。国际通讯社是当时关注的焦点,但这一争论也逐渐囊括了其他媒体形式中的不平衡,如跨边界数据流动和广告(MacBride and Roach, 1993: 6)。
- (4) 外国干预和跨国公司对数据流动的控制对不同国家的信息传播主权所造成的威胁。
- (5) 发展草根和替代性传播形式,用于大众教育、表达公众意愿或大众动员。

正如上一章所提及,NWICO 运动存在很多缺陷,比如第三世界一些领导人打着摆脱殖民地地位的旗号加强国内控制等,但这些缺陷丝毫不能损害它对 1970 至 1980 年代的国际传播进行的双重批判——被西方强权控制、按照资本积累的逻辑运行——所具有的

重要性。实际上,NWICO强调了一种内在关系,这在关于出版自由和民主交流的讨论中常常遭到忽略或被视为理所当然;以前,民主传播模式,对民主传播的渴望,甚至在更广泛的意义上,对民主模式和民主的渴望,都只是局限在某个国家内部被表达、争论和(不完整地)建构。第三世界国家对国际传播中民族国家主权的追求是与反帝反殖民和其他一些社会运动联系在一起的。这里需要指出,这些社会运动并非都走暴力革命或列宁主义的道路,也并非都在国内建立了同等程度的威权统治。尽管为了争取国家独立与资本主义全球化进行的早期斗争并不符合现代自由主义者对民主的定义,但它们的斗争目标却可以理解成在现有世界体系内实现民主传播的一项前提条件:不受外部控制的民族公共体自治。

虽然官方针对 NWICO 展开的讨论大多在国家及国际组织的层面上进行,但在国际范围内,至少在一些国家里,它同时也是一项“人民运动”,激励了国家政策制定者之外涵盖面极广的参与者,以及推动产生了多种传播形式,而这些参与者和传播形式反过来也有助于这项运动的继续深入。在拉丁美洲,工会和教会等民间社会组织发展了民众自办的社区广播,如玻利维亚的矿工广播。Paulo Freire 的教育哲学则号召贫困人口在小集体传播中积极表达自身价值,自我反思自身贫困的根源。在印度和非洲,民众戏剧和其他形式的民间媒体因其历史传统而取得一定的成功,小型印刷媒体和录像则成为城市中工会和社群团体的表达工具。

媒体民主化的第二波由上世纪 60—70 年代一场要求听到公共声音、鼓励反主流势力参与传播的社会运动所引发。这一浪潮与上述的世界性第一波在时间与思想资源方面有重合之处。这项运动挑战的主要对象是全球资本主义中心——西欧及北美的大众媒体产业日趋集中化的企业控制、霸权性的话语表达和商业性的逻辑。这些挑战根源于青少年反主流文化思潮和新社会运动,包括反越战运动、反帝国主义运动、以学生为主的新左翼运动、(自由)民权和美国(激进)黑人民权运动、少数民族争取平等运动、妇女解放运动、魁北克独立运动、环保主义、反核抗议等等。一些理论家(如 Melucci, 1980)注意到了以个性与身份/认同为前提的“新”社会运动与以国家和经济问题(比如劳工问题)为导向的“旧”社会运动之间的区别。在我们看来,这种区别颇有些牵强(Carroll and Hackett 2004; Hackett and Carroll, 2006)。在西欧的许多国家,特别是在意大利和英国,新社会运动的兴起与劳工和社会主义者的激进抗争密切相关。

起初,主流媒体对部分此类运动做了颇有同情意味的报道,甚至一些组织,如绿色和平组织,能够在主流媒体的帮助下形成国际性的运动(Dale, 1996)。可是更多的情形是,媒体框架忽视、贬低甚至否认反主流势力的重要性(Gitlin, 1980; Hackett, 1991),从而迫使他们创立了“替代性的”或“激进的”媒体(Downing, 2001),进而建构超越或者反对企业与国家控制的独立传播网络,即由下至上地推动民主化。而后数十年间,随着主流媒体的所有权日益集中在少数企业手中,这也使得民间社会力量采取了更多形式来推动主流媒体呈现更为多样化和民主化的观点,如通过媒体教育和“文化干扰”来改变媒体与受众

之间的关系;通过培训和公关活动使主流媒体增加进步信息内容;组织以改革国家传播政策和媒体组织结构为目的的联盟(Hackett, 2000)。英国始于1979年的“新闻与广播自由运动”(Campaign for Press and Broadcasting Freedom)和前一章提及的美国始于2003年的传播民主化网络“自由新闻”(Free Press)都是建立此类联盟的先例。

激进的民主运动和公共领域自由主义知识分子所强调的西方媒体的民主赤字(democratic deficit)曾经引发了政府的调查和媒体的局部改革,譬如英国的媒体所有权最高限额、美国广播的公平原则及其他公共服务规则、法国的回应权和斯堪的纳维亚国家的媒体补贴政策等。如本书第6章所论,这些改革都在当今的全球化时期之前得以实施,而后在很多国家,它们都已经或者正在被新自由主义政策废除或削弱。但西方媒体改革还是在很大程度上保持了“由下至上民主化”的势头。

相反,西方政府、西方的基金会和西方媒体公司却相对比较支持媒体民主化的第三次波浪(虽然这三者中西方媒体公司的态度也许最为含糊)。媒体民主化的第三次浪潮发生在由第三世界独裁政体或前社会主义阵营国家向自由民主资本主义或至少是形式上的民主政体转型的社会中,其间,媒体改革和政治、法律改革相结合(Price, Rozumilowicz and Verhulst, 2002)。自苏东国家解体后,前苏联国家以及东欧各国,大刀阔斧地进行改革。因此这次浪潮有将由下至上的民主化(如波兰团结工会所领导的推翻一党专制的群众运动)、由上至下的民主化(原政体中的自由主义势力,最著名的是戈尔巴乔夫)同由外向内的民主化相结合的特点。

但尚需讨论的问题是,这种改革是否有效?其结果是通向一个有活力的公民社会还是融入一种去政治化的全球消费主义文化?虽然这一波媒体民主化的成就很大,各国的民主化程度也不平衡,但是,总体而言,在许多第三世界国家和前社会主义阵营国家,媒体改革较多地涉及自由化——对媒体管制的规范化,以及对个人与企业所享有的免受政府压制的表达权利的肯定,而较少涉及民主化——对民众自治和根据自身能力平等参与社会决策的实质性权利的强化(Hamelink, 1995)。的确,跨国媒体集团对知识产权保护和其他经济利益问题的关注要超过对公众观点多元化和表达自由之类问题的关注。事实上,他们与亚非拉的军事独裁或市场专制威权政体之间沆瀣一气,这些政权在不同历史时期、以不同形式支持着市场逻辑扩张和跨国资本。当然,如上所言,这也不能一概而论,而且具体的政治经济背景非常重要:跨国媒体在特定的情况下也偶有支持民主化的作为,而且西方国家推进“转型社会”变革的努力并没有一个固定的模式,美式商业模式(市场自由)与欧洲“公共领域”模式之间还是存在着一定程度的竞争关系。

媒体民主化第四波出现在互联网时代。互联网促进了致力于社会民主化和传播民主化的跨国民间社会网络的形成。作为最新的发展形式,这一波尤其值得关注与重点评说。世界很多地区,反新自由主义全球化运动,或正面地说,是反其道而行之的“由下至上的全球化”运动和社会正义运动,大量采用了在新自由主义全球化过程中起到关键性作用的传播网络和信息技术。最近几十年间,公民社会和非政府组织(NGOs)在全球传

播中起到了愈发重要的作用。公民社会的概念有着复杂的思想历史,它的重新崛起与东欧争取政治民主化的斗争紧密相连(Sparks and Reading, 1998; Sparks, 2005)。非政府组织于1960和1970年代开始登上国际舞台。有效的传播策略,包括对主流媒体的运用,一直都是有影响的非政府组织(如“绿色和平组织”)运动计划中的重要组成部分。上一章曾经提及了一个典型案例,来自70多个国家、超过600个非政府组织及其网络成功地阻止了旨在给予资本前所未有的流动自由的《多边投资协定》的贸易谈判,这成为通过媒体(主要是因特网而非其他大众媒体)推行民主参与国际政治经济决策的范例,除此之外,发展中国家里各种妇女网络的建立与发展也是近期新出现的情况,这些组织范围更加广泛,虽然不甚显眼,却令人印象深刻(Sreberny, 2005)。

然而直到最近,非政府组织才开始致力于传播过程和媒体本身的民主化。它们横跨多个领域,活动也十分多元化:有的致力于媒体教育,有的致力于媒体监测与分析,有的则着重于促进言论自由和保护记者权利,有的更是倡导与全球化传播相关的政策(哈克特,赵月枝,2005; Hackett and Carroll, 2006)。

如今,关于“世界信息传播新秩序”的争论虽然已成明日黄花,甚至是被新自由主义全球治理体制规驯后的联合国教科文组织不愿再提及的梦魇(Nordenstreng, 1999),但它仍然不失为动员公民社会的一个宝贵精神遗产,这体现在2003年底在日内瓦和2005年11月在突尼斯召开的两次“信息社会世界峰会”上全球公民社会网络所发挥的作用中。来自世界许多国家的公民社会组织和力量前所未有地参与了峰会,并且第一次作为国家与资本之外的第三方力量在国际峰会上获得了正式参加者的地位(而不是像世界其他峰会那样,只是旁观者和会议大厅外的抗议者),并发布了在许多方面体现激进民主精神的名为《建设人类所需要的信息社会》的宣言(中文版见ITU网页, <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/civil-society-declaration-zh-pdf>)。此外,《人民传播宪章》和其他国际文件都不约而同地表达了对媒体多样性、媒体责任及对通过大众赋权来实现社会变革的渴望。并且,媒体民主化前几次浪潮中,在国家背景下出现的各种替代性媒体,现在也正因为通过互联网向外扩展、超越国界,许多独立的非主流记者通过互联网报道伊拉克战况正是这种传播的例证。由于意识形态的差异和组织机构的区别,非政府组织的媒体在占统治地位的全球传播体系之外,发出了多种声音,这些声音对主流传播话语起到了补充、调和甚至是挑战的作用。

当然,我们不能对跨国公民社会(transnational civil society)抱持盲目的乐观态度。首先,在改变而非维持现有的在阶级、种族、国家、性别等领域中的不平等权力关系问题上,并非所有的公民社会组织都是进步的——这里,我们把进步定义为铲平而非维系,甚至强化现存的社会不平等和统治关系。其次,即使进步的公民社会行动也并非总能实现自己的目标(Aginam, 2008)。比如在东欧,早期所谓自治“公民社会”的承诺至今尚未实现;相反,随着新闻界按照商业逻辑运作、广播电视屈从于执政党的情况日益严峻,公民社会在相当程度上变成了仅仅意味着对资本主义社会关系的表达(Sparks, 2005)。非政

府组织在国际峰会上的地位有了历史性的突破,但在“信息社会世界峰会”上,占世界人口大多数的发展中国家公民社会组织的参与却相当有限。在这些国家里,传播体系中跨国媒体公司、政府和被商业媒体作为消费者来迎合的城市中产阶级的话语力量十分强势,在人数上并非少数的弱势群体在媒体上的声音微乎其微。例如,在非洲,虽然南非已在媒体民主化方面取得了一些成就,它曾经与广泛的反种族隔离的政治和社会斗争结合在一起,但这种由公民社会推动的公共广播在非洲也只是硕果仅存。在非洲大部分国家与地区中,底层民众的声音在强权政治和世界银行、国际货币组织的“结构调整”经济政策所带来的消极后果中显得极其微弱(Aginam, 2005; 2008)。与之相比,在拉美抵制新自由主义全球化的过程中,公民社会的网络覆盖和动员则有一些成功的案例。最引人注目的是1990年代中期爆发于墨西哥的萨帕塔(Zapatista)起义。Naomi Klein(2003)报道,在反对跨国公司不顾当地利益的矿产开采斗争中,阿根廷南陲小城 Esquel 的 시민与绿色和平组织在阿根廷的分支机构联合起来,不断“挖掘”对本地民众参与民主决策发挥关键作用的信息,最终发起全体市民公决,投票抵制了一家加拿大和美国合资开采企业的投资计划。

当然,作为一种独立于政府和跨国资本之外,甚至与它们形成潜在的对立结构的社会力量,“公民社会”的概念仍有待分析。当非政府组织被当成“公民社会”代理人时,这个概念更值得推敲。毫无疑问,有一些媒体,如“独立媒体”(IndyMedia),试图帮助那些在全球秩序中被边缘化的地区和群体发出自己的声音。但如上一章所论,很多非政府组织与全球资本的新自由主义计划相容且服务于后者(哈特,奈格里,2003 中文版:297)。一些评论家认为,帝国的力量已经越来越深入非政府组织的领地,创造、培养或把它们转变成灵活的外包型团体,通过它们实现自己的目标(Brecher, Costello and Smith, 2000: 88)。因此,按新自由主义逻辑转型的民族国家一方面向上将自己的一部分力量转移到WTO这样的超政府实体,另一方面向下将一些社会保护和社会控制功能转移到非政府组织(Mitchell, 2001)。也正是在这个意义上,本书第3章所提及的葛兰西有关在西方自由民主语境中公民社会与国家的矛盾关系的论述可以延伸到全球治理层面。

所以,在评价“公民社会”和非政府组织的政治意义以及公民社会媒体时需要谨慎对待,尤其要视国内、国际政治经济力量和阶级、社会性别与种族等不同社会权力维度在具体历史交汇点所复杂交错构建的具体媒体生产、流通和解读语境而论。在这方面最突出的例子是,如加拿大学者图巴尼(Thobani, 2008)所示,在全球“反恐”语境下, *Return to Kandahar* 等加拿大女性主义独立纪录片产生了为美国以“解救阿富汗妇女”的名义入侵阿富汗做舆论动员的功效。而在印度,围绕信息产业中的工作机会分配问题,主要是由中产阶级组成的公民社会团体为了保护自己的利益,反对政府希望通过政策干预以求这些工作机会能在不同的社会阶层和种姓群体中得到更公平的分配(Chakravartty, 2008)。同时,在美国这个全球资本主义的心脏地带潜在大众媒体改革运动的形成以及第三世界妇女组织跨国网络的出现等,证明了全球公民社会和媒体全球化的正面关联。

媒体的全球化和民主化:矛盾与问题

所有这些矛盾的趋势相互叠加,提出了复杂而繁多,而且没有现成与简单答案的问题。我们仅仅列出以下问题,为将来的研究、讨论及行动提供思路,以为参考。

1. 全球媒体机构(和媒体全球化进程)与政治民主化关系如何?

我们上文提到过两种针锋相对的看法,一种庆贺,一种悲观。市场自由主义相信全球化了的媒体机构所具有的民主化功能。这种观点认为,倘若全球媒体对推进民主的作用还不够大的话,是因为它们缺乏渗透。相反,激进民主派学者则认为,全球媒体的民主局限正是它们所遵从的市场逻辑的结果和成功控制新市场的产物。实际上,媒体全球化的实际意义非常复杂,因很多内部和外部因素变化而变化,也因传播手段、内容和背景的不同而不同。如本书下一部分有关章节将论及,在中国,1990年代以来,不仅国内媒体的政治经济结构和新闻从业者与国家和社会之间的互动关系发生了深刻的变化,跨国媒体本身在结构上的变化和它们在华的利益关系与1980年代也有很大不同。十几年之前,美国的三大电视网还不是各个跨国媒体娱乐巨无霸的子公司,它们的母公司在华也没有投资利益(Zhao, 2001; 2005)。而全球化的深入与跨国媒体娱乐集团对中国市场的渗透不免直接或间接影响它们对中国的报道取向。在拉丁美洲,媒体早已经按商业模式发展,国内媒体与跨国媒体的整合程度也相对较高,但无论是国外还是国内媒体,它们对地区民主化影响都很复杂,没有单向或一致的效应,很难一语定之。一方面,传统的自由主义民主的基础,即公民概念的发展和政治的非威权化依然是未竟的事业(Protzel, 2005)。而传统政党政治的堕落、政治推销的兴起以及电视作为代表底层阶级的重要政治角色,使一些公共领域自由主义学者们担心拉丁美洲的政治是否已被美国化。但另一方面,最近几年这一地区的一系列政治发展也暴露了公共领域自由主义学者的精英主义局限。在巴西,卢拉的劳动党在重新振作的公民社会基础上获得选举胜利;在阿根廷,被新自由主义市场经济剥夺得一无所有的底层民众在经历了近于崩溃的国家经济危机之后,自发组织起来,重建自主的经济社会生活形态。独立电视纪录片《为阿根廷哭泣》(*Cry for Argentina*)生动描述了这一过程。在委内瑞拉,虽然有美国的期望,还有国内主流私营商业媒体与反对派的明显合流,这些势力还是没能通过非法政变和合法公决的方式推翻同情底层民众的查韦斯政府(Duffy and Eveton, 2008)。所有这些,加上印度国大党重新获得政权,都证明了怀疑主义、个人崇拜、电视推销和消极旁观主义之外的实质性民众民主政治(popular democratic politics)的存在。

在对媒体全球化表示担忧和赞成的两种观点的对立中,媒体全球化的不平衡性质,以及明显以阶级为基础的跨国媒体供需结构等情况可能会被忽略。事实上,能直接接触全球化媒体的群体主要限于少数富裕、受过良好教育、精通英语和男性比例非常高的精

英阶层,因此斯帕克斯(Sparks, 1998: 122)称由此产生的传播空间是“帝国主义的、私人的领域”,而不是一个必然的“全球公共领域”。更何况,即使接受了这种全球公共领域的假设,与这一公共领域相对应的民主概念也是相对狭窄,意味着市场经济和定期选举制度。对媒体全球化民主后果的评估不仅与对它的影响不同的评价相关,也与以上讨论的不同民主类型各自不同的规范标准相关。

这些评估结果也和对公共传播媒体与其他的社会政治机构和进程之间的关系更广泛的假设相联系。正如我们在对不同民主模式的讨论中所暗示的,对西方媒体的理解各有不同:同政府的关系中,它们或是独立的“看门狗”,或是对权力逢迎讨好的“哈巴狗”,或是对权威过分敌视的“疯狗”。在1990年代的俄罗斯,媒体则可能被视为正在寻找安全家园——也即为其提供政治和经济支撑的权力个体或团体——的“流浪狗”(Koltsova, 2008)。然而我们希望避免这种“单向度”的描述,而把媒体当做发生变革与抗争的场域本身。在原专制国家政治动荡的情势下,“小”媒体可能比官方媒体或跨国媒体集团更具影响力,尤其当小媒体同社会运动的改革势力结合起来时更是如此(Downing, 2001)。

2. 媒体所有权明显多样化、全球媒体流动多向性在政治上和理论上的意义是什么? 区域性媒体是否是全球化和民主化之间决定性的纽带? 像巴西的环球(Globo)这样的地区媒体是否有助于建立更多元化或更多极化的世界秩序?

我们认为问题需要慎重审视。这里的关键在于民族主义(文化)的分析框架与以阶级和其他权力因素为基础的分析框架之间的对比。前者可能认为跨地区及反向的媒体流动颠覆了美国文化产品向世界其他地区单向流动的“文化帝国主义”体制。但是,这种媒体流动的多样化与多向性不应该与新的制度逻辑,以及民主选择和表达的新时代的到来等说法相混淆(Zhao and Schiller, 2001)。相反,资本积累的逻辑正成为全球传播体系的统一规则。如上一章所论及,跨越空间的全球化媒体体系的形成过程是媒体生产中“纵深商品化”的过程,是在美国以及其他地方的“超级商业主义”发展的过程。同旧式殖民主义相比,全球化让跨国集团更容易地整合地方企业、吸纳当地精英,而不再从政治或经济上消灭他们(Sklair, 2001: 256)。

因此,认为全球化和本土化互相排斥可能是一个误解,基于反向信息流动而攻击“文化帝国主义”的观点是不正确的也是值得推敲的。以拉美为例,一方面我们必须承认,虽然北美媒体和企业模式影响了拉美,依附和模仿不是这种整合的全部;当地的政治文化也塑造了拉美的媒体。另一方面我们认为,这不仅仅是个文化地理学的问题,而是社会组织的主导治理逻辑问题。在分析拉美电视剧的成功输出并把它当做反向媒体流动的经典范例时,正如马特拉(2000: 43)所提醒,在拉美本土文化吸纳国外机构和广告商的文化并将其发展成本土文化形式之前,早已被前者打上了深深的烙印。

3. 西方模式和观点与理解和促进全球政治、媒体民主化过程之间有多大的充分性或关联性?

这里,一个具有讽刺性的双重过程正在出现。一方面,在西方出口国和世界其他地

区的进口国的两方努力下,西方媒体理论和实践得以全球扩散。起源于欧洲启蒙时期的自由民主和公共领域的观点正在指导着东方和南方“转型社会”的媒体改革。在非洲,虽然很少有人接受公共服务广播的观点,但也没有其他西方或是来自于当地传统的民主选择。西方媒体及其产品,还有它们的组织和职业模式都在世界许多地区得到传播,并深深地扎根于肥沃程度不同的土壤里。由西方政府和非政府组织支持的对非西方新闻工作者的训练计划就是这种传播的主要形式(Aginam,2005)。

另一方面,颇有些吊诡意味的是,西方媒体体系最民主的方面——客观性和公共服务性广播的职业理念——被传播到其他国家,可它们在全球资本主义的中心地带却被削弱了,过度的商业主义严重腐蚀了美国媒体的公共服务理念。如本书第4章所示,当东方和南方的改革者在拥抱北美新闻的“客观性体制”时,西方激进的民主评论家指出了它的局限:它使公共话语倾向于那些最具有文化、经济、政治资本的阶层,它成了推进媒体结构性改革的障碍,它阻碍公民社会运动和媒体之间产生正面联系,它使媒体在冲突性问题中走向极端(另见哈克特,赵月枝,2005)。尽管有强大的公民社会的配合,新闻监督的力量不应该被低估,但是在威权政治、社会整体不平等、城市中产阶级中缺乏广泛的改革动力的社会背景下,新闻专业主义有着严重的缺陷。在中国,虽然新闻从业者的专业主义话语建构呈现碎片化和局部化的特征,西方式的新闻专业主义理念与实践也不可能被简单地移植过来(Pan and Lu,2003),一些新闻从业者仍执著追求新闻的相对独立性,媒体的舆论监督的角色也得到了一定的发展。但是,由于权力关系的束缚,这些监督往往只能曝光地方丑闻,不涉及深层问题(Xu,2000;Zhao,2000a,2004c;Zhao and Sun,2007;郭镇之,赵丽芳,2004;孙五三,2002)。即使在印度的民主制度中,调查性新闻也可能被政治力量压抑,与世界其他地区一样,它常常较少反映农村贫困人口被压抑的抗议之声。

上述质疑提出了一个问题:当代西方资本主义的自由民主是否能够成为全球资本主义时代媒体和民主的评估标准?当下的民主传播理论假设了一个关注内部政治社会联系的民族国家框架,可实际上,民主斗争一直都与世界政治经济体系和外部关系相互勾连,不管是美国的独立战争、两个世纪后的民权和反战运动,还是20世纪第三世界的民族解放和反对资本主义运动都能证明这一点。

正在形成的全球秩序提醒我们,民主既取决于全球国家体系内各国之间的霸权与从属关系,又取决于民族国家内阶级与种族妥协的程度。这里,国内国际两方面的条件和互动十分重要。马克思主义对于阶级政治和民族主义政治有持久的讨论,这种讨论对批判性地分析资本主义社会中民主治理问题有着深远的意义。虽然我们不一定要接受一些西方马克思主义学者关于资本主义和民主之间有内在张力这种观点(Wood,1995),但我们不得不承认,资本主义和民主之间有时确有矛盾和关系紧张的一面。高级资本主义市场经济(如意大利、德国和希腊)有时也会回复到独裁统治中;在最近的民主化转型之前,亚洲(印尼)和拉美(巴西、智利、阿根廷和其他国家)对市场改革的推动与维持有时依

靠了严酷的军事独裁统治(Petra and Veltmeyer, 2001: 108)。

随着全球化浪潮下资本主义社会关系在全球的扩张,即使在自由民主的中心地带,资本主义和民主之间的紧张关系也会有加剧的可能。冷战结束后,一种线性的以西方为中心的自由主义框架将前共产主义政权归类为“转型”政权,暗示着西方已经到达了历史的终点。也许,我们应该考虑,冷战的结束、“9·11”恐怖袭击和“反恐战争”又是怎样地将“转型”变化带给了西方:福利国家和社会权利的缩水,美国对战时与国家“本土安全”的重构,反恐法案批准了对公民权利包括传播权的各种侵害。从这一角度上看,西方国家也在“转型”,其方向并不一定是民主的深化。我们无须对法西斯主义可能兴起的危言耸听式的断言投怀送抱,就能感觉到近来这些现象指向了去民主化(de-democratization)(Curran and Leys, 2000: 225),进而使西方核心的自由民主社会走向威权化的趋势。我们这种视角想要强调一种“没有保证的民主和进步观”(democracy and progress without guarantees),何况,在民主化进程的道路上,没有国家拥有道德制高点。如本书最后一章会进一步阐明,我们有理由质疑简单的线性历史进步逻辑。现在,成千上万的美国民众对本国媒体高度集中和民主赤字现状怨尤重重。比如,上一章已提到,2003年,美国公众反对政府进一步放宽对媒体所有权限制的呼声就极高。这应该提醒我们,虽然现在学者们倾向于分析西方媒体规范向世界其他地区的扩散,但是新自由主义全球化也不可避免地给作为它的政治推动核心的美国带来了难以预计的结果,而这正是跨文化传播政治经济分析框架所希望关注的问题(Chakravartty and Zhao, 2008)。这里,我们有理由发问:当美国媒体体系全球化时,美国国内是变得更加民主了还是更不民主了?

4. 民主传播的条件是什么?

假如需要公共机构为公民传播权和能力赋权的制度安排,并限制经济和政治权力的集中,那么一个民主政治和法律体系的“赋权环境”(enabling environment)必不可少(Price, Rozumilowicz and Verhulst, 2002)。于是就出现了这样一种悖论:国家既是民主传播的必要条件,又是对它的一种事实存在的和潜在的威胁。与“媒体机构具备内在民主倾向而国家是媒体民主化的障碍”这种自由主义的假设相反,如汉林(Hallin, 2000b)所言,国家可能在媒体民主化进程中起着积极作用。以墨西哥为例,自1997年结束了革命制度党(PRI)长期政权垄断的局面后,商业广播公司特里维萨就“不得不挣扎着被国家推向”更大程度的政治公开化改革过程中。因此,汉林(2000b)认为,墨西哥的例子解释了舒德森(Schudson, 1994)的观点:国家与民主的公共领域绝不可能彻底分离或完全敌对。

然而,国家也有其存在的内部和外部条件,而且每个国家的形成与变革都有着独特的政治经济与文化轨迹。目前有关传播和民主的理论不仅以民族国家为中心,还往往只与英美两国的历史经验相对应,把它们当做参照。可是这两国的历史是非常特殊的。它们:

在文化、经济、政治史上令人吃惊的相似主题使它们区别于世界上其他所

有国家,它们都拥有(自1865年以来)稳固的资本主义民主制度,作为帝国主义强国广泛参与国际事务,未曾遭到别国入侵,有着广泛悠久的基督教新教传统,而且以全球标准来看,它们极度富裕(Downing,1996:X)。

除了如何解决在一个国际性和跨文化的基础上民主地组建政治及治理传播等繁多问题外,基于“帝国主义”国家之上的民主与传播理论的盲点之一,就是忽视了如下事实:即作为民主政治生活的“承载者”的民族国家,在很大程度上依靠暴力、对其他民族的征服,以及建构区别于“他者”的民族认同才得以建立起来。在这方面,以色列和巴勒斯坦各自和同时复杂交错面临的民族主义和民主问题就是最突出的例证(Shinar,2005;Helga,2008)。

5. 在多大程度上民主化不仅是一个政治进程,同样也是一个文化进程,媒体在比提供政治信息更为广泛的身份认同形成过程中发挥了怎样的作用?

在某种程度上,这引发了另一个问题,即:不仅是新闻,还有娱乐媒体在形成大众文化及作为全球化的一个关键方面中所扮演的角色是什么?更广泛地说,媒体的文化和意义功能问题在目前这个历史性的关键时刻已经日益突出。前面已经提过,自20世纪80年代以来民族国家内部和国际社会中都出现了基于种族、宗教,以及其他身份认同的冲突。有一种观点认为,这些冲突是很久前就已经被预知了,它是基于现代性/前现代性这两极的“文明冲突”的表现(Huntington,1996)。而另一种观点则认为,帝国主义、资本主义的全球化以及市场关系作为西方现代发展模式,在全球的扩张是不平衡的,而这至少要为“原教旨主义冲突”(Ali,2002)和像“9·11”恐怖袭击那样的残忍暴力负起部分责任。媒体,不论以新闻还是以娱乐的形式出现,都是此类冲突的主要战场。在卢旺达和前南斯拉夫,媒体深入参与了排他性身份认同的动员和实际上对恐怖暴力的煽动等诸多行动。在印度,即使当中产阶级消费者转向西方或全球化媒体时,电视节目,特别是由广为流传的宗教神话改编而成的肥皂剧,在印度民族主义崛起过程中起了十分重要的作用。在中国,这个问题也不是没有表现。而全球性人口流动和跨国族群社区的迅速膨胀,尤其是跨国族群民族主义和“跨国想象”随着跨国媒体和网络发展的构建(Sun,2002),则更使阶级、民族和民族国家的关系问题盘根错节(Zhao,2009)。当务之急是在文化与政治分析的鸿沟上搭起一座桥梁,以便在全球背景下对媒体民主化有一个较完整的描述。这里涉及意义、主观性,以及社群与民主政治之间的关系等宏观问题。

6. 公共传播的民主化会减少国内外战争的可能性吗?

大众传播民主化、政治民主与和平前景之间的关系很复杂,是一个广阔的领域。这里,我们需要对有关战争/和平与民主之间关系的理论所表现出来的决定论与宿命论倾向提出质疑。新自由主义认为,实现世界和平的最好方式是,用西方式“开放”社会取代独裁和原教旨主义政体,这种“开放”社会的特征是资本主义和代议制民主,以及经济间

的相互依赖。这种思想已经因全球化的著名代言人弗里德曼(Friedman, 2000)的“金色M字招牌”理论而被普通人所知晓。他宣称,凡是拥有麦当劳快餐店的国家之间都不曾发生过战争。而激进主义批判者则认为,恰恰相反,正是现存世界秩序体现了结构性的暴力,当今世界秩序体现了以日益增长的不平等、大量的难民潮、濒于瓦解的国家,以及环境消耗等为组织和制度运行的逻辑(Held and McGrew, 2002)。这样的体系给国内动乱、恐怖主义叛乱及帝国主义军事干预升级埋下了祸根。从这个观点来看,去军事化(demilitarization),对以消费主义、占有主义为核心的主导文化价值的扬弃,广泛的社会经济和政治体制的民主化将成为人类和平的前提条件。无论如何,大众传媒在这一问题上的角色十分重要:是成为战争工具,是尽量保持客观,还是以人类共存的名义倡导“和平新闻”(Lynch and Mcgoldrick, 2005)?

7. 那些关于民主化的元叙事,包括在这一问题上的激进主义叙事,是否往往避开或忽视了种族和性别不平等的问题?

正如全球化对不同国家和地区及其社会阶层有不同影响一样,全球化对不同性别和种族的影响也有所不同。这些人群对媒体民主化的期待也不尽相同。总体而言,就全球化对于男/女及白人/非白人的不同影响这些问题而言,学者的关注远远不够。但是,我们有理由相信,种族和性别平等必将成为传播技术、机构及社会关系“有意义的民主化”的必要部分。在这方面,由下至上的民主化和建立于正式政治机构和主流媒体以外的大众传播网络和社会运动节点,包括多民族和多元文化社会中的少数民族媒体对公民权发展的意义尤其重大。

第三编

世界结构中的中国传播

第 10 章

从商业化到集团化：中国报业在 1980—1990 年代的转型

中国报业从 1980 到 1990 年代经历了一个急速转型的过程。这一过程看起来令人困惑，充满了在世界新闻史上相当独特的甚至会被认为反常的制度、结构与实践。大多数党政机关报已经从党和政府手中获得了经济自主权，并旨在成为以赢利为目标的商业经营实体。生机勃勃的大众报纸和耸人听闻的街头小报在都市报摊上相当繁荣。在某些地区，报纸之间的市场竞争已经非常激烈。负面新闻也经常以舆论监督的名义见诸报端。但党对新闻业的政治领导也在加强，新旧管理体制的维护与建设一直在进行。似是而非的学术论文标题，比如《没有独立性的商业化》(Chan, 1993)、《没有保障的专业化》(Yu, 1994)、《不出钱，还点唱》(Chan, 1995)，都显示出中国报业转型的“含糊不清与自相矛盾”(Lee, 1994)。总之，在市场化 and 国际化，以及快速的社会转型等背景下，有关中国传媒的理论与研究面临着—系列挑战(潘忠党，朱立，陈韬文，1997)。

关于中国报业转型性质的学术讨论众说纷纭，甚至存在着截然相反的结论。许多学者采取了国家与市场二元对立的框架来分析这个过程(Chu, 1994; Huang, 1994; Hao, Huang and Zhang, 1998; Huang and Chen, 1997; Huang, Hao and Zhang, 1997; Liu, 1998; Lull, 1991; Pei, 1994; Wehrfritz, 1998; Zhang, 1993)。这些文献承认最初是国家引入市场机制，却认为市场和国家最终会不可避免地“削弱对方”(Chen and Gong, 1997: 162)。还有一种直截了当的论述：市场经济的发展必然削弱国家控制，或“随着党对媒体的行政和意识形态控制逐渐减弱，一个不为政府控制的公共空间正在兴起”(Hao, Huang and Zhang, 1998: 37, 35)。然而，另一些学者注意到，不仅政治主导的模式依然存在，同时商业化逻辑对中国媒体的新型控制也已确立(Chen and Chan, 1998; Chu, 1997; Schell, 1995, 1999)。其他学者要么质疑将国家和市场作为对立面这种研究方法的局限性(潘忠党，1997; Pan, 1997; Zhao, 1998)，要么得出与这种两分法截然相反的结论。比如，市场压力被认为加强了媒体作为党耳目喉舌的功能(Gordon, 1997)，丰富和强化了党的宣传，并导致了更为广泛和有包容性的官方文化，因而，市场提供了一条“救赎和延长”中国共产

党领导地位的途径(Barmé,1999:23)。

基于1998年和1999年的文献研究与田野工作^①,本章回顾了党报商业化的轨迹,讨论了中国政府在追求报业商业化与整合市场化媒体样式和实践中所扮演的关键角色^②。本研究的目的是不是要消解国家与市场二元对立的分析框架,而是强调中国报业转型的多面性,以及党和国家在报业商业化中所扮演的日益活跃和主动的角色。此外,本章认为,这种转型导致了具体的社会和传播关系的重构,而国家与市场二元对立的二分法模糊了这些关系。首先,本章审视自1978年以来党和国家逐步推行报业商业化的过程,并回顾中国报业从1978年至1990年代中期的结构性转变。接下来,本章描述“大众化”报业成长过程中市场与党和国家的动态关系,并讨论报业与国家意识形态、新兴城市中产阶级之间的关系。本章第二部分分析自1996年以来报业结构调整的两项重要改革措施,以及党和国家的意志在报业市场中的明显体现,由此揭示出报业商业化由上至下的过程及其政治与社会含义。这两项措施包括1996年至1998年市场整合与理性化运动,以及报业集团化与经过精心部署、有倾向性的市场自由化。这两者旨在同时加强政治宣传力量和促进报业资本运作。最后,本章讨论了中国报业转型对于理解中国媒体与权力关系的意义。

商业化与中国报业结构变化:1978—1996

同亚洲其他发展中国家一样,中国国家在市场经济的转型过程中扮演着也将继续扮演举足轻重的角色。正如Robison和Goodman(1996:4)所述,在东亚,不论是在资本主义、后殖民主义或是后革命政治经济体制中,政府都扮演了市场经济接生婆的角色:“使韩国家族企业(Chaebols)、日本财阀(Zaibastu)和类似机构欣欣向荣的不是自由放任主义(laissez-faire)给予的自由,而是直接操纵式(dirigiste)的政权”。

中国也不例外。新中国成立后的社会主义国家在计划经济时代奠定了牢固的工业化基础。改革开放时代,中国政府起到了市场经济革命孵化器的作用(Robison and Goodman,1996:15;Meisner,1996:337—338)。其他学者则注意到了新兴社会结构的法团主义性质,以及在中国改革开放时期商业利益与政治精英之间的庇护与合谋型关系(Chan,1993;Pearson,1997;Solinger,1992;Wank,1999)。

报业商业化是中国社会政治经济转型的重要部分。一方面,市场经济的壮大推动了报业兴盛;另一方面,党和国家通过减少直接财政补贴与提供包括税收优惠、多劳多得和经营自主等在内的一系列经济政策将报业推向市场。这个过程始于党报体系的最高层:

①. 田野工作包括在1998和1999年两个夏天于不同地区对政府官员、记者、报业经理人和新闻学者的采访。除非另外注明,采访对象的身份和采访具体时间都已略去。

②. 虽然本章关注报业,在广播电视行业也有类似的发展。

1978年《人民日报》和其他一些全国性报纸引入了新的财会制度。虽然报纸仍然被定义为事业部门,但它实际上采取了商业运作的模式。1987年报纸出版和广播电视被列为信息商品产业,这标志着对于报业商品属性定义上的飞跃(黄升民,丁俊杰,1997;相关理论讨论见陈力丹,2004)。1990年代初报业的商业化进程开始加速。为了响应邓小平1992年春关于发展市场经济的号召,国家新闻出版署于1992年下半年出台了具有深远影响的政策:它要求所有报纸(除了一些像《人民日报》这样党中央的机关报外)在1994年之前经济上必须独立。这样,虽然一部分报纸在1980年代已经开始了市场化运营,最终还是国家主动“规定”所有报纸都要进入市场,这与自由主义所设想的由下至上的商业革命情景截然相反。1992年末,中国政府决定加速第三产业的发展,而报业被视为第三产业的一部分和新的经济增长点。1997年,国家重新定义了报业发展的宣传性目标:即由追求“社会效益”的单一目标转变成保证社会效益优先,同时追求社会效益与经济效益的最佳结合这一双重目标(The State Council,1997;Chen and Lee,1998)。

所以,中国报业市场化的基本特色是“党和国家主导下的市场化”。报纸出版行政审批和许可制度保证了党对报业根本结构的领导权。不允许商业企业来办报纸;除了各级党委办报外,其他报纸都限定在特别的目标群体(妇女、青年、工人等)或是某一专业领域(商业、体育、文化、卫生等)中;改革前的报纸没有广告,完全靠政府补贴,报纸种类少(1978年有186种),版数少(通常只有4版),公费订阅,邮局垄断发行。1990年代中期以前发生了如下几个结构性变化:

1. 总体报业结构中党报的相对衰落

1978年以前,中国报业包括三个主要部分:党报,针对目标读者群的报纸(比如中华全国总工会出版的《工人日报》)和政府机关报(比如卫生部办的《中国健康报》)。若以报纸种类和总体发行量为标准进行衡量,党报占据绝对优势。1990年代中期,党报在这两方面的主导地位受到各级政府部门和非党组织所办报纸的冲击(Huang and Chen,1997;Chen and Lee,1998),这源于党报的性质与政府报业的扩张等因素。毕竟,一级党委原则上只能办一张机关报,而众多政府部门、群众组织、职业协会和其他县级以上机构都有资格主办报纸。

2. 市场导向报纸的上升势头和针对主要社会群体的对象报纸的衰落

商业、大众口味、消费和生活类报纸激增,市场份额也随之大幅提高。与此相反,针对主要社会群体(工人、妇女、农民、青年)的对象报纸,在经历了1978年至1980年代中期的蓬勃发展之后,其发行量和在全国发行量中的比例都急剧下降(发行量从1986年的1270万份下降至1996年的790万份;同期,比例从25.5%下降到14%。见Chen and Lee,1998:581)。这部分报纸的衰落比党报更为引人注目。从1985至1994年期间,财经类报纸从100种增加至237种。同一时期,工人类报纸从23家下降至18家,农民类报纸从55家下降至17家,妇女类报纸从5家下降至4家,而青年类报纸从39家下降至35

家(《中国新闻年鉴》,1986,1995)。1992至1994年间的报业繁荣可以每一天半都有一张新报纸诞生的事实作为依据,但农民报纸种类从30种下降至17种(《中国新闻年鉴》,1992:373,1995:40;Wang,1993)。同样,当财经类和综合类报纸经历了一次又一次的“扩版热”,曾经从4版扩至8版的《工人日报》在1997年前缩版两次(龚仁,孙惠群,1997)。这一切都是市场压力和国家政策双重影响的结果,因为对象报纸没有将读者定位于消费者,因此无法得到足够的广告收入来补偿飞涨的印刷费用(这主要是由其他类别报纸的扩张所引起)和逐年上升的邮政发行费用(1985年起,都市报纸开始在邮政发行体系之外建立自己独立的发行网络。这激活了面对都市消费者的报纸市场,同时也使邮局对全国性报纸和地区报纸的交叉补贴更加困难。那些仍然依赖邮政发行体系的报纸中,党报由于有政府优惠政策可使用订阅费的25%用于发行,而其他报纸用于发行的费用占订阅费的比例更大,有的甚至达到35%至40%(《中国新闻年鉴》,1995:54)。对于这些报纸而言,发行量上升意味着更大的经济损失,结果它们只好提高订阅价格减少发行量来保持收支平衡。正如《中国妇女报》一位资深编辑所说,这造成了恶性循环。这张报纸尽量坚持女性主义的视角,拒绝迎合消费主义,并为它的目标读者中的弱势群体说话(它未能延伸到白领和职业人群),但到1990年代末,《中国妇女报》的发行量几乎下滑了一半,而1995年政府将它完全“推”向市场之后更是承受着相当大的经济压力(笔者访谈,1999年8月18日)。同时,政府对报纸刊号总数的严格控制和党报日益明显的商业倾向都促使党报停办它们亏损的农村版,而将报纸刊号转让给新出版的都市类和财经类子报(Zhao,1998)。这样,因为针对主要社会群体的报纸其读者定位不是广告商感兴趣的消费者,市场化就意味着它们的衰落。

3. 报业的机关报化、分散化和碎片化

在禁止独立报纸出版,以及限制业外资本对报业直接投资而形成规模经营的制度安排下,报业的机关报化、分散化、碎片化成了不可避免的趋势。1996年,2202家日报和周报中,669家是党和政府的机关报。它们中139家是中央和省级报纸,仅占全国总量的6.5%(万一知,1998:313—314)。很多专业类与行业类报纸都有半官方的性质,在结构上也存在等级秩序。它们发行量小并严重依赖强制的公费订阅和主办方给予的直接财政补贴,因而成为其主办单位的宣传渠道和政府机构从下属单位收取订阅费的工具。在完成宣传任务的同时,在许多情况下,这些报纸成为行政单位通过行政权力和影响从事带有牟利色彩的经济活动的手段(有关这一行为的更宏观讨论和定义,见Meisner,1996:301)。与此同时,政府禁止对报业进行直接商业投资的规定也抑制了其总体发展。虽然报纸种类从1978至1996年增长了12倍(从186种到2202种),总体发行量仅增长了2.15倍。这样,1996年报纸的平均发行量只有1978年的18.5%(孙旭培,1998:2)。

4. 编辑政策相对宽松报纸在体制的边缘地带兴起

尽管主办单位制度有效地防止了独立报纸的出现,但实际运行中总有一些可回旋的

余地。一些主办机构在“坚持正确意识形态导向”方面松懈责任。一些报纸以非正式的承包(执照拥有单位将报纸“承包”给编辑)或“松散的从属”关系出现(一些个体以有出版资格的机构的名义申请执照,并把报纸作为该机构的下属单位)。这些变通办法使编辑和出版者得到了实际的办报机会,也保证了拥有刊号的机关获得一定的经济收益(比如收取固定的承包费)或公开宣传的机会,或两者兼而有之。当然,这些发展在一定程度上模糊了刊号制度的最初出发点,一些被认为有违宣传纪律的报纸也曾应运而生。

党与市场在综合类报纸里的融合：党报、晚报与都市报

最重要的结构性转变实际上发生在综合类报纸领域,这源于如下事实:中央与地方党报在市场化过程中相对失落的地位,以及类似《广州日报》这样的城市党报、大众化“晚报”和“都市报”所拥有的市场份额和相应的话语权力的上升。这些不同报业领域之间的互动及其制度上与经济上的复杂联系构成了一组动态关系,而这种现象否定了任何简单化的市场与国家二元对立的二分法,并表明了党如何能够适应、整合与包容市场导向的新闻业,同时又保持着它在一个商业化报刊体系中的主导地位。

1. 中央和省级党报:报业市场化中的相对失利者

中央和省级党报完全整合在党和国家的政治与行政体系中,它们必须要到达村一级的党组织。这些报纸从未以私人销售的方式到达都市消费者,而主要依赖公费订阅。与此形成鲜明对照的是,大众化报纸的发行途径主要是个人订阅与街头零售。例如1985年,公费订阅占了北京城市党报《北京日报》日发行量的92.3%,而私人订阅和报摊购买占了大众化的《北京晚报》日发行量的99%(Chen and Guo, 1998: 85)。中国大多数报纸多年来都保持着相当稳定的订阅结构。中央和省级党报发行量的相对衰落与对象报纸的情形一样,主要来自于生产和销售费用的上升以及公费订阅的缩水。后者源于精简机构、缩减开支、财政政策的变化、国有企业的减少,以及来自地方党报、政府机关报和行业报纸的竞争等因素。

同时,报业与广告业的结构变化、大众媒体的激增、政府放松对报纸扩版的管理而增加的广告空间、日益精明的广告商,这一切都使中央和省级党报成为不太理想的广告载体(Chen and Guo, 1998; Huang and Chen, 1997)。党报必须与日渐增多的政府机关报和行业报争夺日趋减少的产品广告份额。这样,随着市场改革的深入和城市居民成为核心消费阶层,中央和省级党报、城市党报、大众化都市报刊之间不可避免地产生了广告收入的“财富倒挂”。《人民日报》的广告收入在1990年排名第一,但1993年仅列第十并从此名次不断下滑(Huang and Chen, 1997; Wehrfritz, 1998)。到了1995年,得益于广州繁荣的都市经济,广州市委机关报《广州日报》已在整个中国报业的广告收入排名中独占鳌头。

另一方面,虽然中央和省级党报享有一定的政治优先权和税收优惠,但实际上它们处于“不公平”的市场环境中:它们必须要完成上级规定的宣传任务,而大众化报纸受到此类选题的影响相对较小;中央和省级党报必须依赖党的行政命令保证公费订阅,而大众报纸和政府部门机关报则采用更大胆的行政措施与更有效的物质刺激来增加销量;中央和省级党报严格遵守政府对直接或间接采用境外通讯社稿件的禁令(新华社主导了国际新闻来源),但大众报纸绕过这些规定,将国外通讯社与互联网新闻改写成政治上保险而商业上又有吸引力的故事,其采访成本却几近于零。比如对戴安娜王妃之死和克林顿总统的性丑闻,一些商业性报纸给予了详尽的报道。最后,中央和省级党报有一大批职工和退休人员,并承担不少福利责任。而都市大众化报纸基本上都在改革开放时期创刊,没有计划经济时代遗留下来的福利负担。正如其他国有企业一样,很明显,中央和省级党报成为市场导向改革的相对失利者。

2. 党报的内部突围者:大众化报纸和它们的交叉补贴

但是,大众化报纸与党报在制度上的联系使我们不能贸然在它们之间以简单的成败来论英雄,或做零和游戏的表面判断。毕竟,“晚报”是由省级和市级党委针对城市家庭办的第二份报纸,或是由省级或市级党报办的城市子报。有些大众报纸本身就是市党委的机关报,“都市报”基本上是省级党报的子报。于是,大众报纸就以这样或那样的方式置于省级和市级党委的管理之下。

市场动机使大众报纸少了一些宣传腔调,多了一些对社会问题的关注,可是它们在制度和内容编辑上并不拥有完全的自主权。大众报纸的总编通常由省级或市级党委任命,并兼任所属党报的副总编。内容的管理机制有效地体现在人事安排和薪酬制度的设计上:主要的编辑和管理人员是母报(党报)的终身制职工,普通编辑与记者通常是从社会上聘用的合同制员工。后者的收入主要不是来自于职务本身,而是与他们的工作质量和数量挂钩。虽然记者拥有更多操作上的自由,但管理层对每一新闻稿件的“质量”进行分级,而记者的经济收入正受制于根据这种分级而制定的严格的奖罚制度。《华西都市报》总编席文举(1998)就曾自豪地总结过,每年解雇一定比例的员工会让记者产生不安全感并提高工作效率,并把这一点作为管理经验向整个报界推荐。

“晚报”的历史性角色也显示了它在党报体系内部的制度连续性。一些有影响的晚报在1950年代和1960年代就存在了,它们或从1949年以前的商业报纸发展而来,或是新中国成立后创办的以城市居民为主要读者群体的新报纸形式。作为一种“革命的通俗”形式,这些报纸被党视为革命成功后在城市人口中取得意识形态与文化领导权的必要手段。这些晚报在“文革”时期被中断出版,但回顾它们在“文革”前曾经存在的历史,并意识到它们曾经属于意识形态国家机器的一部分,这一点非常重要。“文革”后,晚报开始快速复苏并不断扩张,从1985年的33种发展至1998年的143种。

通过广告补贴,大众化报纸在街头往往以低于成本价销售。它们开创了中国报界美

国式的“便士新闻革命”:它们在市场营销、包装、分销和自我推销方面咄咄逼人;它们强调突发新闻、消费视角、故事形式,以及与城市生活、娱乐、体育和其他相关的软性内容;它们推行新闻职业化并努力杜绝“红包新闻”;它们支持社会批评但避免违反党的宣传纪律和道德规则;这些报纸在党的路线和赢利原则之间起舞,在传统党报取向与突出边缘化生活和犯罪故事的小报取向之间寻求中间道路,从而创造了一种宣传与商业化相结合的新闻模式来同时取悦于领导者和大众(Zhao, 1996; 1998)。作为一种政治正确的大众新闻业,这些报纸软化宣传色彩并在一定程度上起到了调解和缓和社会急剧转型过程中出现的各种社会矛盾的作用。通过曝光犯罪、揭发腐败和表达中产阶级的感受,这些报纸有助于设定并维护“中国特色社会主义”社会的政治和道德界限。它们并没有将传统党报赶出市场,而有可能以党报组织的摇钱树和在市场经济条件下党报的子报身份对其母报组织进行交叉补贴。在它们自我推销的文章中,这些报纸通过体制的认可强化自己的地位和体制内的合法性,例如“不是党报但发挥喉舌作用”和“同时受到党和人民的喜爱”。因为一些省会城市的“晚报”同时承担市级党委机关报的任务,它们在与省级党委机关报所创办的都市报之间的竞争中感到自己在内容方面的局限性,所以,一些省会城市的“晚报”干脆出版另一张作为市级党委机关报的日报,来承担宣传性更强的任务。因此,市场导向的大众化报纸资助党报,并进一步发展了小报补贴大报的特殊现象(Liu, 1998: 38)。这些大众报纸依靠街头销售和社会订阅,注重日常生活和社会领域,并将新兴城市中产阶级作为社会基础,这一切在商业逻辑上与美国便士报如出一辙。但不同的是,中国大众报纸仍然保持着国有产权和党性,以及与传统党报在组织上、经济上以及意识形态层面的联系。

3. 国家管制下的市场竞争及其含义

大众报业市场的竞争在各级党委主办的报纸之间展开,并受到高度管制。这种竞争的结果非常复杂。一方面,省级和市级报纸之间的竞争导致了新闻业务的重大革新。1980年代市级党委或党报出版的“晚报”,其编辑风格谨慎小心并严重偏向于娱乐和软新闻,它们遵循着《新民晚报》著名的“短些,短些,再短些;软些,软些,再软些”的新闻制作模式。1990年代中期的省级“都市报”尽管仍然强调软新闻和消费信息,但也开始提供调查性报道和较长篇幅的新闻报道。在中国政治文化里,这些省级报纸在采写批评性报道时拥有更多行政权威性。

与此同时,市场竞争进一步加剧了地区差异,强化了都市导向,并导致报纸对城市富裕消费者的偏向。“面向都市,迎合市民”是1980年代“晚报”的卖点,晚报在商业上的成功促使省级党报(它们必须服务农村基层党组织,从而在报业市场上处于不利的地位)在1990年代初期开办具有都市特色的周末版,并在1990年代中期出版系列子报。因为新闻出版署禁止在下午时段的大众报业市场存在针锋相对的竞争,省级党报被批准为上午出版的“都市报”。正如在以《纽约太阳报》为代表的美国第一代便士报以后出版的第二

代商业报纸《纽约先驱报》一样,这些具有市场导向的中国第二代都市综合类报纸比“晚报”的读者社会身份定位更高,更倾向于年轻的都市白领,迎合“城市富裕人群的实际需要和他们稍稍优雅的品位”(Schudson,1978:53)。倘若说市级“晚报”仍然局限于特定城市的市民,“都市报”已开始建构一个全省范围的“城市人”的想象空间,而都市之外的农民群体则往往被忽视。都市报通过连续不断的促销活动,把“全心全意为人民服务”的口号变为“全心全意为市民服务”,传统的“人民”被“市民”所代替。

简而言之,多年的商业化和市场竞争在传统党报结构内部已经孕育出一个大众报业。这部分报业并没有取代传统党报,而是保证了传统党报的经济来源,并开拓了新的意识形态运作模式。

国家策划指导的市场集中与合理化:1996—1998

尽管大众报纸能赢利,而政府也有意搞活报业经济,可是直到1990年代中期,一小批全国和省级报纸以及大约三分之一的地方政府部门和行业类报纸仍然依赖于直接的制度性补贴(唐绪军,1997)。因此党和国家的宣传管理部门通过进一步解放思想和行政命令等方式,更加努力地推动报业市场化进程。例如,一位身居高位的宣传领导在1997年3月的研讨会上推广以下对报业市场化的“正确”认识:市场化是不可阻挡的潮流,不可违背的政策,可以达到的目标,也是报纸出版的“客观规律”(Wen, X. Zhang, T. Zhang, Qu and Zhao, 1998:382)。到了这一阶段,党推行市场化的有形之手已触碰到报业体系的最高处。1998年6月,《人民日报》总编承认“党和政府跟我们提了这个问题(财政补贴)”并希望报纸能在经济上独立(Kwang, 1998)。虽然没有中断《人民日报》的财政补贴,但从1998年1月开始,《人民日报》开始出版社会周刊和证券周刊,这些周刊有着明确的市场定位。

随之而来的是历时3年(1996—1998)的报刊结构调整时期。1990年代中期,整个报业被认为存在着“散”和“滥”的现象,即结构分散化、官僚化、过度扩张,以及缺乏规模经济效益(刘波,1997a;1997b)。政府部门和非党组织所办的报纸不仅使中央与省级党报的发行量和广告生存空间都大为缩减,在某些情况下也在内容方面“出轨”。它们破坏了党的宣传纪律和道德原则,突破政府许可的专门领域,“外包”出版权,甚至把刊号卖给未经许可的单位和个人。另外,继续依赖直接财政补贴的政府部门报纸和行业类报纸被视为经济上没有效率而被行政勒令停刊,或是留给市场决定生死。在合理化市场的诸多话语中,报纸刊号是必须被有效使用的“经济资源”。正如前新闻出版署副署长梁衡所言,倘若政府还要补贴报纸出版,就谈不上什么报业繁荣(Xia, 1998:9)。更值得注意的是,都市视点、消费主义偏向、地区发展不平衡和以工、青、妇、农为对象的报纸的发行量下滑。不过,这些问题不但在有关结构调整的文献中被遗忘,而且市场合理化运动加剧了

这些问题的严重性。

1990年代中期,政府开始紧缩报纸刊号的准生数量,以此控制1992年后发展过快的报业。1995年下半年,新闻出版署停止发放新的刊号。当时中国经济正面临着“两个根本性转变”:一是经济体制从计划经济体制向市场经济体制转变,二是经济增长方式由粗放型向集约型转变。作为响应,主管部门于1996年发起了一场长达3年的报业市场合理化行动,以求取得宣传效果和经济效益的最佳结合。在此过程中,政府机关报被整合,行业类报纸数量被压缩,那些销量少的报纸或者有过“前科”(违背党的新闻出版原则)的报纸,与边缘性报纸成了此次报业整顿的重点对象。清理现有的在执行宣传纪律方面不可靠和经济上效益差的报纸从而为在宣传和市场导向方面更有效结合的报纸腾出生长空间,成了报业整顿的目标之一。另外,新闻出版署号召更加严格地执行三套控制机制:刊号发放,年度审查和总编的资格认证(新闻出版署,1997)。

这并不是党第一次发起报刊整顿行动(Sun,1998),但与以往历次整顿相比,1996—1998的这次整顿更偏重于商业化与产业结构调整。相比其他需要直接补助的报纸,政府对财经类、生活类和大众化报纸更是照顾有加。比如,一批财经类报纸和几乎所有的“都市报”都在1990年代中期获准出版,此时正值新闻出版署对刊号严加管理的时期。同时,它们当中有部分报纸的发展是建立在牺牲包括一些地方党报在内的行业和地方性报纸基础之上的。例如,因为无法从新闻出版署拿到额外的刊号,贵州省挪走了地方党报《花溪报》的刊号,并把它重新分配给省级党报《贵州日报》以方便其出版《贵州都市报》。于是,一份县级党报失去了其作为公开出版物的地位(笔者访谈,1998年8月4日),此一特例成了此后全面压缩县级党报的先例。

在一定程度上,报业管理规定中已经将市场原则制度化。比如,新闻出版署出台的《报纸质量管理标准》规定了不同报纸最低的发行量,对没有达到一定发行量的报纸将给予察看或勒令停刊(Chen and Lee,1998)。虽然党仍然以说服、宣传、动员、鼓励等方式号召机关事业单位通过公费订阅来补助中央和省级党报,政府更多采用了经济杠杆来塑造报业的整体结构和编辑导向。比如在1993年的税收政策中,党报和针对学龄儿童的报纸享受附加税的优惠(唐绪军,1997)。作为一种间接的政府补贴,从报纸征收的税收收入可以返还,但要根据报业管理部门所认定的“报纸质量”重新分配(Chen and Lee,1998;何舟,1998)。

社会主义报业集团

除了加强对刊号的管理和调整报业结构等措施外,党和国家管理部门还主动积极地组建了报业集团。1980年代末,组建报业集团的想法起因于经济上的考虑,旨在让主要报纸取得经济独立性,允许它们出版市场导向的小报,并将非编辑部门变为赢利部门

(Zhao, 1998)。但自 1990 年代中期以来,报业集团化已经成为相关政策制定的主要目标。在集团化的初期,由于现有体制的关系,主管部门在两种媒体集团结构中——单一媒体企业集团和多媒体集团——选择了前者,即只有具备一系列运营条件的党报得到中央批准后才能兼并其他报纸。到 1998 年初,有 17 种小型的非党报被整合(Xia, 1998)。

报业集团化得到了政策上的大力扶持,这来自于党委与报纸经营者之间政治以及商业利益的默契关系。一些党报的经营者沉浸在对西方大型媒体集团及其影响(还有国内媒体对默多克的正面描述)的无限向往之中,梦想着如何效仿今天的全球媒体大亨,把报业做强做大,而非效仿西方新闻史上关注新闻内容的先驱编辑。他们视媒体集团为实现政治与商业抱负的重要途径,而政府则将媒体集团化视为强化对报业的宏观管理和加强党报地位的必然手段。在某些特殊情况下,报业集团也提供了一定的制度保障,即保障国家以赢利的报纸来交叉补贴那些不赢利但在社会与文化方面具有重要性的报纸和刊物。

1996 年 1 月,中国商业化最成功的党报《广州日报》被定位为社会主义报业集团的试点单位。1990 年代开始,凭着对突发事件和市民感兴趣问题的报道,这张报纸在私人订阅和街头零售领域积极扩张,并戏剧性地扭转了党报公费与私费订阅的比例。它取得了党报少有的成绩,到 1999 年 7 月,私人订阅与报摊销售已经占到该报日发行量 112 万份的 83.2%(笔者访谈,1999 年 7 月 29 日)。该报很早以前就像商业集团一样运作,它拥有 6 家子报子刊,并涉足多个商业领域。从 1996 年开始,该报简化组织结构,加强对编辑流程的管理(比如,它每天有两次编前会而不是一次),更新编排设施,引进最先进的印刷系统,建立包括广州城内 100 多家连锁店在内的庞大的分销体系。另外它还出版了 5 家子报子刊,提高主报的发行量,从而增加了总体赢利水平和经济实力。1998 年,凭着 17.2 亿元的收入和 3.49 亿元的利润,《广州日报》集团成为广州十大国有企业之一和国有经济龙头企业,同年上交的税费和捐款高达 1.4 亿元(梁建中,个人访问,1999 年 7 月 29 日)。难怪该报一位高层领导曾在上海《财富》论坛上总结说,“提高发行量最有效的方法是参照国际媒体的惯例来组建报业集团”(《广州日报》,1999 年 9 月 30 日)。

党和国家的宣传与报业管理部门仔细研究了《广州日报》集团的成功经验,在此基础上决定组建更多的报业集团。新闻出版署与中国报业协会都认为此举旨在“让党报通过市场机制来巩固强大的经济基础,并保证更好完成党的宣传任务”(谭子艺,1997:254)。当时确定的目标是在 2010 年前建立 5 到 10 个报业集团,并且使其中一部分报业集团成为跨国企业。根据这个规划,年收入超过 1 亿元的报纸将占全国报纸总数的 10%,而它们 80% 的收入将来自广告(新华社,1998 年 1 月 17 日)。

倘若大众化新闻业是党报的生财之道,报业集团则被视为实现宣传和商业最佳结合的理想组织形式。经理人对于市场集中化和党报的进一步资本化有一种紧迫感,这或许折射出要求为报业的发展提供更宽松的市场政策的呼声。《广州日报》当时的负责人就意识到该报在商业上的成功有赖于政府的保护政策和税收优惠,认为,“从长远来说,随

着经济和政治制度改革的深化,这些政策不可能不变。倘若我们不能抓住现在非常难得的历史机遇来开展多样化业务,增强经济实力,为以后的发展打好基础,一旦政策改变我们就可能失去竞争优势”(《探索》,1996:16)。

国际竞争和全球化的压力为报业集团化提供了更多的合法性依据。例如,前国务委员李铁映清楚地表示,中国应该建立一批大型出版集团,综合它们各自的优势以进入国际市场(Yang,1997:5)。不过,一个更为现实而迫切的考虑是如何巩固国内地盘,让国内企业拥有一定的市场优势。另外,宣传主管部门也摆脱了宣传方面的旧观念,希望通过报业资本化来保证更大范围的发行、更吸引人的新闻产品、更快的传播,以及对内容的更好包装。正如新加坡资政李光耀(1998)所观察的那样,中国现在的领导人意识到要通过高科技装备使党的媒体现代化,从而能更好地与西方媒体竞争。为此,中国的党报开始有意识地寻求引入资本的合适途径。如《广州日报》集团曾对外宣布其寻求海外上市来为核心报业的扩张提供资金的计划(《广州日报》,1999年9月30日)。

一部分精明的党报经理人也认同,集团化是一种报业控制与管理的方式:“中国现在的报业结构还不够合理……倘若在党报领导下,这些缺乏社会和经济效益的小报小刊能够并入强大的报业集团,就能有助于对出版市场的管理”(《探索》,1996:16)。另外,从经济角度上看,政府压缩小型和边缘化报纸对党报经理人来说是好消息。比如,当《新民晚报》主编被问及如何看待1997年一些报纸的关闭时,他回答:“这只会帮我们赢得更多读者”(Yatsko,1997:52)。当然,这一切并非意味着党报经理人热衷于兼并不能赢利的报纸。他们首先要考虑本报的自我利益,不一定会对政策制定者的决策亦步亦趋,报业集团化幕后的讨价还价过程非常激烈,从《广州日报》的税收优惠待遇到上海文汇—新民联合报业集团的命名及其重要人事任命等个案可见端倪。党委和主管部门在很多情况下扮演了红娘的角色,上海市委在这方面尤其主动。从1994年至1996年,《新民晚报》与其他四家不赢利的非党报刊合并。更富戏剧性的是,1998年,上海市委通过文汇—新民联合报业集团的成立,一手安排了《新民晚报》与商业上不那么成功但名望更高的《文汇报》之间的合并。当时,这个新集团的固定资产价值高达17.4亿人民币,并拥有10种报刊,1家出版社,10个海外新闻办事处和20多个下属公司(夏志方,高迪,1998)。上海市委党报《解放日报》也进行了市场整合,3份相对自主的子报合并为一家报纸,并分为早报、午报和晚报。据一位业内人士透露,当时上海报业调整的总体规划是把与政治和经济相关的报纸列入《解放日报》旗下,而将文化和生活类出版物归人文汇—新民报业集团手中。这样,上海报业市场就会被合理化的双寡头垄断竞争所主导,从而支持中央领导层所推行的市场合理化行动。

到1998年7月,中国已经正式成立了6家全国性和地方性报业集团,这些报业集团无疑是“中国特色社会主义”的一部分。它们经济上独立,并希望实现生产合理化和规模经济。但是,它们并非完全独立的商业公司。它们附属于党的宣传部门,社长和总编都

由上级党委任命并对其负责。^①

为了使报业集团更好地坚持正确的舆论导向,完成报业整合的目标,新闻管理部门的官员暗示(刘波,1998),愿意给予它们更多的经营自主权。这包括对中层管理人员和编辑人员的人事任免自主权,工资收入政策自主,自由扩版,以及出版子报子刊、发放刊号等措施。集团化的最初目的之一在于鼓励强势报纸与小报合并,因为强势报纸对收编不赢利的业务并不主动积极,而另一可行的办法就是给予它们更自主的经营政策,使它们依仗经济、人员、科技和销售方面的实力提高市场份额,从而进一步减少边缘报纸的市场空间。

可见,中国的报业集团化是一个“管制的放松管制”(regulated deregulation)^②过程。这对于中国也许是“无心插柳”的新策略,可是在世界报业发展史上也许是“似曾相识”。比如,本书第一章所引用的卡伦(Curran,1978)的研究表明,在英国报业的发展过程中,政府有意识地调动市场来达到报业治理的政治目的。在巴西,政府“想通过各种宣传手段来控制民心,但没能成功……最终依赖的是市场机制”(Mattelart,1994:107)。

1999年夏天在上海街头报纸分销与零售市场中,已可察见产业结构的再集中(re-centralization)与报业集团化的影响了。曾经在市场化报纸零售中扮演重要角色的独立报贩,正面临着可能被1000多个铸造精良的报刊亭所边缘化的威胁。这些报刊亭由东方书报亭有限公司经营与控制,而这个报刊发行与零售企业是1999年初由上海的两家报业集团以及上海市报刊管理局和上海邮政局共同投资兴建的(笔者访谈,1999年8月11日)。

讨论和结论

卡斯特(Castells,1998:289)曾论述到,“中国的现代化和对外开放现在是,过去也是经过缜密部署的国家政策,并一直由中国共产党领导者设计与控制”(着重号为原文所加)。因此,“开放政策的动机、导向和发展都必须理解为一个特定的政治项目。阐述与执行这一项目,必须基于宣称代表中国人民和中华民族利益的党的利益的基础之上”(Castells,1998:289)。这番话对于理解中国报业改革具有特别意义。当然,宏观的政策调整也会反映在报业政策和实践中,下面的压力有时也会影响政策走向,腐败、利己主义的寻租或是简单的不称职也会扭曲政策执行。正如邓小平所说,改革是“摸着石头过河”。比如,管理部门不可能事先预见到,市场化报业在党政部门轨道之内的扩张会影响

① 比如,《广州日报》集团的前总编黎元江同时担任广州市委宣传部部长。这位红极一时的党报改革风云人物后来因腐败身败名裂。当然这是后话,但他的结局与其自身握有过分集中的政治和商业权力也许不无关系。

② 马来西亚传播学者 Zaharom(1994)用这个字眼来描述类似情况:媒体商业化和自由化伴随着严格的法律、政治与经济上的控制。

核心党报的发行和公费市场的订阅份额。同样，前新闻出版署副署长梁衡(1998)也承认，当新闻出版署于1994年发放第一张“都市报”刊号时，未曾想到要建立一个“都市报”报业，或预计到这个领域在1990年代中后期的迅猛发展。陈怀林(1999)认为，体制边缘的媒体为了追求自身的经济效益往往造就了中国报业的许多制度性创新，同时，党和国家整合市场化报纸的努力也从未间断过，其政策和意图也确实起着重要作用。梁衡(1998:1)曾表扬“都市报”为党做了很好多宣传工作，是一支“生龙活虎”的宣传方面军。从意识形态和制度层面来说，党和政府在中国报业转型中起着“结构性的主导地位”(structured in dominance)，这有助于党和国家继续主导着中国目前的社会转型的方向。

这一不寻常的成就使得国内一些媒体研究者得出如下结论，“市场化经营并不一定意味着控制的减少，控制也不一定阻碍新闻单位自主发展”(黄升民，丁俊杰，1997:19)。阮观荣在总结“都市报”经验时也指出，“新闻的政治性和商品性的统一是报纸同时追求政治和经济效益的理论基础”(1998:25)。宋建武(1997)的观察则更让人关注，他认为，国内与国外的经验表明，报业商业化并不一定导致它对社会主流价值的偏离，比如大多数西方主流报纸都积极捍卫和推进社会的主流价值和意识形态。

尽管宋教授的评论与西方批判学者有不同的出发点，但二者对商业化报纸的意识形态作用的论述可以说是殊途同归。不过宋教授没有指出，西方媒体市场在国家没有直接介入的情况下推行“主流价值”，而中国媒体市场却正是在这种国家介入下保持运行。另外，他也没有明确说明“主流价值”具体包含什么，以及它在国内和国外的背景下是否一致。“西方社会”与“中国特色社会主义”社会的“主流价值和意识形态”是否有区别？市场广告逻辑使以工、青、农、妇为目标读者群的报纸边缘化，报业商业化所隐含的这种价值倾向是否符合“中国特色社会主义”社会的主流价值和意识形态？这些更深层次的问题被遮蔽了。

然而，国内报刊理论家关于党的控制与市场力量兼容性的论述强调了这两者在中国改革时期的相互建构关系。虽然市场原则正重构着中国报业，但如Barmé(1998)和本书第3章所强调的那样，它并非在中国政治文化和现存的制度结构之外运作，其过程也受到这种政治文化与制度结构的制约。另一方面，党和国家有能力也有意愿适应市场原则并将它变为对自己有利的因素。在中国报业多层面而不均衡的关系中，党和国家与市场互为依存、互为影响、互为建构。同时，这一过程也影响了中国社会权力关系，包括社会阶层、性别和地区等关系的转型以及党和国家主导意识形态与社会保护运动的相互构建与勾连关系。到目前为止，商业化的中国报业被整合在国有资本的形态当中。正如女性文化批判学者戴锦华所述，“一方面，主流意识形态加强了它的控制；另一方面，文化市场和文化工业日益分享着传统意识形态机关的权力，并不断地将这种权力转变为资本”(转引自Zhang, 1998:133)。而对经济效益的追求，以及来自全球媒体资本的压力，都为国有资本在报业领域的集中提供了进一步的依据。

报业的商业化开辟了一些话语空间，使报纸实现了一定程度的组织自主性，并赋予

读者有限的自主权。从这个意义上说,它有助于报业的发展和社会传播的民主化。但是这个转型的另一侧面是制度化的新型控制机制:广告额和广告商的压力,对城市和沿海富裕消费者的偏向,商业和政治权力资源之间的交易关系,还有作为一种新的权力规训的劳动人事制度(王维佳,2010)。对大多数新闻从业人员而言,党和国家对新闻宣传管理的强化,在新闻单位多少存在的既得经济利益,采写软新闻的相对自由,党和政府在原则上认可的“舆论监督”角色以及这一角色在具体实施过程中所面临的困难,都使追求更激进的专业目标变得既不实际也不那么迫切。更何况,经济准入门槛的升高也将日益阻碍普通公民个体与各种社会群体创办大型的报纸。目前,社会主义报业集团和党报的命运与党息息相关(何舟,1998),而且这些报业集团作为一种组织形式可能会对未来中国报业形态产生长远的影响。不管一些知识分子的主观意志和规范性理论框架如何,私人拥有、自主运作、市场支持、竞争充分的报业,即自由主义新闻学按其规范性理论基于英美经验所构想的新闻制度模式,非但没有在中国出现,而且在中国出现的可能性已经永远被错过了。

中国报业在党和国家轨道里的商业化和结构性转型标志着政治精英、商业精英与包括报纸经理人和记者在内的中国新兴城市中产阶级这三者之间的利益联盟。大众化报纸“全心全意为市民服务”的口号不仅仅是一种促销手段,也是一个政治宣言。国家与市场对立的二分法的疏漏之处在于它假设了主导中国报业商业化的报业精英、核心城市读者群与中国政治领导层之间与生俱来的对立关系。Robison 和 Goodman(1996:7)论述说,在亚洲,虽然国家与新兴的商业阶层和中产阶级之间存在很多对立与冲突,“任何建立在有关新富阶层和国家之间有天然对立关系的简单化假设都是不充分的分析前提”。随着中产阶级的技能和消费能力对工业化和信息资本主义愈发重要,“国家和资本日益被迫适应这股社会力量,无论是通过许诺稳定和庇护的保守主义,还是提供更多直接参与政治的自由主义”(Robison and Goodman,1996:11)。考虑到阶层分化急剧和社会维稳压力上升以及“文革”的阴影,中国领导层在政治和媒体改革方面继续谨慎从事。虽然商业精英和城市中的部分人士心仪英美自由主义新闻模式,但是,他们维持自己不断上升的物质和文化生活的愿望,以及他们与城市劳工阶层、以“农民工”为主体的新工人阶层和农民阶层在经济、社会、文化上的隔膜有可能使他们在维持现有报业结构中成为政治领导层“沉默的伙伴”(Kemenade,1998:401)。他们在主观意识形态上可能持有更为自由的思想,但是,在具体的媒体话语实践中,他们使一些激进的声音边缘化,并希望以他们认定的“新主流”主导其他社会力量的话语和声音。

第 11 章

中国电视:历史、政治经济与话语

赵月枝 郭镇之

中国电视业可视为中国从计划经济向市场经济转型过程中的一个独特部分,它从 20 世纪 70 年代末以来经历了前所未有的变化,即从一个单纯的政治宣传机构演变为政治性与商业性结合的大众传媒。一方面,电视作为大众传媒的发展是在中国政治经济、技术与社会转型这个大背景之下的;另一方面,中国电视政治性和商业性深刻地影响着中国社会转型的过程本身。本章试图对中国电视所具有的“最具影响的传媒”地位从宏观上加以描述。在简短地分析了改革前和改革早期中国电视的历史之后,本文探察此后电视业的转型,分析其具有决定性的话语与文化特征,讨论在全球化语境下,电视作为中国这个世界上人口最多的国家政治、经济和文化体制的一部分在当前发展和未来演变中的关键问题。

改革前的中国电视:民族振兴雄心和外国规范模式的转变

中国电视的发展可以大致分成三个主要历史阶段。第一阶段从 1958 年中国电视诞生至 1976 年“文化大革命”结束。在这一阶段,电视只是一种边缘性的单一政治和教育工具,对中国社会和文化的影晌极小。第二阶段从 1978 年至 1980 年代末。在这一阶段,电视与有关改革的政治动员和知识精英话语紧密结合,在中国政治和文化舞台上占据了中心位置。第三阶段从 1990 年代初期开始,电视在宣传主导意识形态,推行市场经济、消费主义意识形态和弘扬爱国主义精神中发挥了主要的作用。

第一阶段显示出象征着党和政府领导的国家建设的电视与冷战政治之间不可分割的联系。1958 年“五一节”,北京电视台开播,接着,上海电视台、哈尔滨电视台也赶在当年开办。中国政府之所以匆忙开办了三个大陆电视台,其目的旨在针对台湾当局于 1958 年“双十节”(10 月 10 日)开办电视的计划,以便在政治角逐中占据上风。但台湾的电视

却直到四年以后,即1962年10月10日才开办。尽管中国遭遇资本主义世界的政治与经济封锁,但在社会主义国家的帮助下,中国电视迅速建立起来。创办初期,电视发射技术来自捷克斯洛伐克,节目模式师从苏联和东德,电视机及其技术主要从苏联进口。1958年的“大跃进”,以及与资本主义世界竞争的需要引导着许多省会城市也陆续开办了试验性电视台。然而,经济建设基础设施的不足,大规模群众经济运动的失误,加上中国与苏联和东欧国家之间意识形态的冲突以及由此导致的技术和财政援助的中断,致使中国1960年代初期陷于严重的经济危机,新生的中国电视体系也因此被缩小(郭镇之,1991; Hong,1998)。

从诞生之日起,电视便从制度和指导思想上融入了作为党的宣传喉舌的既有媒体体系。由于制作能力的不足限制了早期中国电视的内容生产,它不得不播出已有的媒体内容,例如由新闻和纪录电影制片厂拍摄的新闻简报。而自制节目内容主要包括关于英雄模范人物的电视剧,以及在演播室进行直播的儿童节目和其他文化教育类节目,娱乐节目主要是故事影片。由于电视观众数量极少,在计划经济体制下又没有各自独立的经济利益,电影制片厂常常在电视上和电影院同时上映新的故事影片,有时甚至在电视上首播,这样电视观众便可以在各地的文化活动中心与电影观众同步看到新影片,而票价也只相当于电影的票价。当时几乎不存在趣味性新闻报道,新闻内容也限于主要政治事件和国家政策报道,因此电视的娱乐功能几乎未被开发。在“大跃进”后1960—1962年的“三年经济困难时期”,北京电视台曾尝试提供少量轻松娱乐综艺节目,例如《笑的晚会》,以转移、缓解群众的物质精神困苦,但不久之后,这类大众化节目被斥为“庸俗”、“浅薄”、“格调低下”,电视的娱乐功能遭到公开压制。

仍然处于婴儿时期的中国电视体系在“大跃进”后的第二次转折,发生在1966年开始的“文化大革命”时期。运动初期,北京电视台曾被短暂地停播了一个月;而大多数省级电视台则被无限期地勒令停播;在上海,电视成为造反派政治斗争的工具。新闻和文化节目只是在特定的时期因特定的政治需要偶尔出现,同时,中国电视也对西方世界关闭了大门,终止了与维斯新闻社(VISNEWS)于1963年所签订的年度电视新闻影片的交换协议。

不过,在“文化大革命”期间,电视技术和基础设施仍然有一些重要发展。许多城市在“把毛主席的光辉形象传到(当地)”的口号下纷纷建立电视台,并通过国家邮电部的微波干线网相互连接,共同转播北京电视台的节目,而这种转播模式为后来中央电视台全国新闻联播奠定了网络基础。1976年底,中国大陆除了西藏之外,全国各省、直辖市和自治区都有了自己的电视台。当然,电视观众的数量仍然很少,电视覆盖率只有36%,平均大约1600人才拥有一台电视机(郭镇之,1991:123)。1973年,经国家领导人批准,中国决定放弃自创彩色电视制式的努力,采用联邦德国的PAL制式,开始试验彩色电视的播出。选择德国的PAL制式,很大程度上来自于政治上的考量,因为中国当时的政治敌人美国和苏联分别采用了三大成熟制式中的NTSC和SECAM制式。

1972年,以美国总统尼克松访华为标志,中国和美国的外交关系有了历史性突破,由此导致世界冷战政治格局的变化。这一事件既是中国政治历史转折的重大时刻,也是中国电视历史变化的重大契机。美国三大广播公司电视网通过通信卫星向美国实况转播尼克松访问中国时所表现出的娴熟高超的专业技能令中国同行感到震惊,并产生了巨大的示范效应。倘若说,苏联和东欧社会主义阵营的伙伴曾经帮助中国引进了电视,那么,正是透过美国电视,中国电视业看见了自己未来在全球发展的前景。

1. 从政治动员到商业革命

周恩来和毛泽东先后于1976年去世,紧接着“四人帮”被推翻,由此开始了中国的改革时代。中国电视的变化是迅速和剧烈的。1978年5月1日,北京电视台被重新命名为中央电视台,成为全国性电视台。电视节目逐步恢复并发展,从国外引进的节目最受欢迎,例如《国际新闻》、《世界各地》、《电视剧译制片》。这些节目迅速成为最吸引人的精神食粮,成为中国人跨国想象的文化资源。经过多年封闭之后,中国观众热切地希望通过新的电视窗口了解外部世界。

然而,这扇窗户却被迅速的制度和思想转型结构化,并嵌入其中。首先,商业广告引进了。虽然直到1979年年底官方才正式批准了传媒广告,但上海电视台早在1979年1月29日便播出了中国电视历史上第一个电视广告(参茸补酒);其后又于3月15日播出了第一个外国商品广告(瑞士雷达表),从而开始了中国电视从国家供给的宣传工具朝向娱乐性大众媒体的历史性转型,传媒由此具有了宣传和商业的双重目标。其次,电视节目的供给方式市场化了。中国电影行业的经济改革使得国家所有的制片厂日益关心经济效益,日益担忧市场竞争,它们开始拒绝免费或者便宜地向电视台提供影片,电视业不得不“自己走路”,出路是迅速发展节目制作能力,并从国外进口节目。结果,外国电视节目的进口急剧增加(Hong, 1998)。携带广告的日本动画片和外国电视剧与其宣传的进口商品一道,马上迷住了渴求娱乐的中国观众,中国电视成为急欲进入新开放的中国市场的跨国商业公司最有效的广告工具。不久以后,市场机制便被引进娱乐电视节目的制作和发行领域。在广告商和商业赞助者的支持下,电视热迅速升温,电影制片厂和戏剧团体也被吸引到电视剧制作的新领域来,使电视剧成为最热门的视听叙事方式(Yin, H., 2002: 30)。于是,一场新的“文化革命”开始了:电视机开始成为最抢手、最令人渴望的消费用品,中国兴起了消费文化的高潮。

在制度层面,1982年新的广播电视部在国务院机构下设立,电视上升为最重要的政治传播工具。从1982年党的第十二次全国代表大会开始,党中央将首先发布权威新闻消息的场所从传统的晚间8时中央人民广播电台《各地人民广播电台联播》移到7时的中央电视台《新闻联播》节目,《新闻联播》从此成为党和国家发布最重要政治新闻的首选渠道。到1984年,中央电视台在中国农历新年大张旗鼓地向全国播出春节联欢晚会并赢得巨大声誉的时候,电视作为国家最受欢迎的媒体的地位便完全奠定了。

然而,中国的改革进程却孕育着政治、经济和意识形态的矛盾。中国电视不仅陷入了这些矛盾之中,而且成为国内外各种政治、社会力量为其主张斗争的主要场域(Lull, 1991)。一方面,电视是推动国家现代化计划的主要工具;另一方面,在1980年代知识文化思潮广泛酝酿的语境中,电视也是冉冉升起的中国知识精英群体推进其自由主义和精英民主思想的积极论坛。1980年代早期和中期相对自由的政治环境为具有改革理想的中国知识分子提供了将电视作为从事政治传播的严肃媒体的必要空间。虽然商业主义已经悄悄潜入中国电视,但是,受众收视率、适需市场和广告合同还不是那时中国电视的当务之急。结果便呈现出鲜见的历史场景,电视在“第二次启蒙”(相对于五四运动最初将西方自由主义思想引进中国的第一次启蒙)运动中扮演了前所未有的将精英语汇大众化的角色,不仅推动了中国的现代化和全球整合进程,而且也公开地散布了对经济市场化、政治民主化和文化全盘西化的期望。

对于这种改革主义思潮和自由派知识分子领导的思想倾向,没有一份媒体文本比1988年播出的有争议的6集电视纪录片《河殇》表达得更为有力了。这个节目是由一群年轻的大学教师、作家和电视编导制作的,它攻击了中国所谓的“黄河文明”——以黄河为基础的农业文明,攻击其独裁、僵化和宿命,同时表达了对西方现代性和中国进一步整合进入全球资本主义的热切向往。这个纪录片是1980年代中期“精英文化热”的一个样板(Wang, 1996),它汲取了知识界资源,采用直观的形象,建构了一种民族危机的话语,鼓动观众去深思中国和中国文明本身的前景。当时中国历史正处于一个关键的时刻,这个节目作为激烈辩论改革前途的一部分,发出了富有政治含义和雄辩力量的话语,十分引人注目,在党的内部改革派别的支持下,很短的时间里便在中央电视台连播两次。

《河殇》的播出以及其后在都市知识分子中出现的“《河殇》热”体现了1980年代后期中国社会极为紧张的政治、经济、文化状态。这是都市人群期望值大大高涨的时代,在知识分子和学生中出现了强烈的民主参与热情和对理想的市场经济发展的期待。他们相信,这种市场经济会使中国变得富强起来。但事实上,双轨制的经济为部分政府官员创造了巨大的寻租机会,他们将手中的政治权力转变为经济资本,合法地掠夺公共财产,化公为私。新出现的官员腐败,加上通货膨胀所加剧的社会分层,使都市人群对不平等的经济机会和可能下降的生活水平产生了深深的焦虑,改革的未来走向处于迷茫之中。其后发生了1989年的政治风波。这场政治风波大多在中国电视上得到了反映。在学生的抗议活动处于高潮的时期,由于党中央内部对运动性质的看法发生分歧,党的宣传指挥系统出现了暂时的失控,电视则以对学生和市民抗议的同情性报道帮助动员了社会对运动的支持(Lull, 1991: 188—189)。这种情况在中国电视的历史上是绝无仅有的一次。

1989年的政治风波不仅对中国历史、而且对电视发展都标志着一个转折点。风波过后,党的领导再次强调正面报道和舆论导向。大众传媒,尤其是电视,从积极介入精英政治和文化辩论的立场后退。1992年,邓小平汲取苏联东欧共产党失去政权的教训,号召加快朝向市场经济的发展,以此作为应对之策。市场力量迅速席卷中国的传媒系统,转

型从内向外发生(Zhao,1998)。1992年6月,党的文件将传统上由政府公费给养的思想文化机构列入“第三产业”。“利润”成为中国电视竞赛的新名称。电视处于政治控制和商业化的双重压力之下。

2. 1992年以后中国电视的政治经济转化

1983年,在地方热烈呼吁的机构改革中,中国开始实施“四级办电视”的方式。由于动员地方资源,允许都市和县政府投资经营,开办自己的电视台,电视的传播活动大大地分散了。

虽然“行政垄断”是中国电视业的总体结构特色,但并不能完全概括这一体系的全部复杂性和动力机制。首先,虽然党和国家所有的电视仍然垄断着新闻时事节目的制作和播出,娱乐节目的供应却市场化和部分私有化了。独立的和半独立的节目制作人自1990年代后期以来大量涌现,他们提供的娱乐节目的比例日益增加(Y. Zhao,2004)。私营和外国资本也通过投资娱乐节目、广告、赞助和与电视台合作制片进入了国内电视业。虽然国家依然垄断着电视播出,并通过某些机制(例如电视剧的生产许可制和未播节目内容的预审淘汰制)依然在宏观上控制着电视制作(Yin,2002:36-37),商业广告者和私人投资者对这一系统的经济基础贡献越来越大,并逐渐地形成了他们自己的内容倾向。

其次,在中国电视系统和相关行业,就管理范围而言也存在激烈的竞争。在全国层次,中央电视台面临着地方电视台的竞争压力。到1999年,各省广播机构都已经建立了综合性的卫星频道,并被各个地方的大多数有线电视网络接收,因而形成了全国覆盖。同时,省市两级广播机构也抓住了新的市场机会,开办了多频道的地波电视系统和有线电视频道,相互竞争。市场竞争机制也被引进电视制作的微观管理,促使电视台成立相对独立的节目制作单位。这些机构从西方电视台引进商业成功的热门节目模式,包括早晨的新闻杂志节目、调查性新闻纪录片、脱口秀节目。照基恩(Keane,2002a)所说,结果是“有一百个电视模式走红,便有一千个电视台模仿”。

广告是中国电视的生命线。除了经济上欠发达区域的电视台之外,国家拨款已经不再是中国电视的主要收入了。到1999年,商业性收入已经超过中国广播电视系统85%的比例,电视广告收入达到全部收入的90%,赢利最多的是中央电视台,从1992年到1999年,中央电视台的广告收入几乎增加了8倍,从5.60亿元上升到44.15亿元(《中华人民共和国简史》,2001:304-307)。自从20世纪90年代开始,电视也在经济发达的沿海省市迅速发展,成为地区和地方经济的支柱产业。

然而,正如不均衡发展是中国市场经济的主要特征一样,中国电视业的发展也是不平衡的。由于经济发展低下的地区缺乏广告收入,由于国家拨款的不足,许多地方电视台只能居于边缘地带,挣扎求生。同样,依附于不同行政级别的电视台之间的利益冲突由来已久。到1990年代后期,市场竞争和观众的分化更加厉害,于是中央政府采取再度和巩固全国性市场的政策。在组织结构方面,广播电影电视总局要求各县将广播电

台、电视台、有线电视台站和教育电视台站合并,禁止县级电视台拥有自己独立管理的节目频道;同时,总局要求省级电视台将有线电视台并入地波广播机构,要求都市电视台合并广播电视机构。在这种新的体制下,都市和县城电视台大大减少了自制节目的播出,而更多播出中央电视台和省级电视台的节目。西方国家的兼并热和不断增加的全球化压力,也是强化行业整合的有力理由。

随着“做强做大”的呼声,几个省级广播电视集团建立。2001年12月6日,就在中国正式加入世界贸易组织(WTO)一周之前,包括中国中央电视台、中央人民广播电台、中国国际广播电台、中国电影公司和其他节目制作和播出机构在内的中国广播电影电视集团宣布成立。这个国营集团作为行业带头人似乎准备迎接跨国传媒公司在全球市场的挑战。

■ 当下中国电视的文化表现

近年来,电视传统的喉舌作用在官方的媒体政策规定中被重新表述为“坚持正确的舆论导向”。在电视剧制作中,“主旋律”节目被视为对重大问题和规范行为及价值观的反映和表述(Keane, 2002b; Yin, 2002)。同时,中国电视还承担了新的思想宣传角色,亦即重申民族主义和发扬传统中国道德的作用,两次电视事件对这种进程起到了关键的推动作用。

首先是1990年在北京举办的亚洲运动会。亚运会为电视动员民族主义热情提供了一个绝好的机会。从此,民族主义成为中国电视压倒性的意识形态框架,通过将民族文化象征投射到中国家庭,通过上演种种政治和文化奇观,通过调动大众的民族认同情感,通过在重要时刻(例如香港回归、中国申办奥林匹克运动会、中国加入WTO)将观众集合在国旗下的仪式,电视成为中国建构民族主义话语和动员爱国主义精神的最有利场所。另一个倡导民族主义的例子是中央电视台每年一度的春节联欢晚会。诞生于20世纪80年代早期的电视特别节目“春晚”到1980年代后期已聚集了90%的全国观众,看电视“春晚”与放鞭炮、吃饺子一道,成为中国人庆祝春节集体仪式的有机组成部分,而“春晚”在主题和象征方面也都更加具有民族主义意味了。不管是歌颂为人民奉献的战斗英雄,还是庆祝为祖国赢得荣誉的体育健儿,不管是理解下岗工人经受的艰难,还是彰显整个社会对贫病小保姆的慈爱,电视始终瞄准日益分层的中国社会,志在创造并宣扬一种“海内一家”的归属感:在这个民族大家庭里,不管你的社会经济地位怎样,不管你居于何方,你首先是中国人。节目中,经典的儒家关于“国”即为大“家”的概念得到了充分的体现(B. Zhao, 1998: 43)。1990年代以来,中央电视台还将它的卫星覆盖扩大到北美、欧洲、澳大利亚和亚洲其他地区,把民族家庭的概念推广到居住在“全球中华村”的异国华人社区(Sun, 2002)。

其次,曾经在中国1980年代末期政治文化热中起过重要作用的电视在1990年代转向了大众娱乐文化。中央电视台播出《渴望》标志着“文化产业”正式进入中国。《渴望》是一部51集的电视连续剧,被认为中国第一部成功的肥皂剧。《渴望》有效地模仿了亚洲和拉丁美洲室内剧的故事模式和制作手段,成为中国第一部包含了意识形态的调和性,将大众娱乐而不是政治宣传作为明确目标的电视剧。这部肥皂剧建构了一个“以粗劣的电视煽情笔调描绘的曲里拐弯然而富有吸引力的故事”(Barmé, 1999: 103),但它提供的论坛却引导观众情绪激动地投入关于特权、教育、阶级背景和自尊自爱话题的讨论(Barmé, 1999: 102),从而极大地满足了观众的心理需求。党的最高意识形态领导不仅接受,而且赞扬了这部歌颂具有传统美德的“中间人物”女性的电视剧,这是“文革”以来的第一次,标志着中国电视对精英意识形态的突破。以《渴望》为开端,电视通过娱乐创造统一和稳固的道德楷模的保守作用正式得到认可,并受到赞扬。于是,当知识精英在1980年代的“文化热”中显示出的积极性从颓丧中恢复过来,转向1992年春天的文化景象时,他们发现,他们的平台已经被市场更强大和更普遍的力量所占据(B. Zhao, 1998: 55)。最终,中国电视看来已经赶上美国电视的主流了。

自1997年以来,娱乐节目以综艺节目、约会游戏、情景喜剧、涉案法制电视剧、真人秀以及没完没了的皇帝清官古装系列剧的形式大行其道,充斥着中国电视的屏幕。湖南电视台自1990年代后期开始的走红证实了中国电视业的一个朴素真理:将轻松娱乐节目送上卫星是最安全也最快捷的出名和致富之道。如果说“庸俗”行为在“文化大革命”中遭到斥责的话,那么在1992年以后的中国电视中,“媚俗”往往是制胜的法宝。虽然各种文化精英都谴责这种进程,但大众情绪的认可和他们对娱乐的追求也可以被视为双重的解放:针对传统的对文化的教条主义态度和1980年代精英知识分子的先锋主义。

如果说广告的目标是动员受众通过物质产品的消费追求快乐,那么娱乐节目的目标便是动员受众通过消费电视话语追求快乐和中国身份的认同。如果不是所有经济地位的人都可以享受物质消费的快乐的话,大家至少可以通过观赏电视节目和见证民族主义的成功寻找到精神的快乐(Y. Zhao, 2004)。

电视鼓吹民族主义和鼓励“大众逃避现实”的角色以其“舆论监督”作用加以补充,这种舆论监督作用是以中央电视台的新闻评论节目为先鋒的。新闻评论部建立于1993年,是一个相对自治和财政独立的制作单位,它不仅制作了一些在中国最受欢迎的舆论监督节目,包括《东方时空》、《焦点访谈》、《新闻调查》,以及脱口秀节目《实话实说》等,而且带动省级电视台和地方电视台,甚至印刷媒体,也开办了类似的栏目。这些节目通过叙事的进展,选择性地揭露某些官员腐败的案例,批评一些折磨无权个体的经济和社会不公,揭示改革进程中的各种社会问题和道德困境,既提供了一个表达公众关切的急需讲坛,又有助于重建党和国家的政治合法性,这些节目甚至向普通公民征求他们受委屈的故事线索,也向改革后的中国在社会中遭受不公的民众提供了一种国家批准的宣泄渠道。虽然这些节目倾向于监督个人,监督基层,将系统的社会问题归结为道德问题,从而

回避了“对社会结构整体的关键诘问”(Xu,2000;646)。它们相对的开放和专业性都是真实的;它们的政治和社会冲击是深刻的(Li,2002)。这些节目借助高举社会道德的大旗,有助于在新生的市场社会警戒并维持政治、经济和社会的边界。与此同时,它们提升了国家垄断的电视本身及其抚慰作用的公信力,在这些抚慰中媒体的意识形态角色从直截了当的宣传转向更隐蔽和老练的形式(Y. Zhao,1998;Chan,2002)。虽然在电视专业主义者与党的审查官及媒体的曝光对象之间不可避免地存在冲突和紧张关系,但事实已经证明,总体而言,国家批准的舆论监督新闻对中国社会张力的管理效益是特别突出的。

在电视中,不同的意识形态维度常常交织,因此形成中国电视语汇的多义性和混杂性。官方宣传、商业流行文化、中产阶级的改良主义,甚至1980年代中期精英知识分子话语的余音,共同存在于中国的电视文化中。这些意识形态框架也相互借用并彼此强化。所以,有舆论监督新闻以电视剧的形式播出,也有“主旋律”宣传产品以好莱坞动作片的方式拍摄(其中充斥着悬念、诡计、爱和欲望、阴谋、谋杀、侦探、汽车追逐和暴力)。同样,虽然“皇朝电视剧”通过美化专制和传统父权制的价值观(顺从、社会等级等等),往往培育着反民主的政治文化;但它们的讲述也常常塞入一些当代政治和社会批判,例如表现正直的封建官员反对当时的腐败,表达了公众对社会正义和廉洁政府的普遍向往。这样,制作和消费历史剧就在当代中国各种意识形态力量和话语立场的修辞论争中表现为丰富的象征场景(Yin,2002)。

不过,严重依赖广告收入,日益加剧的商业竞争,加上电视员工队伍的都市富裕社会文化身份,使中国电视自然而然地倾向都市富裕消费者的需求和感觉。虽然中国电视将绝大多数人口纳入观众队伍,但乡村农民、普通工人和都市底层人民、儿童和老人,他们的声音和文化需求常常是被忽视和被边缘化的。市场力量推动的中国电视文化对妇女的消费主义话语一直格外令人匪夷所思。虽然妇女参与消费的行为是作为解放和现代化的经历受到庆贺的;但妇女越来越被视为观赏的商品,被置于物化的境地。随着毛泽东时代追求性别平等、反对性别压迫的话语日渐消亡,爱和欲望成为每日电视节目的主要内容,妇女越来越被视为男性性欲望的对象。因此,一方面,电视推动了性解放趋势与个人生活自由化进程;另一方面,随着传统文化的复兴,男权中心主义意识在市场社会的形成过程中有卷土重来之势:在广告文化中,妇女往往被赋予了消费的主体地位;信息类电视(包括脱口秀)让妇女“回归家庭”,以缓解就业压力,为改革做出“贡献”。尽管女性主义观点在中国电视上已得到零散的表达,都市里的白领丽人和成功女性也构成了电视呈现的重要社会角色,但是,总体而言,中国电视往往忘记了如下事实:底层妇女正不合比例地承担着经济转型所需付出的社会成本,她们包括都市中年下岗女工(她们占国企下岗工人的大多数),沿海地区工厂里装配线上的“打工妹”,留守农村照顾老人、儿童、土地和牲畜的中老年妇女(她们的丈夫和儿子则闯荡城市,寻找工作机会)。

随着市场关系的加深和资本逻辑对中国电视的渗透,主导意识形态和市场的内在社会偏向都在互相强化。正如西方社会的商业电视一样,中国电视对政治和社会的深刻冲

突大都视而不见。只要不在媒体的广告客户“最需要的消费者”范围之内,凡是群体性的争议话题中国电视往往避而远之。动员消费的大众娱乐与商业信息属于政治上既安全、经济上又得利的内容。当然,这种以电视为中心的文化消费与真正的公民身份的互换不一定能满足中国社会日趋多元的公共传播需求。

全球市场环境中的中国电视:老问题,新挑战

中国电视在新世纪走向成熟之时,也是它面临新的政治、经济和文化挑战之际。第一,来自政治参与的压力始终在积聚,主要表现在持续要求党放松对媒体报道敏感政治和社会话题的“松绑”请求。在胡锦涛、温家宝领导下的新的党政集体曾相应提出某些改变。一个象征性动作是在 2003 年年初要求中央电视台减少《新闻联播》对国家领导人仪式性活动的报道时间,而将关注的视点转向民生问题和民间疾苦。但是后来,随着 SARS 疾病的爆发,传统的做法又恢复了。

第二,中国电视法规和结构的改革继续面临巨大的挑战。虽然喉舌角色使得电视业在改革年代成为一个商业垄断体,并获得了巨大的经济效益;但这种角色也阻碍着中国电视经营者获得独立的公司法人地位,因此限制了它吸收外界资本或使用市场机制使产业结构更符合市场理性的能力。行业内外各种官僚利益之间的冲突一直是尖锐的,包括国营广播电视业与电信局之间,更不要说中央、省级、都市和县城等级广播电视机构了(Y. Zhao, 2000; Y. Zhao, 2004; Hu, 2003)。国家自上而下的产业重新集中化和市场整合的努力不仅在基层遭遇到相当大的抵制,而且未能产生提高市场效率和赢利的理想效果。虽然资本的权力在中国传媒业潜滋暗长,但迄今为止,中国政府既未容纳私营电视台的出现,也未接受西方意义上的公共服务广播电视的概念。为电视业建立一个法治的规制体系的改革主义努力成效甚微(Guo, 2003)。于是,在具有中国特色的社会主义体制下为电视开创或者重新开发一种可持续采用的制度形式,始终是一个艰巨的挑战。

第三,在中国进入 WTO 之后,全球化的挑战又具有了新的紧迫性。虽然中国加入 WTO 的条款并不包括向外国投资者开放广播电视和有线电视行业,但是政府已经增加了中国进口外国电影的额度,允许跨国媒体公司在电影、视听合作制片、发行和零售业扩展它们的活动范围。同时,跨国传媒公司也明显地扩大了它们在中国的市场。除了凤凰卫视十几年前便成为最本地化和最有影响的外资在中国的电视媒体,政府还批准两个最主要的普通话频道(一个是默多克的星空卫视,一个由时代华纳与 Tom. com 联合拥有)在中国有限发展。虽然这些频道尚未能覆盖全国观众,赢利的可能还很遥远,但它们在网罗都市富裕观众市场方面的竞争压力和示范效果都不可低估。关键的不是中国内地电视业是否能够在进入 WTO 之后苟活于外国文化侵入的环境——这不成问题;虽然文化民族主义始终是一支顽强的制约力量,但中国电视业在将外国模式本土化、从跨

国公司那里借鉴品牌和管理策略方面已经变得更加聪明,十分灵巧。以此观之,某些观察家对中国在全球市场环境中的前途始终表示乐观(Keane,2002c)。但是,从社会传播的角度看,最关键的问题是:在一个日益分化的中国社会里,新的电视环境如何表达形形色色的传播需求?这种环境会强化中国电视体制业已存在的社会偏向吗(Zhao,2003)?在中国加速融入全球市场体系时,在新千年整合所加剧的各种国内和国际矛盾中,在中国人“走向香格里拉”(这是中国版的美国 *Survivor* 节目的名称)的征途中,电视会给他们提供足够的“开心辞典”(这是中国模仿美国 *Who Wants to Be a Millionaire?* 节目的名称)吗?

在中国相互缠绕的各种制度和行为逻辑中,国内和国际的市场力量对主宰中国电视的条件不断讨价还价;其他的社会力量则继续在当前的控制体制中互相争夺。在中国电视业内部,具有社会良心的专业工作者继续为更加自主的表达开拓新的制度和象征空间;在电视行业外部,为更多的政治、经济和文化权利而抗争的社会力量则继续声称自己的电视权利,因为中国电视仍然以“为社会主义服务,为人民服务”的名义运作。电视观众甚至克服了被动性,起诉电视在播放他们喜爱的电视剧时超量播放广告。如果说电视在中国曾经是“现代化的代表”(Lull and Sun,1988),那么,一些群体并不满意将近30年来国家组织的现代化带给他们的后果。当中国电视继续在全球化的环境中寻求合适的制度和形式时,新的矛盾和冲突还会不断出现。

第 12 章

有钱的、下岗的、犯法的：解读 1990 年代中国的小报故事

“小报”这个词使人联想到像《太阳报》这样吵吵嚷嚷的英国日报，或是像《国家询问报》这样在美国超级市场售卖的耸人听闻的周报。实际上，中国可能是小报之都。小报在计划经济时代曾被禁止出版，因为它被视为政治上可疑、道德上堕落的资产阶级文化样式。随着改革开放的逐步展开，小报在中国都市街头报摊上随处可见。它们哗众取宠的风格与党报形成鲜明对比，而繁多的小报种类似乎显示了它们表面上的多样化。在1998年的一个夏日，我仅仅在一个报摊上就看到了超过50种不同的小报。

学界对小报有不同的见解。有学者强调它们违背了党的宣传规则，并将它们归为“让执政党颇为困扰却又束手无策”的“替代性媒体”(Chu, 1994: 9)。也有人认为它们既庸俗又没有政治立场，甚至是一种新精神鸦片，因为它将大众的注意力从严酷现实转移开去(和北京一位媒体学者的个人访谈, 1998)。另一方面，也有论者注意到，虽然小报没有从事“真正的新闻事业”，它们仍然有助于社会开放(如 Zha, 1995: 108)。

不过，几乎没有学者仔细解读过小报。我们都知道它们表面的内容——犯罪、性、金钱、尸体、情人、腐败官员、演艺明星——还有其他意在取悦受众的“人咬狗”之类的新闻，但是我们几乎不清楚它们为读者所建构的意义世界。此外，很难得到它们确切的发行数字，而且由于小报较低的文化地位，很少有人会侃侃而谈他们阅读小报的经历。读者解读文本时并非完全自由，但是他们确实又拥有一定的自主性。在这一点上，Ian Connell (1992: 66)关于通过小报来理解英国大众思想的告诫不无道理：

除了我自己的经验之外，没有关于小报如何被阅读的调查和分析。我不能断定吸引我注意的文章是否也能吸引别人；其他人是否会像我这样仔细地阅读全文；我也不知道他们会从小报阅读中获取什么意义……我想我们不能假设小报故事根植于、表现了，甚至建构了大众的或者既定人群广泛共有的思想与情绪。

然而,没有人能忽略小报是改革开放时代中国经历的一个重要层面,以及它们对于主流新闻事业的影响——这表现在“大报抄小报”(为了适销对路)这一逆转了“文革”时期“小报抄大报”(为了政治正确)的现象。不管小报多么琐碎、媚俗,多么直截了当地以市场为导向,又是多么容易消化的“文化快餐”,它们并非“只是”娱乐或“单纯的”文本。小报虽然不会将政治劝导或意识形态说教作为其主要目标,但它仍然处于社会的新闻体系之中,不可能在意识形态真空中生产、消费与流通。在那些有关离奇而明显偏离正常规范的小报故事背后,存在着对社会共识与社会规范理所当然的假设。虽然这不一定是大众思想的直接表达,但正如 Connell 后来所述,小报故事的叙述者一定假设了某种共同的意义基础(common ground)以便建立与读者的共鸣。叙事者也肯定找到了一些方法将读者固定在已经选择好了的共识基础上,并预设了读者的相关反应。这样,“尽管不可能评论叙事者是否较好把握了读者的兴趣、态度、既有的知识,以及对好故事的期待,但我们至少可以从故事本身来重构叙事者的这些判断”(Connell, 1992: 68)。当然,在中国要做这样的判断,故事的叙述者还或多或少需要参考宣传纪律与主流意识形态。

本章呈现了对中国小报的双重分析模式,即小报作为一种社会传播方式与作为大众表达潜在论坛。首先,为了将小报定位于中国报业结构之中,我回顾了一些大众报刊样式,并将大众报刊的演变视为改革开放时代中国社会分层的指标。其次,我分析了小报的部分内容,即街头小报对富人、下岗工人、流动民工这三个社会群体的描述,帮助读者理解社会分化的过程。因为人格化和人物塑造是小报重要的话语特征,它们对于各种社会群体的描述给我们提供了一个切入点,以理解小报所建构与展示的意义世界。

由于篇幅所限,我不得不对“小报人物”有所选择,将他们局限在富人、下岗工人、农民工这三个改革开放时代新出现的社会群体。虽然腐败官员和妇女是突出的“小报人物”,但是我没有把他们单独挑出来作为独特的类别加以分析。公开曝光的腐败官员是小报故事义愤填膺声讨的对象,鉴于民间对腐败的普遍憎恨与 1990 年代后期官方反腐败的主题,小报采用流行的“人民与腐败官员相对立”的故事框架并不奇怪;另一方面,虽然妇女也经常出现在小报故事中,并且“女”字无疑已成为那些最轰动又最耸人听闻的小报标题中引人注目的符号,因此我只从妇女的经济角色这个层面来讨论性别因素,有关妇女的分析包含在富人、下岗工人、农民工这三个类别里。最后,顺着小报的思路,“富人”这个类别包括企业家和管理层的职业精英^①,我没有设立相对的“穷人”类别,因为事实上它并不存在于小报中。我的分析基于 1992 年之后出版的在不同年份和不同地方所

^① 这种提法与广义意义上的“新贵”(new rich)一致。见 Richard Robison and David Goodman(1996)。毫无疑问,在“新贵”内部也有冲突和差异,但这并非小报的主题。

搜集的200多份报摊小报。^①

报摊：改革开放时代中国社会分层的隐喻

中国报纸被截然分为两种：依赖行政订阅的党报与通过市场和报摊卖给个人消费者的大众报纸。虽然1990年代中期以后兴起的都市报以其独特的地位打破了“大报”与“小报”的简单二分法，但对于大众报纸的通常称谓是“小报”，与之相对的是“大报”，即党报。从技术层面上说，小报是一般大报的一半大小；“小报”这个词也意味着耸人听闻的、个人化的、故事型的新闻，而非分析型的报道，因为西方首先强调了“小报”对犯罪、闲话和娱乐新闻的内容偏好；小报用“直接的个人经验”而非宏观政治和经济问题来“作为证据与价值的主要来源”（Sparks, 1998: 7）。在主流中国文化里，“街头小报”这个词几乎等同于耸人听闻、胡编乱造和庸俗不堪这些贬义词。

尽管大多数在报摊出售的报纸从技术上采用了小报的版式，却并非所有这些报纸都被贬损为“街头小报”。这些报纸有着不同的样式，在其受尊敬性上存在着一定的等级秩序（hierarchy of respectability）（Dahlgren, 1992: 8）。除了1990年代中期以后出版的都市报之外，最常见的小报样式为地方党委或党报主办的晚报，以及广播电视部门发行的每周广播电视指南。这些报纸针对一般都市家庭，是报摊的主要销售产品。晚报的内容大多倾向于人情味、生活方式和娱乐等方面的内容，但它们至少还报道有关宏观政治经济问题的新闻，在党的宣传指导之下良好运行并保证话语的政治正确性。第二类报纸包括了每周出版的报刊文摘——通常这些主要报纸的子报包含对有关实质性问题的分析报道、短小精悍的摘要以及各种各样的逸闻趣事等内容。第三类是司法部门和相关机构主办的法制类报纸，其版面时常充斥着详细的犯罪故事。第四类也是数量最多、范围最广的一类，通常被称为“周末版”——它们是党报或专业报纸在1990年代出版的“周末”、“半月”、“月末”、“社会”、“都市”、“休闲”或其他“特刊”。虽然“周末版”在社会、生活方式和法制问题报道上有着共同的内容倾向，它们也并非完全相同。广东省委机关报《南方日报》下属的《南方周末》处在受尊敬性等级的最高处，其地位与其他周末版不可同日而语，在周末版报纸中它是为数不多的拥有独立刊号和合法地位的报纸之一。凭着自由主义思想，对腐败与社会问题的揭露，以及对中产阶级敏感话题的表达，这份零售价颇高的

① 第一批包括了1994和1995年间在北京、上海和杭州搜集的29种报纸的54个版本。第二批包括了1998和1999年间在广州、杭州、贵州、大连和北京搜集的86种报纸的134个版本。虽然小报出版的无规律让人无法得到统计意义上具有代表性的样本，但笔者尽可能搜集广泛的样本。比如在北京，我尽量从不同的社区购买小报作为样本。小报的全国分销也有助于样本对市面上流通的小报进行全面素描。虽然1998—1999年的样本有更多关于下岗工人和反腐败的报道（这时党已经明确鼓励媒体对腐败行为的曝光），但1994—1995年和1998—1999年这两批样本在其他方面有着一致的主题导向。由此，我的详细文本分析集中于1998—1999年的这批样本。所有关于三个社会集团的文章都得到了鉴别和主题分析。

报纸吸引了都市知识分子。无论在形式还是内容上,这份周末报都不在小报之列。另一方面,无数地方性和专业报纸的“周末版”,则以犯罪与性等内容作为主打,并以低得多的价格出售给更下层的读者群:蓝领工人、办公室小职员、教育程度较低的都市青年,偶尔也有“流动人口”。这类报纸大多数没有独立刊号,有些介于合法与非法出版物之间。最后一类是商业报纸和生活类报纸,它们专长于股票市场、购物、体育、影院、流行音乐和其他休闲性内容。

这些报摊报纸样式的演变反映并参与建构了改革开放时代中国的社会分层。1980年代,都市报摊开始出现,并主要零售具有家庭导向的晚报和广播电视指南。随着这一全国性报纸流通网络在传统邮政体系之外的发展,生活类报纸、报刊文摘和法制小报从遥远的地方逐渐进入都市街头报摊并吸引着个人消费者,这制造了1980年代中期第一轮小报热。而1992年后,随着党报响应邓小平进一步市场化的号召,以及政府减少对报刊的补贴,“周末版”开始如火如荼(Zhao, 1998: 135—138)。与此同时,中国报业经历了两个变化:一方面,法制小报、报刊文摘和“周末版”以“最小公分母”(lowest common denominator)为原则生产内容,并积极争夺全国大众读者群;另一方面,有些报纸走精英市场道路,以迎合新兴的都市中产阶级读者与亚文化群体。

1993年,因有关裸体的报道而声名狼藉的《中国文化报》“周末版”——《文化周末》,与刊登时尚话题和大胆批评社会的《北京青年报》“周末版”——《青年周末》,成为北京街头“最酷”的小报(Zhao, 1996)。到了1990年代中期,最热销的北京小报之一是《购物导报》。这份隶属于中国《轻工导报》的半民间报纸成立于1992年末,并以大众消费与消费艺术为主要内容,可是到了1990年代末期,它的街头销量已经不敌《精品购物指南》——一份针对都市白领和中上层消费者的更高档的生活时尚报纸。作为“中国购物阶级的圣经”(Eckholm, 1998: A4),这些报纸将西方生活方式作为主要的参考框架;对时尚与消费者切身体验的特写报道欢庆着消费的快乐,崇拜着价值580元的皮尔·卡丹钱包这样的商品所拥有的改变性的力量,也劝说读者采用最新的西方时尚设计来掩盖如《服装时报》1999年4月23日头版文章所说的“我们亚洲人身材中许多令人不满意的特征”。这些报纸帮助建构着都市管理层和职业精英的身份认同,并将它们整合到全球消费文化之中,而且这些报纸几乎不提及目标读者之外的社会群体。之后,随着网络文化和汽车文化的兴起,像《网络文化周刊》和《车迷》这样的报纸应运而生,服务于网络冲浪者和汽车拥有者这样的特定读者市场。

有两个衡量各种大众报纸“受尊敬性”的有效指数:一是在硬新闻报道和分析文章方面与主流新闻风格的接近程度,二是读者群的社会地位。但是,大众报业结构细分与多层面的特点昭示着,清楚划分技术意义上的小报与隐含意义上的“街头小报”的可能性不高。总体而言,晚报、广播电视周刊、针对都市中产阶级的商业类与消费类报纸,都处于“受尊敬性”等级的高端;报刊文摘、法制小报,以及大多数“周末版”和“特刊”被视为“街头小报”。本章的文本分析则以这些处于“受尊敬性”低端的“街头小报”为重点。

周期性的政府整顿，市场上的失败和其他运作中的约束造成了许多街头小报不稳定和不规律的生存状态。激烈的同质化市场竞争驱使这些小报过分商业化，这个领域内容生产的性质又把商业主义推向了极端。许多小报严重依赖自由撰稿人的主动投稿而非本报记者。对小报撰稿人，即那些以撰稿作为主要或第二收入的文化企业家(cultural entrepreneurs)来说，他们写稿所考虑的首要标准是适销对路。尽管不乏有人会严格遵循新闻业报道事实的专业规范，但大多数人则根据道听途说公然炮制新闻(曹鹏，张立宪，1997)。一些街头小报仅仅包含以下内容：随意搜集的两性、犯罪故事，以及为一些医生和诊所所做的广告性特写——他们号称能治疗癌症、不孕不育和性病等疑难病症，或是拥有隆胸和其他美容手术的特技。一些小报要么把出版日期藏在内页，要么根本就不准确的出版日期，以求获得更长的在报摊上的流通时间。

虽然像晚报这样的大众报纸样式已经被整合到官方的新闻文化中，大多数街头小报依然达不到宣传主管部门所公布的舆论导向标准。于是，新闻管理部门试图同化、阻止和压制它们。比如，1992年“周末版”兴盛以后不久，新闻管理部门下达了一系列指导意见来整合小报这一“倡导社会主义精神文明的重要前沿”，并要求它们“积极倡导爱国主义、集体主义和社会主义思想”(中宣部，新闻出版署，1994：152—153)。然而，很多“周末版”仍然保持着“黑、黄、假”的特色，并继续违反党和政府的出版准则与宣传纪律。

总而言之，主管部门对小报的控制手段多以宣布规定、周期性打击活动和偶尔将某些小报停刊等为主。差别化的报刊控制(中心紧，边缘松；政治问题紧，软新闻松；党报紧，其他报纸松)说明小报在非政治领域有着相当的自由。官方通报批评、关闭报刊，或者罚款已经是对小报编辑和报社最严厉的惩罚了。

那么街头小报描绘了一个什么样的社会？它们怎么描写各种社会群体？它们以谁的名义在说话？

■ 有钱人

私人飞机和游艇正在进入一些家庭的生活。在北京、深圳、青岛、大连、杭州……甚至美国、瑞士、法国和澳大利亚，“大款们”购买着内设游泳池、健身房和网球场的豪宅别墅。他们一晚上输掉上万块钱时甚至连眼睛都不眨一下。在婚礼上他们把成堆的钱撒向客人，赢得新娘们的一个微笑。他们比赛着把钱砸在大街上。他们飞往不同的城市去与情人幽会，还经常出国去见外国情人。他们在澳大利亚打猎，瑞士滑雪，夏威夷冲浪。他们为妻子和情人买价值几百万元的珠宝。他们的妻子会花费几千元做发型，而妻子们搂着的小狗都价值成千上万。

这一段描述出现在1998年一个冬日我在杭州的长途汽车站买到的一份明显没有刊

号的小报上。这篇文章接着透露了这些大款如何靠合法与非法的手段发迹,却没有任何批评性的反省文章。一篇评论将当前的经济制度解释为“人为财死,鸟为食亡”这一谚语,同时它也将自己作为能引起人们致富欲望的手段来兜售。

这份小报对富人生活方式充满向往和崇拜的描述,以及对“不择手段致富”的心态和手段的正面表达显得有些极端,也有小报以“客观”的笔法宣布富裕“阶层”在中国崛起这一事实。比如,《吉林科技报》“生活版”的三篇文章统一刊登在这个大标题下:“一个富裕阶层已经在中国出现”。其中一篇描述当前中国人的收入差距正以“惊人的速度”扩大,但它并没有用轰动性的大字标题来突出收入分化本身或这种分化的程度(根据这篇文章,中国贫富差距已经比美国还大),而是直截了当地采用大标题来宣布富人阶层的产生。另两篇文章解释了富人的构成与他们获得财富的方法,其中包括了有些人“敲诈和剥削其他社会群体”这样的非法手段。《中国商报》1998年7月26日“社会周刊”以赞许的口气描绘了国有企业的经理和董事会成员如何将自己从“工薪阶层”变为百万富翁和股票持有者,并声称这些变化反映了新的社会价值取向,以及社会奖励这些人的理所当然。

此外,富人们还通过在北京王府饭店购物走廊中购买欧洲的“奢侈名牌”,以此炫耀他们所占有的财富。1998年7月30日《北京经济报》周末版刊登了题为《谁害怕“超级名牌”的天价》的封面特写,它栩栩如生地描写了王府饭店专卖店和它的常客。1990年代初,中国游客漫步欧洲的首都城市,他们一掷千金的购物行为让当地商人目瞪口呆。于是,欧洲“奢侈名牌”涌向中国,并找到了最热心的消费者。这里,一个皮箱60000元,一件冬季外衣30000元,而一把伞价格超过3000元,一条毛巾超过2000元(1999年官方公布的城市居民贫困线在大多数主要城市都低于200元一个月)。而且,中国的暴发户正透过购买奢侈品的方式来获取文化资本,以求欣赏最精美的欧洲设计之中所蕴含的深刻的审美价值。这篇文章区分了两类富人:第一类是白领专业人士和真正的企业家,他们令人尊敬且值得拥有财富,第二类是傍大款的年轻女人和“喜欢花公家钱”的人,他们声名狼藉且不值得拥有财富。该文甚至还提供区分只逛不买的人和真正的买家之间的标准:“真正的买家拥有对商品价格不屑一顾的独特气质,这是其他人无法模仿的”。

在富人中令人羡慕的还有儒商——这个新的身份认同融合了资本主义与传统上轻商但已被修改重建的儒家思想。这些有文化教养和政治头脑的儒商既未忘记社会责任,也未丧失平易近人的优良品质。1997年10月号的《特区文摘》在头版故事里声称“中国最富的人用超过一半的时间来研究政治”。这篇文章将《财富》杂志所说的中国首富楼忠福视为偶像,赞美他精明的商业头脑与他的人生格言:成功的中国企业家首先必须懂政治。对楼忠福来说,掌握政治意味着在风云变幻、难以预料的政策走向中掌握主动,培养与政治保护人的关系,而“政治经济学”则意味着利用对政治的了解来赚钱。楼忠福很节俭,全力奉献给他的企业,而且以苦行僧般的品位和生活方式闻名,这不同于那些欧洲“超级名牌”的鉴赏家,也不同于那些仍然需要依靠炫耀性消费来展示财富和确定社会地

位的消费者。他对自己及其追求充满自信：“我赚的钱越多，我就对物质的东西越不感兴趣。虽然我仍要策略性地考虑成本和利润，但利润不再是我的终极目标。我渴望能不断超越自己，为社会创造更多的财富”。楼的这番话包含了这种思想：即通过调用政治资源积累起来的财富会变成一种利他主义的资源、个体自我完善的途径以及对社会责任的承担。

富人同样也为最终实现中国的强国梦提供了象征性的资源。比如由大连市妇联主办、市面上相当畅销的《现代女报》，在1999年5月3日的“社会周刊”花了整整一页报道中国极少数的“飞哥”。他们是中国首批获准驾驶私家飞机的41人，而更多的人因为政府许可的限制不能享受这种自由。这篇文章指出拥有私家飞机在发达国家是“平常现象”，因为私人飞机在那些国家如蜻蜓一样多。文章预测，学习如何飞行将成为中国下一个时髦潮流，而一旦政府放开民用航空，增加雷达服务，“私人飞机会像蜻蜓一样飞过我们的天空”。该文章将这个特定群体成员称为“飞哥”，并含蓄地演绎了“赶超发达国家”的主题，以此建构了民族主义的框架，让女性读者不仅将这些有钱男人认同为实现中国强国梦的英雄，而且认同为中华民族大家庭中自己的“飞哥”，从而幻想着最终将与其一道过上富裕生活。

当然，并非每一个富人的故事都是关于鉴赏欧洲高雅文化、表现儒家风范、展示国家民族富强和表达手足情谊的，富人也并非总是令人羡慕的对象。有故事报道了令人争议的牟其中（他曾入选《财富》杂志富豪排行榜而后以诈骗罪被起诉），并提出了赚钱目的与手段的问题。这些故事表明，在“最富的人”和“最大的骗子”之间，在儒商和劫掠公共财产大搞金钱崇拜的疯子之间，界限并不是那么清楚。儒商的对立面是自大、无知、堕落，又经常违法的“大款”。高度说教的新闻故事谴责着这些大款，并且说明金钱不能带来幸福，一心追求财富如何是死路一条等老生常谈的道理。《贪婪，掘墓者》、《破碎的金钱梦》、《一个女大款的自我毁灭之路》、《女大款200000元不能买来激情与爱》、《三亿六千万元铺就疯狂女大款的死亡之路》这些耸人听闻的大标题也强调了主题。倘若说财富在一些生活类报纸里是幸福和地位之源，那么在另外一些故事里，它却代表了悲剧、犯罪与邪恶。

堕落女富翁的形象则带有强烈的性别歧视意味，并具有更微妙的邪恶感。因为“大款”这个字眼被事先编码为男性（“男大款”听上去有些别扭），女性和富人之间的任何联系都是耸人听闻，通常也是负面的，这使富有的女性成为典型的“小报人物”，她们不择手段致富。年轻工人廖珍引诱了厂长，用她的身体换取他的权力，又把这种权力转换成为金钱。在1998年6月29日的《大陆桥报》里，廖被塑造成在这个性—权力—金钱三向交易中的共谋者，而不是牺牲品。在一份没有日期的《农村医药报》中，吉林女人韩玉姬是一则长篇故事的主人翁。她从街头小贩起家，到后来成为成功的商界女性。但她的金钱梦偏离了方向，最初她只想借一些钱来资助她的制造业务，之后却开始了大规模的非法募捐骗局，并在一夜之间变成“超级富婆”（在这里，“婆”的言外之意是没有魅力而又张狂

的女人，而非年纪大)。文章说，“当理性被金钱腐蚀，最初那个勤恳善良的韩玉姬就不存在了，留下的只有疯狂，她得了‘金钱症’”。为了掩饰她欺骗的阴谋，韩将她原先的商店改为陈列馆来纪念她的企业家精神。此外，她获得了大量的政治头衔，其中包括“模范女企业家”、吉林民营企业家协会与吉林省妇联的领导职位。韩甚至在被调查的时候仍然相信金钱的魔力，最终被判死刑。

即使富裕的女性角色避免了自我毁灭，其他因素也会破坏她们的生活。毒品、赌博和其他女人是最为常见的威胁。异常貌美的年轻歌星潘若兰不惜一切代价，抵挡了金钱的诱惑与男性的强权。当有大款愿意出60000元命令她唱一支歌时，潘回击了对她自身的侮辱并赢得了观众的广泛尊敬。但是另一个女歌手吸毒成瘾，并嫉妒潘不断增长的收入，于是引诱潘吸毒。不过，当她从第一次吸毒中恢复并重新出现在饭店酒吧时反而更受欢迎了。为了从她身上榨取更多金钱，饭店女老板先是与她结拜姐妹，后来又引诱她再次吸毒并提供毒品。最终潘身无分文，为了两包白粉而卖出自己曾经竭力守护的处女之身。更为悲惨的是，那个卖给她毒品而又占有她“初夜权”的男人正是当初因为她吸毒而逮捕她的警察！文章这么叙述着：“当他带着淫笑剥光了若兰最后一件衣服时，他快速将裹着红色丝绸的手枪拔出塞到枕头底下”。而当女老板无法从日益憔悴的潘身上榨取更多的钱财时，她将潘卖给了地下妓院。

郑慧芳是1998年5月14日另一小报报道中的主要人物，而她面对的又是另外一系列的问题。郑是安徽农村妇女，在中国东北经商致富。正当郑与她的丈夫田富贵在春节期间回到家乡并准备建造梦想中的房子时，田开始赌博了。郑要干涉，但田的同伴怂恿他要像个真正的大款，要有男人样。田边殴打她边叫喊，“我现在有钱了，我想干什么就干什么！”郑觉得金钱是她悲惨生活之源，于是烧掉了所有积攒下来准备盖房的钱。后来，这对夫妻到广州赚了更多的钱。另一个春节来临时，郑让田先回家盖房子。当郑从广州回来敲她新房的门时，迎接她的是刚刚和她丈夫上了床的、骂骂咧咧的女人。疯狂之中，郑砸碎了所有家居用品，然后一把火烧掉了新房。

倘若在小报中占支配地位的是将变了味的金钱梦个人化的故事，1998年8月30日《报刊文摘》头版文章则从平民的视角嘲讽富人的“贵族式生存”，并将大众批评与摆阔和特权联系起来：

电视广告里女士们告诉孩子们喝“王子奶”。地产商在报纸广告中许诺“贵族特区，皇家风范”。一个人必须饮“豪门”牌啤酒，穿“老板”牌套装。“小王子”在“贵族”学校培养；购物在“精品店”。先别夸你的“牛奶浴”：我还有价值百万的黄金床。

这篇文章用流行的笑话强调了“贵族式生存”的庸俗：一个“大款”的儿子问他的爸爸他们是什么“民族”，爸爸一本正经地回答说，“贵族”。

有两篇文章直接质问了知识精英有关高薪养廉的提议，由此表达社会平等的愿望。

1998年2月28日源于西安《健康导报》增刊的头版文章这样评价高薪养廉这个提议：

与现实、国情、群众脱节。它忽视了我们仍然是发展中国家和仍处于社会主义初级阶段。它忽视了仍有超过六千万人口生活在贫困中，数百万人被拖欠工资，上千万失业和下岗工人，还有千千万万无力负担学费的孩子。在这种情况下，高薪养廉的政策会给党和政府带来严重的影响。

值得关注的是，该文虽然承认了贫穷的存在与社会不平等的现状，可在结尾处肯定的不是公平原则本身，而是党和政府的利益。^①

■ 下岗工人

在“富裕阶层”兴起和国有企业经理变为百万富翁的同时，成千上万的工人经历了经济与社会错位。宣传主管部门的当务之急正是对有关这个问题的媒体话语及其政治正确性进行严格管理。官方宣传指导意见强调要承认问题，倡导不蛊惑人心而又富有建设性的新闻报道，并且要求媒体多做关于政府努力实现再就业的报道。例如，1998年5月22日《杭州日报》头版就刊载了关于宣传部门在再就业问题上如何坚持正确舆论导向的报道。而小报对下岗问题的处理也异常谨慎，这与它们惯常的煽情与耸人听闻的新闻风格大异其趣。不管是由上至下的压力，或是统治精英与小报编辑在利益与报道视角上的共谋关系，关于下岗工人的小报话语充分说明了它们认可与维护现存社会秩序的特点，在很多方面它们还反映了新自由主义意识形态视角。

小报解释了人们致富的原因，可是它们对于下岗的宏观政治经济原因或是下岗的微观政治意涵却都含糊其辞，一笔带过。援引1998年8月1日《购物导报》“下岗专刊”的话，“下岗是既成事实……上帝在90年代将一把利剑高悬于中国工人头上”。在其他地方，这张报纸挪用了另一种隐喻修辞：“从40年的梦中苏醒，在社会主义中国门口我们突然遭遇到失业这个不速之客”。虽然大多数文章将下岗看做超出工人们控制范围的事情，但不少文章仍然将工人下岗的原因归咎于工人自身，通过唤起对社会主义的记忆建构了社会主义梦想渐入歧途是因为工人阶级工作伦理退化的叙事：

我们还记得著名的劳模和早些时候社会主义的主人翁们。在他们的影响下，各行各业的工人们将努力工作作为格言。在很短的时间内，刚刚经历上百年战火摧残的新中国见证了巨大的变化。但仅仅几十年，工人们热情工作过的工厂已经变得完全不同：上班铃声响了整整一小时之后，工人们仍然在陆续进入车间；车间里大家成堆地打牌、下棋、织毛衣……我们的主人翁们已经退化

① 具有讽刺意味的是，1999年6月政府公务员的工资上涨了35%到50%。

了！我们的主人翁们砸掉了他们自己的铁饭碗。

更阴暗的想法是将失业看做社会发展不可或缺的因素。在上述同一期《购物导报》增刊中，另一篇题为《中国需要鲶鱼效应》的文章引叙了一个民间故事来解释赤裸裸的市场竞争和失业的优点。这个故事说的是聪明的渔夫为了让他的沙丁鱼保持活蹦乱跳，就在大桶里放入一条鲶鱼。因为害怕被鲶鱼吞食，沙丁鱼被激起了求生本能，一直到鱼市都活蹦乱跳，所以它们总能被渔夫卖个好价钱。文章然后说：

改革的过程需要一些企业破产，这样能让其他企业感到生存压力。（它）也需要让部分人下岗，这样对在岗的是一个威胁从而促使他们更加努力工作。（它）也需要让一部分人先富起来，这样穷人就会有奋斗目标。竞争是不讲感情的。它是血淋淋的。不是你死就是我亡。（斜体为原文所加）

没有其他言语比此文更能阐述新自由主义市场竞争的逻辑与长处了。在这一逻辑框架下，下岗工人作为劳动大军的“后备军”，在市场经济的有效运转过程中是必然出现的社会群体。倘若对那些值得拥有财富的富人的正面描述欢庆了有产阶层的兴起，在这里，“血淋淋的”市场竞争逻辑本身被直接断定为自然法则，而工人已然失去了作为社会主人的主体性，被剥夺了对社会发展方向的把握能力以及参与社会运作原则的制定权力，所以，他们只有像沙丁鱼一样的被动求生本能。

然而，下岗工人毕竟需要被重新整合进新的社会秩序当中，而“街头小报”也尽其所能。虽然它们有负面报道的倾向和特点，但在这个话题上的正面报道却占据了小报的主导风格。政府会议和机关通知这种最不可能出现在小报里的内容反而常常出现在小报的大标题中。政府权威部门和社会各界都在关心下岗职工，宣布优惠政策并提供支持。最妙的是，如一条标题所声称的那样：《国内下岗，国外就业》。而另一标题宣传：《美国职业专家说：下岗没什么大不了，它是全球潮流的一部分》。的确，既然是“全球潮流”，就没什么值得大惊小怪的，更没有理由追究具体责任了。

一般情况下，报道正面模范人物这一主流媒体的新闻风格难以出现在街头小报中，相反，那些偏离社会常轨的人通常统领着小报故事的角色谱系表，而对世风日下的谴责才是小报常见的新闻主题。但是，对下岗工人的报道却着实是一个例外。有不少长篇报道，其中包括第一人称叙述（虽然有一些文章显然不是工人自己写的），都做了各种类型的正面典型报道，比如下岗工人屡遭挫折，却不断激励自我、动员自我并最终成为成功的企业家。由于大多数下岗工人是中年妇女，她们也成了小报故事的主角。《现代女报》在1998年夏天开办了特写专栏，整版描绘“下岗家庭”。新闻大多有一个令人振奋的标题，比如《自己的未来自己做主，我不再害怕》和《努力寻找就业机会，我对未来充满信心》，这些新闻讲述了她们如何成功转型的故事。与那些自我毁灭的“富婆”相比，这些下岗女工善良、现实、开朗，能够主宰自己的命运并充分利用现有条件。

1998年7月24日《现代女报》中的故事主角姜凤荣就是这样一个范例。她于1995年下岗，同样下岗的丈夫把家里所有积蓄都赔在股票市场上。于是姜挑起了整个家庭的重担。她先在酒店里找到了打扫厕所的工作，在工作测评中得到全优。她丈夫瞧不起她的工作，反而想通过贩黄相对容易快速地赚到钱，结果他被捕并被判刑三年。姜丢掉了在酒店的工作，之后去照看一个生病的老太太，其他很多人嫌这种工作太脏而不愿做，只有她一口应承下来。老太太去世后，姜来到农村在她哥哥的温室里工作。作为曾经拥有高度觉悟的工人，姜明白“知识就是效率，科学就是金钱”。她开始用科学知识培育新型水果作物，取得了比她保守的农民哥哥更好的成绩。她成功地重塑自己，成了真正的企业家。当她再次出现在曾经当过清洁工的酒店时，她与酒店的副总谈着水果供应的合同。

虽然细节上有所变化，这些故事的寓意是统一而简单的：没有什么可以害怕！下岗是痛苦的，但也是一个机会。中国工人没有什么可以失去的，失去的只是他们在国有企业令人不快的工作。他们可以在市场上斩获名利。

倘若这些下岗工人的角色有任何性格弱点的话，那就是她们的依赖感及其对稳定工作、福利保障和社会地位有所期待的陈旧观念。于是，政府号召她们进行心理调适，降低期望值，接受低薪水、低地位的工作，并在“社会主义市场经济”新的劳动分工中找准自己的位置。倘若富人同时是小报中享乐主义者的羡慕对象与平民主义者嘲笑的目标，那么下岗工人就是小报中心理咨询和思想工作的对象。这样，小报发挥了重要的意识形态角色，对社会底层人们而言，它们润滑了经济两极分化这个痛苦过程，同时将社会分层问题转变成个人心理问题。1998年4月4日《中国社会月刊》之“中国家庭”版的首页文章这样问道：上海的下岗工人已经解放了她们的思想，将成千上万的外来女民工赶出了家政服务市场，为什么北京的下岗工人不能改变观念，降低社会地位意识，也从事家政服务呢？这一连串说服工作的最有力表达是1998年第24期《报刊文摘导报》刊载的一篇广泛传播的文章《书记为我擦鞋！》。该文讲述了山西省委书记胡富国参观由下岗工人组成的擦鞋小组，在让他们擦了自己的皮鞋之后，也提供了同样的服务，并赞赏了劳动的美德。

正如小报中没有有关下岗工人集体抗争的报道一样，几乎也没有报道关注他们的困境、沮丧和愤怒。一篇关于下岗女职工自杀的报道是样本中41篇下岗故事中的唯一例外。它在前述《购物导报》增刊的“下岗专页”中打头。文章的处理方式强调了小报关注社会稳定而信奉市场自由主义的意识形态。鉴于小报倾向于充分利用女性与死尸等话题来制造耸人听闻的“猛料”，《下岗女工自杀》会是一个理想的小报标题。不过，文章使用了《选择死亡》这一新闻标题，它既带有悬念，却又未强调死者身份和突出“自杀”二字。毕竟，下岗不是一个可以过分渲染的话题。事实上，下岗工人自杀这样的事实甚至在小报标题中都不能得到直观的表达，同时，报纸也一反常态地在标题中隐去了死者的女性身份。报道正文夹叙夹议勾勒了在新年前夜上吊而死的下岗女工张敏的命运。文章描

述了她人生中遇到的机构与个人怎样一个接一个地辜负了她。她原来的雇主是这个拥有“相对不错的福利体系”的国家中的一个无良坏蛋,没有给予任何赔偿金就解雇了她。第二份工作的同事仅仅因为她曾经是下岗工人就冤枉她偷窃财物。她的第三份工作是帮一家人做家务,但是那家人的儿子碰巧和她自己的儿子在一个学校念书。张的儿子被这个地位优越的同学欺负和侮辱之后,请求其母亲辞掉工作。同时,张的丈夫和另一个女人有染而与她签字离婚。根据这篇文章的说法,所有这些因素都导致了张的死亡。但在结尾处,该文责怪张自身的性格弱点,并号召数百万下岗工人树立“正确的思想观念”：“虽然社会的同情与支持很重要,但人们没有这些也必须生存。为了生存,每一个人都必须依靠他自己！张敏死了。希望我们中间那些还在困难中挣扎的人能得到教训。”此处,文章征用了马克思之语,以求拯救那些可能成为张敏的人们。可是,报纸征用的却不是作为马克思主义者和在《共产党宣言》中让全世界无产者联合起来的马克思,相反,这份报纸引用了据说是马克思说过的一句话来启迪中国工人,并把它放在版首,由此建构起“下岗专页”的意识形态框架：“人生就像海洋。只有那些拥有坚强意志的人才能到达彼岸”。在改革开放时代中国小报的生活哲学说教里,马克思俨然成了新自由主义意识形态的精神领袖！

农民、流动民工和罪犯

虽然我可以找到 41 篇关于下岗工人的故事,有关农民和农民工作为社会群体的报道却少之又少。城市偏见在主流媒体中尚不少见,农民的状况在 1990 年代街头小报里的边缘性角色就更不令人惊讶了。农民以如下身份出现在少数几则简短的新闻摘要中：腐败地方官员的牺牲品、保护他们自身合法利益的社会成员,以及作为国家专政对象的暴民。在 1998 年 5 月 22 日《钱塘周末》头版所报道的一个案例中,一群农民因为镇政府随意征税而将它告上了法庭。这篇文章将这起案件表现为法律的胜利,并且证明农民增强了法律权利的意识,在政治上成为成熟的守法公民。而在 1998 年 7 月 30 日《法制文萃》所报道的罕见案例中,农民们组织起来反抗地方政府乱征税。报道以 17 名农民组织者被捕开头。由于他们建立了非法组织,举行了非法集会,在现存的政治机构之外行动,于是他们成为“一股邪恶的封建力量”,并发展成为暴民和破坏性势力。

更多的报道将流动农民工作为一个社会群体。1999 年 5 月 15 日《皖江商报》的特刊在一页关于打工者(一个指代劳工的流行词汇,但不含与“工人”或“劳工”有关的政治意涵)的报道中,刊载了一位年轻民工的第一人称自述。但这是对农民工及其流动经历非常抽象而理想化的描述,可能出自一位来自农村的大学新生之手。作者展现了完美的“流动个性”,这被现代化理论家勒纳(Lerner, 1958)认为是农民克服落后进入现代化所必需的重要特征。作者希望成为城市居民,但他更想建设自己的家乡。他流动的目的在

于“解放我的思想……开阔我的视野，学习先进的技术”，他还打算回家乡“建造工厂，培植果园，养殖鱼虾”。民工作为农村发展的行动者这一理想角色在该文中得到了完全的体现。第二个题为《民工有了新观念：学技术比赚钱重要》的新闻故事提供了一组理想化了的流动农民工群体素描：他们在城市里忙着上夜校，在技术教育上从不吝惜钱财。文章没有说明普通民工一天工作多少小时，收入多少，更没有表明他们是否有充足的时间、精力以及收入来上学。

没有出版时间的一期《大众健康报》中的新闻讲述了一个这样的灰姑娘童话：一位受压迫的农村女性克服城乡差别，走上了解放之路。16岁的姑娘杜鹃为逃避包办婚姻从南方农村跑了出来。在北方的公共汽车站，她被骗卖给了一个老头做老婆。她再次逃跑并遇上了王青，后者是一名女军官，也成了杜鹃的救命恩人。无私的王青帮她找到了看护孩子的工作，在这个工作没有了之后又将杜带回自己家，并每月付100元让她从事不那么累的家务活。更重要的是，王向杜展示了自强之路：“倘若一个女人要在社会上立足，她必须要有一技之长”。于是，杜在王的指导下学习了多种技术并改变了自己的命运。她彬彬有礼的谈吐与风度让她获得了一个公关管理工作，尽管她的梦想是最终成为老板。

然而，其他故事展示了农民工们更具威胁的形象。在一个例子中，房地产开发商雇用的农民建筑工人像暴徒一样，与城市居民就房屋工程产生了直接冲突。他们被视为威胁城市居民生命与财产安全的乌合之众。在其他像年轻保姆引诱城市雇主家男人的故事中，民工们被塑造为破坏城市社会生活和家庭结构的不稳定因素。

当然，小报也会偶然地代表民工这个群体说话，并投身于提高民工福利的活动。有一些文章同情民工恶劣的生活条件、悲惨的社会和文化生活，以及无法拥有城市户口的现状。1998年8月14日《东方周末》中一篇文章讲述了几个年轻女民工婚姻与爱情的经历，尤其是遭受城市男人性剥削的惨痛经历——这些城市男人受到她们身体的吸引却又觉得她们的社会地位低人一等。钱东东就是这样一个牺牲品，她为躲避农村传统的婚姻模式而逃入城市，最后却在和一个城市工人的两性关系中饱受虐待。更糟的是，她陷入了疏离的城市而找不到任何社会支持。当她向丈夫单位的领导投诉他和其他女人的不正常关系时，领导回答说：“没什么大不了的，十个男人九个色”。她想离婚，但当地民政部门拒绝处理这个案子，因为她没有城市户口。

哪怕有人碰上运气“成功”地获得了城市男人无条件的爱，她也会觉得生活的艰辛。1984年赵永高考落榜时，她背着两袋米踏上了去北京的火车，她所有的梦想就是过普通城市女人的生活。她在做家庭服务员时拼命工作，努力取得大学文凭，后来在一个文化单位当了临时工。在那里，她安静的个性和不寻常的流动经历吸引着张彬——一个北京知识分子家庭出身的大学毕业生。赵深知她和张彬之间门不当户不对，于是便逃离了他的爱，辞去北京的工作到南方做了售货员。张继续追求着她，两个人最终结婚了。1995年赵通过她的公司在南方得到了城市户口，但不是在北京。1998年赵在城市已经过了

14年漂泊的生活。她哭诉道,“十四年!十四年!什么是户口?看不见,摸不着,谁能告诉我什么是户口?”

农民和民工并非作为有着共同社会利益和问题的社会群体而得到小报的普遍关注,相反,他们往往出现在道德故事里,更经常在犯罪故事里以个人的面目出现。在这些故事中,他们是落后、狭隘、残忍、无理性、贪婪的法盲,他们能对家人和其他人实施各种暴行。从“兽性丈夫切下妻子的鼻子和脸颊来下酒”到“女人,犯下强奸罪”,这些没有在主流媒体中展现的扭曲的人类关系——苦难、血腥、复仇、愚昧——都在小报里得到了详尽的描述。小学教师在教室里经常强暴女学生;丈夫为他做妓女的妻子拉皮条;母亲协助她做妓女的女儿勒索嫖客;妻子为拯救婚姻给丈夫献上处女。更糟的是,这些牺牲品甚至都不知道他们的悲惨之源。1998年7月3日《河北商报》增刊中一个曲折故事里,河南葛楼村的居民被描述成不可救药的一群农民。1997至1998年间5个6岁男孩神秘死亡,没有人将这些报告给警察,村民们相信是上天在召回这5个6岁孩子。当局外人叫警察来调查时,他们拒绝合作并继续请求上天的宽恕。真正原因是村里一个妇人谋杀了这些孩子,作为对他们家庭的报复。小报新闻里,这些故事所呈现的“未开化”状态中的农村转型社会是无知、犯罪和黑暗的王国。

关于下层阶级的小报故事充斥着性和财产犯罪等话题,典型的情节是一个无耻的女农民工用身体来换取金钱,然后又去抢劫或谋杀,或者她自己成为谋杀的牺牲品。与《安全导报》1998年第33期增刊为这些人设计的努力工作,赚老实地,然后“回家,结婚,建立幸福的家庭”道路相反,这些人憎恨工作,用她们的青春和美貌作赌注。另一典型情节围绕着年轻男民工单个或者有组织的集团犯罪,他们的特点是贪婪、道德沦丧以及不择手段寻求致富。故事叙述通常在“正义/邪恶”的框架内展开,并号召人们恢复道德秩序,保持法律秩序。1998年5月16日《西藏青年报》增刊的一篇文章在分析了一个由农民组成的高速公路抢劫团伙的犯罪轨迹及其心理轮廓之后,得出这样的结论:

个人价值体系的崩溃是导致这些亡命之徒行为的主要原因。在他们眼里,发财致富的政策是不够的。抢劫是上天命令的快速致富方法……扭曲的个人哲学导致违反法律和道德败坏。但是,人不能成为邪恶的人,人不能干魔鬼干的事,人也不能有强盗哲学。这些抢劫犯的命运给了我们其他人最好的警告。

农村贫民缺乏经济机会,流动民工缺乏工作机会,他们在城市地区恶劣的工作条件与微薄的工资,能够提供有效支持的社会机构的缺乏,这些因素都甚少提及并被视为导致犯罪行为的可能的宏观结构原因。一些故事则公开指责了财产罪犯和当妓女等越轨行径,指出“勤劳致富之路是充满希望的金光大道”。

上述从个人道德沦丧的角度来建构犯罪故事的描写与下面对“东欧妹”卖身经历的描述(《青年参考》1999年4月23日)形成了鲜明的对照。文章这样开头:

自从东欧政府更迭，经济面临着痛苦的转型，社会严重两极分化。那些不能通过正常手段摆脱贫穷的人们将目光投向国外，尤其是相邻的西欧。虽然男人们可以找到工作，女人找到正常工作的机会微乎其微。很多年轻女人被不法人贩子所骗最后成为妓女。

这一文章解释了事情的来龙去脉，并将其融入宏观社会背景，鼓励读者反省社会结构。与此相反，关于中国农民和民工这些社会“越轨者”的小报故事却是个人化、煽情化与常规化的。我的意思并非是说对于犯罪的关注是不正当的，也不是质疑把农民和民工“过分表现”为罪犯。但是，这些特别类型的犯罪故事将更深层的社会分化问题转换成个人性格、道德、法律和秩序的问题，因此说这些故事带有强烈的保守主义政治与社会含义毫不为过。

犯罪故事，尤其发表在那些公检法机关“法制类”报纸上的故事，它们以耸人听闻的犯罪故事与对执法部门英勇高效的赞美这两者的融合为主题。虽然1997年开始在法律执行机关内部进行的反腐败行动增加了对司法系统滥用权力的曝光机会，犯罪故事的基本结构并没有发生改变。它们不是站在被害者的立场上为正义呼喊，反而通常在案子已经结束后才加以报道，以佐证正义得到了伸张，典型的叙述方式是在开头或结尾描绘罪犯被逮捕并得到了惩罚。另外，不管是完整的叙述形式，还是个人化的情节或谴责性的语言都没有“鼓励对于社会和政治结构的反省”（Sparks, 1992: 41）。犯罪报道制造恐惧和焦虑，它们要求严厉的惩罚，它们与权威部门从1990年代中期开始发起的法律“严打”政策的社会意识形态基础遥相呼应，潜在地有助于建构一种“威权共识”（authoritarian consensus），这是霍尔等人（1978，另见 Gerbner, 1995）在有关犯罪新闻的经典研究中论及的专有名词。民粹威权主义（populist authoritarianism）是许多传媒体系中以市场为导向的小报新闻业的共同话语模式（Sparks, 1992；另见 Hallin, 2000c）。看来中国小报也不例外。

小报在说些什么

中国的大众报纸迎合了高度分层的读者群。读者当中有经济改革的受益者即专业人员与管理精英，也有城市中产消费者，他们获邀沉浸在消费的快乐之中，并将自己与西方中产阶级的生活方式相接轨。1992年后，越来越多的报摊出版物服务于这个读者群，这是中国大众报纸的一个重要发展。消费主义是都市街头报摊重要的大众经验。“我们现在已经接触到了西方生活方式，我们也要享受它”（Eckholm, 1998），《精品购物指南》这位热心读者向《纽约时报》的表白清楚地表达了这一强有力的冲动。虽然高跟鞋与牛仔褲一度作为反叛社会主义国家意识形态和价值观念的文化象征而流行，但在中国从短缺型经济迅速转化为过剩型经济，以及政府倡导的消费主义的背景下，读者关于天价名牌钱

包的体验讲述的不再是当年高跟鞋牛仔裤如何挑战禁欲主义文化的个性解放叙事,而是有关地位与特权的故事。它包含了商品拜物教的意识形态。^① 正如 Richard Ohmann (1996:348—349)所述,这种更广泛意义上的意识形态比起狭义上的意识形态是更重要更强大的社会整合力量。

倘若消费和生活类报纸帮助建构城市中产阶级的自我认同,并提供了一个公共论坛让富裕消费者讲述他们的消费经历并欢庆他们的地位与特权的话,被认为是低品位的“街头小报”的主题与社会导向则更加复杂。在小报故事中没有单一的、系统的、有意的、连贯的声音,这里存在着音量大小不一的各种声音与层层叠叠的不同意义。它们含糊不清而又互相矛盾,从不同方面应和、折射和调节着官方话语与大众的实际意识,并携带着不同的政治意义。

在某种层面上,可以认为小报故事在理解现实社会时相当意识形态化。按照汤姆普森(Thompson,1990)有关意识形态的定义,这种意识形态化是指它们包含的意义服务于建立和维持不平等的社会权力关系。个别非法致富者作为个体尽管受到谴责,但这些先富阶层作为经济上获得优越地位的社会群体,不仅受到称赞,其生活方式也受人追捧。不仅仅“阶级”这个词是禁忌,富人作为一种经济与社会类别也以高度民族主义化的字眼得以编码:社会主义中国现在正颂扬着那些登上《财富》杂志排行榜的“自己的”财富英雄和民族资本家。

小报叙事中也有反对经济特权与摆阔的平民主义成分,甚至也提到非法暴富者对他人的剥夺。但是几乎没有对社会中不平等现象的恶化与阶层分化加剧等现实做出批判性反省。社会分析的话语回到马克思之前的时代。一条“人为财死,鸟为食亡”的谚语将人类简化为追求财富的生物,并解释着整个经济系统的动因。一则寓意不言自明的“鲶鱼效应”民间故事宣布了市场竞争制度的优点。下岗是上天的意志,而下岗过程本身是国际潮流与走向繁荣的手段。虽然亲民的政府、各种社会机构、杰出的个人都在竭尽全力提供帮助,但对那些已然失去固有的经济与社会地位的人们而言,唯一的救赎之路是他们的生存意志,那些克服了他们自己心理障碍的人才能名利双收。在这个转型社会秩序里,通过钻政策空子和结交政治后台来追求财富是实用的“政治经济学”。民工在小报中得到了一些同情的处理,可是在更多的情形下,小报传达的是他们对城市社会的威胁性,以及将他们想象成潜在的街头暴徒成员。上海下岗工人如何从劳动市场上把民工赶走这一正面陈述,以及民工们重返乡村的期望,都展示了分明的社会等级秩序和城乡差异。

农民和流动农民工最主要的新闻角色是罪犯——规训和惩罚的对象。下岗工人和流动民工的故事没有批判性地反省他们的生存状态及其目前的社会外部条件,而是从个

^① 如本书第2章所述,“意识形态”这个词含有一系列有用的含义,我也在分析中应用了不同的定义。要了解对这个特定定义和其他相关定义的分析,见 Eagleton, 1991; Thompson, 1990.

体层面描述他们对自身社会存在的“不当超越”。过去的下岗女工讲述她们变成商业老板的成功经验，农民工梦想当他/她回到土生土长的村庄成为老板，变成公关经理的农村女孩也把当老板作为最终职业目标，可见，商业企业家是毫无争议的文化英雄。通过市场实现个人与社会发展的观念，赶上西方国家的民族主义意识形态，相信知识的工具理性的启蒙思想，对法律和秩序的强调都深深根植于许多小报故事中。

从定义上说，小报长于个人化，弱于分析性。也许我们不期望小报能够指出，通往财富和将国有企业经理变成百万富翁的“金光大道”，也是让工人们纷纷下岗和一部分人走上犯罪的同一条道路。^①但这并不能解释为什么一位下岗工人的自杀没有在标题中得以突出与渲染；这也不能解释为什么公平的观念需要借用党和国家利益的措辞来表达。对下岗工人的报道，对两种农民集体行动的区别对待，以及对东欧妇女卖淫故事的描写方式，都暗示了街头小报在很多方面或多或少折射出了占主导地位的精精英的霸权话语成分。它们比通常的假设有更强的官方特征。虽然在某些方面它们可以破坏党的宣传规则，但在其他方面它们更经常地延伸了党报话语并强化了主导意识形态。官方颇感困扰的并不一定是具有颠覆性的。比如，小报的“文化品位”不高，在渲染性与暴力问题上经常出格，但它们在有关社会的核心政治经济关系问题上却一般采取保守的态度。再如，权威部门不喜欢犯罪故事因为它们暴露社会阴暗面，也可能会诱导犯罪行为。但它们可能会有另一功能：让充满紧张与冲突的社会对它的病态症状进行一种宣泄。此外，这些故事既有法制案件故事的导向，又有道德的谴责与规范说教，可以被视为支持现状的话语表达。因为规范看上去并不是一个阶级强加于另一阶级之上，而是把自己表现为能同样应用于一切事务的常识(Fiske, 1992)，从道德上解释下层阶级的犯罪故事有助于掩饰不平等的政治经济权力关系。

而且，正因为小报新闻的作者和编辑都受到商业动机驱使并精明地意识到自身脆弱的制度基础，他们往往集中于安全和方便的题材，比如容易从警方得到的下层阶级的犯罪故事。由此，犯罪故事和它们支持现状的取向，既是小报市场结构使然也反映了小报作者和编辑明显的意识形态意向。也很有可能作者援引官方话语并不是为了更有说服力，而是作为一种防守性的修辞策略来包装叙事方式，使其吸引读者而成为主要卖点。

最后，虽然街头小报的边缘状态给予它们更多机会刊登犯罪与具有人情味的报道，这种相对自由也让有着精英统治和市场威权主义倾向的小报作者和编辑来倾泻他们自身对下层阶级的恐惧和偏见，或是更自由地表达市场改革受益者的观点。与官方大报相反，小报作者和编辑可以更公开地宣称工人阶级要为他们自己的困境负责，更自由地欢呼下岗的好处，因此小报包括了将市场经济“法则”普遍化和自然化的新自由主义精英的声音。尽管街头小报卖给较低阶层的读者，但它们出版于文化企业家之手，不管关系如

^① 我借用了 Stuart Hall 等人(1978)所说：问题是使穷者愈穷(或使罪犯去犯罪)的“现有状况”，恰恰是使富者愈富(或使遵纪守法的人想象倘若对罪犯个人的惩罚足够严重，犯罪的社会原因就会消失)的同样状况。

何松散,它们与党和商业报刊的联系仍然紧密。尽管少数作者可能出身草根阶层或与草根阶层保持联系,但他们中很多人也不太可能与下层民众紧密相连,或抱持改善他们命运的稳定而明晰的政治立场。从他们的故事判断,街头小报没有充分反映下层社会群体的视角,更枉论那些利益受损群体的沮丧、抗争和政治觉悟了。鉴于此,街头小报在政治控制和市场约束的双重压力之下无法成为政治意识的批判性论坛自然也就不足为奇了。

但是,在其他方面(虽然程度要轻得多),一些小报确实反映了大众的关注,包含了大众意识的碎片。虽然赞美富人及有关下岗工人和农民工超越自己的社会地位而爬上社会台阶的故事符合官方话语,它们也可能表达了这些群体中很多人的真诚愿望。富人故事的另一面,即金钱不能带来幸福的鲜明主题,也可能在大众意识中产生共鸣,而读者能潜在地带走这些故事“跑”向不同的方向。这可以被视为对一种顺从的表达,对那些社会底层的人们满足于自身现状的号召。同时,这些关于经济地位优越者自我毁灭的故事给读者提供了偷窥的快感,清楚地表达了一种平民主义的大众道德批判,即对普遍盛行的金钱崇拜道德体系,以及对1990年代“市场社会”急剧形成中出现的社会公平缺失和道德失范提出批评。虽然“致富”的乌托邦(作为含蓄广泛的叙事框架)和它的反面乌托邦(在个人的层面上)在小报故事中得以表达的程度不同,但很可能它们都有大众的基础。

同样的矛盾也适用于性别维度。小报以高度性别化的方式理解社会分层,同时反映了性别歧视和性别平等这两个主题。此外,这些自我矛盾的主题与大众情绪、官方宣传口径和新自由主义视角之间有着不同的联系。有人可以责怪小报关于致富女人的标题有性别歧视意味,但像“女大款”和“富婆”这样的字眼的确是流行词汇。同样,围绕着潘若兰的美貌和贞洁(因此当这些被毁掉时更为悲惨)所展开的戏剧化冲突反映了中国社会根深蒂固的男权中心视角。虽然郑惠芳的故事仿佛暗示了男权制是她生活困境之源,年轻流动女性为了经济利益勾引(城市)男人的故事仍可以让城市男女都产生共鸣。这样的叙事对男性读者是一种自我合理化,而对城市妇女而言,能方便地将来自农村的女性当做自己丈夫真实或可能的背叛行为的替罪羊。一方面,小报话语总是妖魔化女性流动人群中从事性工作并谴责她们的道德破产,却不是指出男权制社会和城乡差别是性交易“欣欣向荣”的潜在原因。另一方面,对农村流动人口应得到城市户口的呼吁通常基于流动女性“攀上”城市男人所产生的问题(流动男性几乎没有机会娶到城市女性,因此问题不从他们那里产生)。然而,城市下岗女工需要依靠个人意志来重新建立自我这种观念所蕴含的性别潜台词则有着另一种曲折之意。这里,官方关于女性需要自强不息的性别平等话语,与市场自由主义将个人(应该是性别中立的)看做自主的经济行动者这种话语缠绕在了一起。

对道德的强调也是一个复杂的现象。如前所述,犯罪故事不但拥有商业动机,也在意识形态上与政治权威主义相吻合,但是小报呼吁道德也有它自己的文化逻辑。正如 Ci Jiwei(1994:115)所述,计划经济时代的过分之举是使道德隶属于政治,甚至简化为政治。“政治工程是一切;它的崩溃自然使所有一切,包括道德和它一起崩溃”。而在改革年代,

道德又成了市场的牺牲品。这样的背景下，道德说教故事和有关恢复道德的呼吁在社会上有着强大的大众吸引力，它超越了关于不同社会群体的故事，是对目前社会失范和道德瘫痪的大众反应。

小报既不是挑战主流的“替代性媒体”，也不是麻醉大众的“新鸦片”。小报是不同社会意识碎片的不均匀混合体，而这些意识是中国特色社会主义意识形态版图中特有的。作为复杂而矛盾的社会转型过程中的文化产品，它们的市场权威主义倾向维护了支配性的社会秩序，同时，它们也不能不在某些方面折射出人们真正的欲望与需要，还有他们在这个历史生命过程中的体验。

第 13 章

“入世”:全球化、强国梦与中国报刊关于 WTO 的话语

任何隔绝与分离一些区域的尝试都越来越意味着这些区域将处于被全球系统更为野蛮地支配和削弱到无力而贫困的状态。(Hardt and Negri, 2000: 284)

加入世界贸易组织(WTO)和申办 2008 年夏季奥运会是中国媒体在世纪之交的两大叙事主题。这两大事件——尤其是“入世”——作为中国与全球资本主义整合的里程碑,对于中国与急剧变化的全球秩序而言都有深刻意义。从跨国公司到中国的领导层,从富足的城市消费者到贫困的内陆农民,他们的政治经济利益无不受到影响。因此,中国媒体关于“入世”的话语表达,可以作为个案来研究媒体话语背后隐藏的政治与社会意识形态取向。倘若中国媒体在结构上已在一定基本政治经济框架内日趋多样化(Chen and Lee, 1998; Wu, 2000; Zhao, 1998),那么这种多样化结构如何表现在话语层面上?倘若中国传媒系统已经淡化甚至摒弃了社会主义国家意识形态(Z. He, 2000),那么它又在拥抱什么新的意识形态取向?同样,倘若国家宣传因商业化、全球化和新技术等因素的冲击而日渐衰微(Lynch, 1999),哪种替代性的社会力量继续发挥作用?谁在中国媒体发出声音,谁没有?本章以报纸为例,通过分析中国媒体关于 WTO 的话语来探讨这些问题。这里必须说明的是,本章并非简单和就事论事地研究媒体的控制或开放机制,而是将这种机制在媒体呈现方面的表征置于更大的社会背景之中加以考量,即各种利益群体在事关中国社会根本走向问题上的话语权的社会分配。

研究设置

首先,需要对 WTO 做一简单介绍。1948 年中国在国民党政府统治时期就已经成为关贸总协定(GATT)的缔约国。1949 年,中华人民共和国成立,奉行社会主义意识形态

与计划经济,并谴责 GATT 为“资本主义俱乐部”,于是 30 多年间新中国一直未加入关贸总协定。实行改革开放政策之后,中国经济逐步与全球资本主义体系相接轨并被整合其中,正式加入这个世界贸易机构成为中国政府的当务之急。中国政府将 GATT/WTO (GATT 在 1995 年被 WTO 所替代)成员资格与一系列经济利益挂钩,比如美国给予的最惠国待遇,多边贸易争端解决机制,更多外商投资和出口机会。除此之外,加入 GATT/WTO 还与中华民族历史上的耻辱相联,GATT/WTO 的成员身份与恢复中国在国际体系中的“合适位置”和获得“新的国际地位”(Harris, 1997:137)联系在了一起。从 1986 年 7 月中国正式申请恢复在 GATT 中的缔约国地位到 2001 年 11 月 10 日多哈会议上被批准加入 WTO,历时长达 15 年。随着 GATT 被 WTO 所取代,中国报纸也将“入关”改为“入世”。“入关”中“关”代表“关税”,其言外之意也可为“关口”、“关节”甚至“机关”。而“入世”字面上就是“进入世界”,暗示着中国的重新崛起和对全球主义理想的憧憬。

尽管对美国“9·11”恐怖袭击事件的更多关注在一定程度上遮蔽了媒体对中国漫漫“入世”之路最后几个里程碑事件的报道,但中国的“入世”故事仍然充满了戏剧性。重要事件包括:1999 年 4 月朱镕基访美,1999 年 5 月导致中国反美情绪高涨的美国轰炸中国驻南联盟大使馆事件,以及其后几个月中美 WTO 谈判的搁浅。中国“入世”事件的高潮无疑是 1999 年 11 月 15 日中美签署关于中国加入 WTO 的协议,毕竟,美国作为全球超级大国在中国“入世”问题上实际拥有真正的否决权。有鉴于此,本章分析将集中在 1999 年 11 月 11 日美国贸易谈判代表到达北京进行最后一轮中美关于 WTO 的双边谈判,至 12 月 10 日这 1 个月的时间段。^① 本章旨在定格 15 年中高度流动的媒体话语中的重要片段。这也是 WTO 历史上大事频繁的一个月。该月中旬,中国就加入 WTO 议题与美国签署了历史性的协议,从而提高了这个贸易组织的合法性,并强化了它所体现的新自由主义全球化议事日程。月末,WTO 在西雅图召开重要的部长级会议时,当地爆发了大规模的反 WTO 抗议活动。虽然抗议并不特别针对中国“入世”,但它可以考验中国报界在 WTO 问题上对替代性声音——具体说,国外反新自由主义全球化话语——的开放和包容程度。

本章研究的 11 种报纸包括 3 类核心党报(《人民日报》、《光明日报》和《经济日报》),4 种面向特定目标受众的对象报纸(《中国青年报》、《工人日报》、《农民日报》和《中国妇女报》),以及 5 种市场化导向的报纸(《北京青年报》、《中华工商时报》、《中国证券报》、《中

^① 我还从人民日报社网站上搜集了范围更广时间跨度更长的数据,这包括从 1999 年 11 月 16 日到 2001 年 3 月 16 日关于 WTO 的 460 多篇报道。经过初步分析,这份数据和本章一个月的数据没有任何显著的区别。

国经营报》和《南方周末》)。^① 本章以话语分析为主要方法,搜集、编码(code)、分析了499篇新闻报道、背景分析与评论,从中厘清并解读各种话语元素,如:潜在与显在的内容、主题导向、新闻来源、呈现方式、分析单位与修辞策略。^② 本章对各类报纸的话语异同给予了特别的注意。另外,在2000年12月,我还采访了十几位报纸编辑和媒体学者作为文本分析的背景资料。表1显示了全部新闻稿件的分布情况。

表1 相关文章在所选报刊中的分布

党报	文章	特定目标受众指向的报纸	文章	市场化取向的报纸	文章
经济日报	66	中国青年报	35	北京青年报	89
人民日报	38	工人日报	22	中华工商时报	86
光明日报	36	农民日报	19	中国证券报	56
		中国妇女报	11	中国经营报*	28
				南方周末*	13
小计	130		87		272
总计			499		

* 周末报

WTO 协议:签署了,庆祝了,但是谁知其内容

中美 WTO 协议的主要故事线索包含了三个部分:从1999年11月11日至15日的谈判;11月15日协议签署(签字仪式,中美发布新闻公报,江泽民会见美国贸易代表团);背景、评论、各方反应与关于WTO影响的分析。除了新闻长度有所不同,所有报纸几乎一字不差地刊登官方新闻稿,关于江泽民会见美国贸易代表团的新闻尤其如此。《人民日报》的新闻最长,《农民日报》只刊登了一条标题新闻:《国家主席江泽民会见来北京参加中美WTO谈判的美国政府代表团》。所有报纸为这个“双赢”的协议欢呼雀跃:这不仅仅对中美双方都有利,而且也是中国早就理所应得的。

党报和针对特定目标受众群体的报纸关于谈判的消息虽然不多,但是11月16日这

① 从严格意义上讲,《北京青年报》(共青团北京市委机关报)和《中华工商时报》(全国工商联会的机关报)也都是“针对目标对象的报纸”。它们与一般目标报纸的区别在于它们在商业上取得了更加令人侧目的成绩,并且其目标受众群分别是已获得经济与社会权力的社会集团——商业精英和城市年轻中产阶层。同样,《中国证券报》和《南方周末》都下属于传统党报——前者是新华社主办,后者是广东省委机关报《南方日报》的子报。《中国经营报》,一份商业上成功的北京周报,最接近“半独立”、“非官方”的报纸。名义上与中国社科院的一个研究所有隶属关系,它实际上是中国为数不多的民营报纸之一(这份报纸的最初投资来自创始人和编辑)。鉴于在广州出版的《南方周末》被广泛认为是全国性报纸,我的样本报纸名单是全国性的而又以北京为中心。本章力所能及的范围迫使我省略了报纸的地区差异这一重要层面的分析(Chang et al., 1993)。

② 本章的分析以话语分析为主,也关注一些基本的定量维度的描述。有关话语分析的方法与运用,见 Hall(1975), Gitlin(1980) and van Dijk(1988)。

天,它们都在头版用大篇幅登载了相关新闻,不过,《农民日报》仍然比较低调。以市场化为导向的报纸对谈判与协议签署的反应可谓兴奋异常。由于谈判本身的保密性,记者栩栩如生描绘着能观察到的谈判,以及抢新闻过程的各个细节——从美国首席谈判代表 Charlene Barshefsky 的丝巾到一个女记者脱掉高跟鞋去争夺关于签字仪式的新闻,不一而足。正如表 1 所显示,市场化报纸明显比党报和针对特定目标受众的报纸刊登了更多相关新闻。11月16日《中华工商时报》用了前4个版面33篇稿件来报道中美WTO协议,这几乎是《人民日报》整个月的报道数量。《北京青年报》在11月16日的“WTO特刊”中用通栏大标题和大幅照片来营造戏剧性的效果,以表达极度兴奋之情。渲染性的大标题横跨1版与4版:《签了!中美入世谈判》,《签了,这是一个双赢的结果》,《签了,这是一个历史的选择》,《签了,这是一个冲刺的时刻》。该报同时也突出了另一面:赋予高度官方的事件以非官方的色彩。刊在头版的特写照片展现了以下画面:一位外企老板与他的中国雇员正在北京 TGI Friday 餐厅干杯庆祝这一喜讯。倘若中国领导层的目标是将WTO协议推销给大众,这张报纸无疑是明星推销员。

但是谈判协议都包含些什么内容呢?这个新闻故事最重要的部分——谈判协议的具体内容,却很难在整个报道中找到。在媒体呈现中,投入这么多精力、意义与情感的协议竟然变成了一个空洞的符号!尽管它的条款涉及的中国在主要经济领域内的关税递减与市场开放等政策,势必影响到中国农业、电信业、金融服务业、声像产品等行业,并且在未来很长时间内会影响到每一个中国人,但是,中国政府在谈判之后没有透露任何协议内容。党报和目标报纸没有发布关于谈判内容的任何信息。《北京青年报》对于协议激动不已,却也对协议内容本身缄默不语。《南方周末》在11月19日的封面故事上,大胆地提出了政府没有透露协议内容的问题。它从业界的角度呼吁:“所有中国企业必须要有一种紧迫感,现在正是‘竞争总动员’的时候了!但是没有信息,不能了解形势怎么能进行这种竞争呢?”即便如此,它也仍然没有把协议内容放在显著位置,而只是在21版(23版也有一小段)一篇记录美方在京新闻发布会的文章中透露了美国贸易代表团所发布的英文稿内容。基于同样的英文新闻稿,《中国证券报》将协议内容藏在11月17日8版的右下角,而《中华工商时报》则在同一天把一条234个字的有关协议内容的新闻埋在2版的一个角落里。

把新自由主义全球化当做中国的归宿? WTO 与市场法则

对WTO协议实质内容的总体忽略,对丝巾、高跟鞋等花边新闻题材的津津乐道,这些新闻作品表明,中国报刊没有发挥至关重要的信息提供功能。同时,报纸需要积极培养全社会对这个协议的支持,需要扮演传统党报角色中集体鼓动者的角色,为中国“入世”后的社会经济变化做好舆论上的准备。新闻报道相当明显地融合了中国决策层关于

WTO 经济影响的主旋律:机会与挑战并存,但机会多于挑战,或按照报纸里的陈词滥调来说:有利有弊,但利大于弊。没有一篇报道质疑“双赢”这个基调,也没有一篇评论指出协议的具体长处。报道重点在于详细阐明官方口径:我们成功签署了协议,而且它符合中国的经济现实。大多数分析文章依据国际专家的意见与非常肯定的语气,来列举 WTO 对中国经济可能带来的种种益处。其中,“国际经济权威机构”是最重要的事实来源,比如 WTO 会拉动年均 3 个百分点的 GDP 增长。虽然有报道承认,某些经济领域在短期内会受到负面影响,但新闻报道的主导性框架是用各类抽象字眼表达“总体利益”,如“国家利益”、“中国人民的利益”、“中国的根本利益”,或“中国人民的长期利益”,以及像 GDP 增长之类的经济指标。例如,《中国证券报》用整整一页刊登国务院发展研究中心关于 WTO 影响的研究报告摘要。头版头条称,“入世将产生巨大的效率收益”,但是,淹没在里页的统计数据却是另外一番景象:“农村居民是明显的输家”,当城镇居民收入增长 4.6% 时,农村人口的收入将下降 2.1%。为了展示报导的倾向性,我们不妨想象如下两个可能标题,它们看似令人震惊但确也符合报道内容:《入世会加大城乡差别》,或是《入世使城市人受益,农村人受损》。WTO 协议尽管使特定阶层受益,可报道却把特定阶层的利益表达为全体人民的“共同利益”。我在这里假设的标题之所以不可想象,并非因为它们缺乏真实性和有效性,而是中国报业特定形式的意识形态框架使这样的标题成为不可能,或者说,不便于言说。^①

反驳是新闻话语的另一常态。事实上,作为正面断言 WTO 益处的另一种方式,这正反映了国内有些人对“入世”后经济前景的某种犹豫与不确定感。比如,没有一个国家的经济曾因加入 WTO 而崩溃是新闻报道中经常出现的论点。同样,以下的否定式标题也可为证:《入世:中国汽车产业不会输》,《保险业不害怕入世》,《音像业不惧怕入世挑战》,《寻求保护无疑是自杀》。其他文章开始动员全国加入新自由主义的全球竞争丛林:那些获得市场成功的企业被刻画为模范;那些即将开放的产业表达了必胜的决心。最典型的处理手法是在标题中加入一些动员性的话语形态:《中国汽车企业:我们有信心》,《上海汽车企业必须战胜自己,发出自己最强的声音》。

可是,“入世”不仅仅是一个商业故事,这个词汇也不仅仅是一个缩写。对中国报刊话语而言,“入世”有其字面上的意义:“入世”就是重新进入世界,成为国际社会和“文明社会”的一部分。倘若按照冷战意识形态的修辞(中国报纸似乎已经将其内在化),中国没有获得 WTO 成员资格,就意味着被放逐在“文明社会”之外,甚至游荡在黑暗之中。WTO 会员地位不仅关系到中国参与全球贸易规则制定的权利,也关系着中国的地位、名声、愿景以及她在世界上的尊严和国家身份认同。正如《工人日报》(11月24日,第2版)所说,获得 WTO 会员资格实现了“中华民族复兴的伟大使命”,即“强国梦”。WTO 就是

^① 这种霸权与西方自由报业的霸权有显著不同。《金融时报》可以刊登题为《抗议者/活动家称协议为“穷人的灾难”》的报道来描述多哈协议(2001年11月15日,第6版),并和详述协议条款的主要文章放在一起。而中国报纸不习惯直面社会利益冲突,也不可能产生这样的报道。

中华民族的圣杯,经过13年努力,中国已经跨过了最高的“门槛”——与美国签约,从而克服了最大的障碍。正如《人民日报》一张充满寓意的绘图所隐喻的那样,尽管在最终到达鲜花装饰的大门之前中国还要通过更多关口,但一旦中国进入大门,整个民族就会得到救赎,重见光明。11月19日《南方周末》的一条新闻《入世迎来了阳光灿烂的一天》似乎正有此意。

对WTO的去政治化、自然化与常规化等新闻处理方式则深藏在这些话语之中。这一点也表现在对WTO背景资料与中国“复关”/“入世”历史的叙述上。首先,很少有文章具体地、历史地或从政治经济角度分析GATT/WTO体系及其背后冷战与后冷战时代的资本主义全球经济秩序。背景材料通常用专业术语将WTO描述为良好的、竞争有序的、透明的、高效而公平的国际组织。它不再只是“富人俱乐部”,而已经是成员国的“保护伞”,发展中国家能通过WTO机制来保护它们自己的利益。例如,《人民日报》将WTO定义为一个“促进经济和贸易发展,提高生活水平,保证充分就业,保护真正收入和有效需求的增加”的国际组织,并且,WTO还“合理使用全球资源以符合可持续发展的目标”(11月16日,第2版)。

这些报道在构建中国与GATT/WTO的关系时,系统地抹去了中国长达半个世纪的历史——从中国革命到社会主义建设时期的国家意识形态与实践,从冷战到中国在GATT/WTO长期缺席的历史与意识形态的原因。《人民日报》的《WTO大事记》文章开头如下:“最初,中国是GATT的缔结国。新中国成立后我国于1984年11月获得GATT观察员的地位”。《经济日报》(11月16日,第4版)与《中华工商时报》(11月15日,第1版)的类似报道甚至都没有提到1949年新中国成立这件事。此外,从1950年“中国退出GATT”到1982年9月“中国申请观察员地位”,这段时间成了一个无法描述的黑洞,似乎中国与世界资本主义经济秩序之间在意识形态上的分歧从未发生过,中国也似乎从未追寻过其他的民族发展之路。正如《南方周末》另一条标题所说《入世,别无选择》(11月26日,第14版),或者,如《中国青年报》(11月18日,第2版)所称,处WTO之外意味着不时髦,不主流,在大门之外,正道之外。

对1949年至中国改革开放前国际国内政治经济历史的省略完成了至关重要的意识形态的重新组合。因为WTO代表了全球社会的规范与立场,它倡导的市场法则将成为中国的规范。尽管有关中国是“发展中国家”,以及参与WTO如何能使中国“更有效率地为公正公平的全球经济秩序说话”(《人民日报》,11月25日,第7版)这样的陈述里,偶尔支离破碎地隐含着“发展中国家”的视角和对不平等全球经济权利关系的关注,但是在铺天盖地的报道中,压倒性的主题却是关于中国应如何通过遵守全球市场的法则而融入世界文明主流。由此,《人民日报》的这条评论标题《入世:适者生存的动力和威胁》(11月22日,第10版)则不足为奇了。该评论强调中国只有加入WTO才能引进业已建立的国际市场法则。也许《南方周末》这则意味深长的标题更令人玩味:《WTO想帮助中国改革》(12月6日,第6版)。

这些不是抽象的话语,而是具体的议程。比如,强化民营经济和弱化国有经济,这可是在市场化报纸中得到最清楚表达的主要议程之一。《中华工商时报》尤为明显地拥护这种观点,并欢呼“人世”将推进国内私有经济领域的发展与对内开放(重要领域对私有经济开放)。例如,明星记者胡舒立在该报的一篇报道中调动了一大批国际经济学家的观点,以支持她所代表的中国民营资本的立场。她引用了一位美国经济学家的话:“中国必须下决心培育非国有经济,现在就改革国有经济,否则将不符合加入 WTO 的要求和步骤”(11月29日,第2版)。《人民日报》的评论似乎同意这个观点:“人世”最重要的影响将体现在国有企业改革上,因为外部压力对破除国有企业改革的僵局“极有价值”(11月22日,第10版)。主要报章都一致同意市场将给中国带来福音,比如西方商业社会中透明的游戏法则等,而这将有助于根除中国的腐败。

但是支持 WTO 的话语内部存在着根本性的差别。党报含糊其辞地将 WTO 的影响局限在经济领域和国有企业改革上。市场导向的报纸则含蓄地提到 WTO 会员地位的政治意涵,从而更直接地表达了商业精英与自由主义知识分子的热望。对这些报纸而言,加入 WTO 不仅仅意味着市场法则的引入,更意味着“制度”——这个字眼代表着至高无上的私有产权与自由民主制度——的引入。《北京青年报》这样写道,“开放使中国经济上接受了市场体系,政治上进入民主和法制的轨道。我们遵循了国际惯例”(11月27日,第10版)。实际上,在“人世”话语中还有更为激进的自由主义既定议程:要废除被认为威权政治体系的经济基础的公有经济。当然,这些没有能在报纸上公开发表(He, 2000a:91)。新自由主义全球化不仅仅是从外到内的压力,国内精英也借用外部力量来促进与实践其特定的政治经济转型战略。

■ 救赎“上帝”:等同于股民与富裕城市消费者的“老百姓”

虽然市场化报纸有所克制,不敢直言倡导全面私有化与自由民主,但它们还是超越了市场经济促进民族复兴的话语,将“人世”与日常生活联系起来。比如,《北京青年报》开设了热线电话回答市民们关于 WTO 的疑问。党报使用像“中国人民”的“根本利益”这样的抽象概念却从未进行过详细的解释,而市场化报纸则以替“老百姓”说话为口号,在分析文章中使用“我们”或“国人”,特定目标受众报纸也是如此,只不过程度稍逊一筹。但谁是“我们”?《中华工商时报》的“我们”——“中国老百姓”——包括“再也不需要挤在银行的小窗口之前看那些‘素质不高’出纳员的脸色”的投资者,“到(中国进入 WTO 的)时候,有钱的家庭将吸引大量的银行职员互相竞争来帮助你存钱和设计投资组合”;能负担个人与财产保险费用的个人;股票持有者,或“股民”(11月19日,第3版)。

《北京青年报》在回应一名读者关于 WTO 给“老百姓”带来的好处时,描绘了这样一个消费者天堂:

随着关税的降低,外国商品进入中国市场,价格将会大大下降。普通中国人将可以自由地把人民币存到外资银行,自由兑换外币;也可以到外资保险公司投保,获得外币的保险费;还可以到外资医院就诊,得到更好的医疗服务。外国农产品,小麦、牛肉、柑橘等将会以较优惠的价格进入普通百姓的家庭。电信服务、汽车销售等高档的消费项目的价格将会大大下降。(11月18日,第4版)

同一天的另一篇文章里,两位经济学家则从各自角度展望了一模一样的后WTO时代的消费者天堂。其中一位总结:“中国的老百姓将在中外竞争中真正享受作为顾客所应该享有的‘上帝’的权利。因此,可以说入世是中国老百姓——‘上帝’的福音”。11月19日《北京青年报》再一次勾画了同样的消费者天堂。这一次,这个天堂是用简洁明了的模式来表示的。这张报纸通过对“何为消费者天堂?”重复三次的方式,希望这种想象不但被读者接受,并且成为一种常识——它甚至设计了关于“入世”的益处和WTO协议内容的小测验。那些还半信半疑的读者可以听听经济学家胡鞍钢的权威声音:“‘入世’最大的赢家是12.5亿的消费者,消费者的福利将达到最大化。”令人印象深刻的是,已经加入全球知识精英阶层的胡鞍钢将自己不同于一般平民百姓的消费经历毫不犹豫地推及12.5亿消费者:“我刚刚从美国回来,从美国打电话到国内,一分钟要39美分,但打到香港只要每分钟9美分,加入WTO这种情况会消失”(11月19日,第10版)。虽然这位知名学者的个人经历和“入世”给他所属的社会阶层带来的好处自然是相关的,但问题是,谁,又有多少中国“老百姓”在打越洋电话?通常不太关注“股民”与富裕消费者的《中国妇女报》也加入了市场化报纸的行列,为专业人士和“股民”即将拥有的新机会与即将到来的消费天堂而欢呼呐喊。它的分析文章一律配有全称标题,如《中国人:入世后的生活》、《入世会给老百姓带来什么实惠?》,而它的观点则与《中华工商时报》与《北京青年报》高度一致。

与“双赢”这样的主题相比,对消费天堂的一致向往这一主题不太可能是宣传部门自上而下分派给各大报纸的报道口径,但它最突出,被新闻报道和评论广泛地视为常识与共识,积极推销给大众。市场化报纸尤其如此。这种消费主义的取向也出现在党报中,如《人民日报》声称的那样,“毫无疑问,最终受益的是消费者……他们会得到更高质量更低价格的产品和服务”(11月25日,第7版)。《光明日报》也称,“WTO有益于消费者作为真正‘上帝’的角色”。《南方周末》稍显例外,它采取了相对多维度的报道视角。关于WTO协议的一篇文章(11月19日,第1版)把“老百姓”当做可能会享有更多、更好、更便宜的外国产品的消费者的同时,认为“老百姓”也包括那些可能会因为国内企业在国际竞争中失败而丢掉工作的工人。它没有抽象地谈论“消费者”,而是将这种话语修辞具体化——它暗示WTO的益处与“那些想买车、上网、开外币账户的中国人”最为相关。在农产品方面,它提及,能消费高质量的外国水果和肉类的人主要是高收入阶层与高档餐馆,而只有这小部分人会感觉到“利益的增加”。

中国内部的声音:谁在中国报刊中发言

倘若新闻话语中的“老百姓”事实上意指“股民”和富裕的城市消费者,那么谁在报刊话语中发言?表2标明了3种报纸各类新闻来源所占的比例。

表2 三种报纸相关报道中新闻源数目分布及百分比

新闻源种类	人民日报	北京青年报	中国经营报
中国官员	11(11.5%)	7(5.6%)	1(2%)
国外官员	48(50%)	43(34.4%)	5(10.2%)
跨国公司发言人	36(37.5%)	11(8.8%)	10(20.4%)
中国商界领袖	0(0%)	33(26.4%)	21(42.9%)
中国专家	1(1%)	26(20.8%)	12(24.5%)
其他	0(0%)	5(4%)	0(0%)
总计	96(100%)	125(100%)	49(100%)

这张表很能说明问题。外国官员与外企发言人分别占了《北京青年报》和《中国经营报》新闻来源的43.2%和30.6%。而在《人民日报》中则占到87.5%,这颇引人注目,毕竟,《人民日报》的自我定位可是党和人民的喉舌。同时,《北京青年报》和《中国经营报》的新闻来源也深深依赖于中国企业领导人与有关专家(他们在前者中的比例为47.2%,在后者中为67.4%)。与此形成鲜明的对照,中国官员在这个表中没有占到很大比例。下面我们具体分析一下这些新闻来源。

1. 政治权力的声音与沉默的政治力量

由于“人世”新闻事关含有国际意义的双边协议,中外官员理所当然地充当了新闻中的主要定义者(primary definer)(Hall et al., 1978: 57—60)。从外国首脑到主要国际组织的高级官员都异口同声地庆祝这个协议;中国官员则局限在签字仪式的新闻中。中国官员和外国官员一样泛泛而谈——仅仅有江泽民关于“双赢”的点评,朱镕基就尽快结束谈判发出的呼吁,以及中国首席谈判代表石广生在签字仪式上的简短发言。在这里,中国领导层的沉默——他们没有透露关于协议的任何细节——其实可以被理解为最有力的表态。这种沉默有效地暗示,其他政府官员也应当保持沉默,尤其是某些经济部门的领导。

2. 专家的声音

虽然主要是政治高层在定义WTO的含义,但是,国内商界领袖还是经常被媒体要求从他们特定的企业和产业发展的角度来讨论WTO的影响。一大批专家,主要是知名大学和研究机构中的主流经济学家,与新闻记者一道充当着WTO协议的“翻译者”和次要定义者(secondary definer)的角色,把官方口径解释给报纸读者。与商界领袖相比,专

家学者拥有超出个别行业的权威,即他们可以从“全国”和“全民”利益的角度来阐述问题。如表2所示,市场化报纸广泛地采用了专家资源,这是中国新闻业务发展过程中一个新的现象。专家学者在传统的党的新闻事业中未曾发挥如此重要的作用。在传统新闻报道模式中,最典型的人物类型是各级政府官员(他们宣布和解释政策)和群众(他们热烈拥护并在基层实施这些政策)。但随着市场经济的引入与发展,以及都市职业精英的出现,党和政府越来越依赖专家学者所拥有的专业知识,来实现中国与全球“接轨”和现代化目标。各色专家在中国传媒上获得了明显的话语权。大部分知识精英与政治和经济精英结合,成为社会中占主导地位的利益集团的一部分,他们使用普遍化与合理化的语言,帮助佐证政府及其政策的合法性。同时,对市场化媒体而言,专家资源意味着可信度、权威性与某种相对于政府官员和企业家的公共性和独立性。

一小部分精英经济学家作为中国“市场社会”建立过程中的有机知识分子与“入世”过程中的宣道者,正面地评价着WTO及其中国“入世”之举——从对加入WTO后“十大好处”的长篇列举,到WTO可以救赎中国消费者“上帝”这类适合媒体引用的只言片语。但必须指出,中国报纸尽管舶来了引用专家观点的西方新闻专业主义规范,却很少遵循西方新闻的“平衡”传统,即同时引用对立双方的观点。此外,记者们往往对专家意见言听计从,而把自己仅仅看做是专家的简单传声筒。尤其是“单个专家访谈”这一流行的新闻样式给予专家相当大的话语权。然而,范围狭小的专家资源及其不受争议的观点意味着,有时候很难分清哪些属于半官方的意识形态宣传,哪些又属于“独立”专家的话语。《中华工商时报》11月16日的报道充分体现了这些专家话语的半官方性质,该新闻报道主要引用的专家是对外经济贸易大学的薛荣久。报道在开篇就专门介绍了薛的视角:

薛教授高度评价了中美达成的协议并相信这象征着中国改革和开放已经进入了一个新的历史阶段。他还相信不管是政府部门,企业还是个人都应该以积极的态度接受这个协定……薛教授指出,这个协议证明中央政府是负责任的政府。各级政府部门必须与中央政府保持一致,也就是说它们的行为必须符合协议中规定的中国的权利和义务……地方政府必须转变职能,政企必须分开,政府必须学会为现代企业制度下的企业服务,绝不能违反WTO原则。

在12月2日第2版的专家访谈中,薛教授重申他“超越个别利益”的立场:停止关于WTO协议是否有利的争辩,因为关于WTO对特定经济领域正面或负面影响的讨论不但没有必要,而且会“引起不必要的内部争议和反对意见”。薛要求人们不要再用“民族产业”这样的字眼,因为这违反了WTO的精神,在他看来,WTO的精神就是无论企业所有权如何都给予所有产业以平等的国民待遇。在这里,报纸赋予了这位经济学家与党和政府的权威完全一致的话语权威,他掌控着话语的限度与讨论的措词。

3. 跨国公司的话语

随着主流经济学家成为报章关于WTO话语的主要定义者,另一显要集团也开始走

到前台:跨国公司的外国与中国代表。像经济学家一样,他们不但成为报道的新闻源之一,也纷纷出现在独家特写或专访中(有时候这些特写会占用整版篇幅)。中美协议给跨国公司带来了实惠,所以跨国公司的管理层将这一事件变成公共关系的金矿,给他们喜欢的中国记者打电话发表观点,还给报纸提供大量的免费新闻稿。中国报纸不但忠实地刊登出这些新闻稿,还派记者采访跨国公司的首席执行官或中方代表,从而变成他们可靠的宣传员。“我非常非常高兴,不管从个人角度或公司角度我都非常兴奋”,这是11月16日《中华工商时报》一篇文章中美国某保险公司一位北京首席代表的话。

也许受机关报的报道定式的作用,《人民日报》往往刊载看似跨国公司宣传稿的报道,也会引用跨国公司代表的话。与传统宣传相比,虽然内容不同,但是,从报道程式角度,这只涉及报纸服务对象的转换——从服务于国内党政部门的宣传(但在“入世”这个问题上,如前所述,党政新闻源在很大程度上缺位)到服务于跨国公司的宣传。《经济日报》与《光明日报》也发了很多看似跨国公司的公关稿的报道。《经济日报》更进一步,对跨国公司管理层进行采访、特写报道,包括美国商界的总体反应(包括从摩根斯坦利、波音公司到大都会保险等各大公司的声明)。这些新闻所占比例超过了20%,高比例报道外国政府与非营利国际组织反应的新闻。

4. 工人、农民和民意调查数据

与以上形成对照的是,在党报与市场化报纸中没有一篇文章涉及到像WTO对中国工人可能造成的影响这样的议题,中国农民也基本在新闻报道中消失了。没有一个工人或农民被采访。在“入世”新闻报道中,他们不但不是说话的主体,甚至连象征性地被作为大街上的“民众”用来点缀一下民意的机会都极少。

前面提及的《南方周末》有零星的一些文章涉及“老百姓”关心失业等话题,除此之外,似乎只有一个13岁北京小姑娘的孤单声音使下岗工人成为报纸颂扬声中颇为刺耳的话题,从而提出了这个新闻记者和经济学家都似乎已经忽略的社会问题。显然,这个京城小姑娘地位优越:在私立的寄宿学校上学,和同学一块看电视,为写好作文拨打了《北京青年报》WTO热线,然后用电子邮件把这篇作文发给《北京青年报》的记者。小姑娘梦想在大学毕业能低价购买漂亮的进口车,她喜欢到国外旅行,想知道“入世”后是不是还需要护照和签证。同时她也表达了另一种关注:“但我也非常担心,现在下岗工人那么多,将来设备更先进,技术更创新,找工作的压力不就更大了吗?”报纸没有回应这个问题。^①

在所涉样本中,党报和市场化报纸没有一篇文章阐述WTO对农民的影响。《南方周末》有篇文章涉及农业。这篇文章与另外两篇关于经济题材的文章放在一块,表明中

^① 在11月21日第14版的一篇文章中,这张报纸为专业人才市场勾画了美好的图景。据说心理医生会特别吃香,因为“入世”后日趋竞争的生活方式会使精神疾病增加。尽管普通职工的就业机会将减少,同一天报纸第9版的一篇文章却说,后WTO时代对于中国经理们来说“年薪40万美金不再是梦”。

国农民的生计是众多民生问题中的一个。11月16日的《中华工商时报》清楚地显示了农民、农业与农村问题在它所建构的符号世界里的分量。因为“十亿中国人中上千万‘股民’最关心WTO”，报纸用整整一版的篇幅报道股票市场，而农业问题则蜷缩在另一整版有关WTO影响分析中的右下角(22.5英寸)；记者对股票市场以及欢天喜地的跨国公司做了大量直接、详细的采访，与之相比，这篇关于农业的豆腐块文章仅仅是新华社的通稿。此外，由于农业注定是一个边缘化和点缀性的题目，所以，在标题《农业：也必须动脑子》之下是这样一张小照片：堆积成山的橙子旁边蹲着一位面无表情的漠然的农民。图片下的文字如是解释：农民生产了大量质量不高的橙子，即使低价抛出，在市场上也销售不畅。原因在于，农民没有做好对果树的“计划生育”工作，而导致了高产量低质量。^①文章写道：“入世之后我们国家的农业会面临更激烈的竞争。农民兄弟们应该动动脑筋了”。中国日渐崛起的商业阶层的机关报就是用这样直截了当的冷漠态度和居高临下的立场，对待在他们眼里不知动脑筋的中国农民。

那么《农民日报》和《工人日报》，这两份对象报纸又怎样呢？除了重申官方关于加入WTO的愿望、必要性和不可避免性之外，《农民日报》的话语重点是农业本身，而非农民的福祉。政府官员和农业专家在承认WTO对农业形成挑战的同时，试图强调WTO对农业的正面影响。相当报道篇幅给予了来自海内外从事农业产业的人们，包括一名美国种子的中国代表，报道引用他的观点，称这是“公平竞争的良好开端”(11月20日，第7版)。没有任何报道从农民作为一个社会群体或是社会经济个体的角度，来阐述WTO对于他们的影响。

《工人日报》的动态新闻来自新华社，就连对于中国加入WTO合理性的解释也依赖于新华社统领全局的“国家利益”话语框架。这张报纸甚至还开办了特别专栏来“澄清思想”，以此批驳任何质疑中国加入WTO的必要性和迫切性的观点。其他自由撰稿人的文章多半以产业分析为主。与《农民日报》不同的是，《工人日报》发表了一些WTO对个人影响的文章，但它们没有将工人作为独有的话语对象——实际上，报纸同时针对“股民”和工人，这标志着前者在中国报章中所取得的话语强势地位。也许这张报纸11月21日第2版最能说明问题。打头的文章谈到“股民”以及WTO对他们的影响——标题写道，《入世让股民们忙起来》，文章结尾则希望“中国股民理性投资，获得满意的回报”。在整张报纸的报道中，下端角落里有一篇“本报记者”的文章谈到“入世”对“上亿工人”的影响。在我分析的近500篇文章中，这篇分为两部分的文章(第二部分发表在11月27日第1版)是明确针对工人(既是消费者又是工人)的唯一一篇报道，因此值得仔细分析。

作为消费者，中国工人也会走进市场化报纸所预想的消费天堂。事实上，这篇文章快速复制了市场化报纸关于“老百姓”就是富裕消费者的预言：拥有私家轿车不再是普通

^① 怨我“过度解读”，但是，这句话的确使人联想起中国精英对农民违反“计划生育”政策而大量繁殖“低素质”的人口的戚戚担忧。

工薪阶层的梦想,更多人能上网、享受数字音像和家庭影院,还可以购买昂贵的化妆品与名牌服装,“全国人”都可以吃到进口水果和食品。总之,通篇文章洋溢着对国外任何商品的渴望。这篇文章继续写道:“在国外轻松旅行,在外资银行储蓄,中国老百姓会享有外国人提供的更多服务”。那么,“入世”之后的世界究竟对工人意味着什么呢?与市场化报纸一道,《工人日报》召集了一长串权威人物来解释这个问题。谁在发出这些权威的声音?他们对工人有什么话要说?同样是那些被市场化报纸不断引用的商业领袖和专家,劝告工人多了解市场经济的优点,指导他们“对日益激烈和无情的竞争要有清醒的认识”,要有“紧迫感、危机感”,要学习工作面试技巧并不断提升自己。一位经济学家警告说,“倘若你只能拧螺丝钉,没有工作的可能性在未来社会可能会提高。眼泪是没有用的。市场不相信眼泪,只相信能力”。“为数不少的社会学家”也加入到这场有关市场竞争的新自由主义意识形态动员当中:工人们必须加强竞争意识,在城市里务工的农民则要提高他们的“素质”。更重要的是,“在未来社会,需要改变依赖政府和企业的心理”。在这一话语里,倘若后 WTO 世界是消费者的天堂,对工人们而言它却是适者生存的丛林,要尽快将自身重塑为自我发起和自我提高的新自由主义个体。不要对国家心存任何幻想,更别说工会的社会组织了。新闻没有采访哪怕一位官方工会代表或是劳动部门的官员,工人的权利在新闻中根本就不成为问题。表面上看,这篇文章的话语对象是工人,但是,隐藏在它背后的却是新自由主义的“市场竞争总动员”,以及对工人的话语规训。

既然工人农民占人口绝大多数,那么他们的意见和关注是否有可能出现在民意调查这一日益流行的新闻源中?未必。大多数的调查无意包括农村居民。这些调查多半在主要的城市中完成,而在城市中又通常从常住人口中抽样,从而自动排除了上亿的来自农村的“流动”人口。另外,很多调查采用电话访谈的方式,尽管 2000 年城市电话装机率平均值为 38%,却没有报道论及电话调查方法的有效性。报纸刊登的调查结果自然而然地显示了对 WTO 协议一边倒的支持。根据中国社会科学院对 1156 个有效抽样对象进行的“简短的电话调查”,《中国妇女报》(11 月 24 日,第 7 版)报道说,“几乎 99% 的民众支持‘入世’”。《中华工商时报》(11 月 29 日,第 6 版)根据一个商业调查公司的结果声称“‘入世’:中国公众的意愿”。报道开头以“大多数中国老百姓”的名义发言,但含有实际调查数据的第二段转而改用“市民”。《中国青年报》社会调查部给一些调查结果冠以这样的标题:《中美协议前后 WTO 在国人眼中》(11 月 27 日,第 3 版)。谁是“国人”呢?它指涉主要城市尤其是北京和上海的居民、企业家、有大学学历的京沪居民,还有一位北京大学的知名经济学家。

对西雅图反 WTO 抗议的报道

中国内部对 WTO 协议的异议虽然在报纸上明显缺席,但报纸在构建自己的话语时

仍隐晦地提到这些反对的声音。WTO专家薛荣久在11月11日《中华工商时报》头版新闻里指出,很多国家突然意识到让中国加入WTO的紧迫性来自于“这些国家注意到国内一些人有不同的观点”,他们担心将中国拒绝在WTO之外会逼迫中国改革走回头路。《中华工商时报》在同一版的另一篇文章中承认,加入WTO会给某些产业带来更多负面因素的看法在公众里有相当的影响力。另一位常被引用的经济学家盛洪也在《中国青年报》的文章中间接承认,有一些力量和倾向助长并制造了中美之间的“冲突和仇恨”(11月17日,第2版)。驳斥性修辞方式的普遍采用,加上前面提及的各种抢眼的表态性新闻标题——如《南方周末》的《开放:我们义无反顾》(11月19日,第1版)与《中华工商时报》的《改革不可逆转》(11月16日,第2版)——都暗示着在这个问题上暗流汹涌的国内争议。这种反对声音同时存在于精英阶层与民间。代表某些产业领域的政府官员担忧国际竞争压力的增加;也有观点认为,全球化掩盖了美国的世界霸权,接受资本主义全球化是对中国革命的一种背叛;民间流行观点觉得领导层对美国“太软弱了”。例如,有一位美国政治学者和汉学家就认为,1999年4月美国轰炸中国驻南联盟大使馆之后就有高官对不惜代价加入WTO的原则表示不认同,而倾向于就这个问题更广泛地征询意见(Fewsmith,1999)。不过,正如把WTO会员资格与自由主义民主相联系的自由主义观点没能在报纸上出现那样,这些反对意见也仅仅出现在内部讲话、限量发行的国内出版物、香港报纸以及互联网上。

那么,国内媒体是否报道了在西雅图街头得到充分展示的国际上对WTO的不同意见呢?总体而言,中国报纸几乎没有给予西雅图抗议活动任何关注。“抗议”一词几乎从未在报纸标题中出现,更遑论“反WTO抗议”之类的字眼。当然也有一些报纸,比如《北京青年报》,注意到了西雅图示威,但是,总体而言,报道将其边缘化,而且通过各种新闻处理手法使其看起来与中国无关。

第一,报道重点突出官方会议而对抗议示威轻描淡写。《经济日报》12月2日的处理就是一个极好的例子。题为《WTO西雅图会议开始》的国际版头条文章没有提到任何抗议以及抗议者对会议的破坏。然后,《经济日报》在另一则题为《西雅图处于夜晚宵禁之中》的短新闻里(比旁边一则关于罗马尼亚一建筑开发公司因劣质装修工程被罚款的新闻还短),报道了警察与抗议者的冲突,以及示威者堵住通往会场的道路以致会议延迟5个半小时的事实。

第二,报纸倾向于使用法制新闻,也就是本书第4章中所提及的吉特林所指的犯罪新闻的框架,来报道抗议活动。“合法争议”的框架基本不存在。当然,更没有新闻从认同抗议者的正面框架来报道。这从以下标题可窥见一斑:《西雅图进入紧急状态》,《西雅图警方设立“非示威区”》,《反WTO抗议难以控制》。另一常见的框架则是从会议组织者和参加者的角度报道抗议活动的破坏性。

第三,报纸贬低抗议者并将其琐碎化,忽略抗议活动的主旨。这些报道通常用贬损轻视的语言描写抗议者的奇装异服与滑稽举止,尤其是他们的暴力行径,却绝口不提标

语口号和抗议者所传达的信息。虽然《北京青年报》在一则新闻中承认抗议者指责 WTO “只满足了跨国公司的需要”(12月3日,第4版),但它很快就引用 WTO 总干事莫尔(Michael Moore)的话说,抗议者反对 WTO 就是在反对世界上贫困的发展中国家(这终于证明中国报纸还是有报道平衡意识的,只是,看来记者们只在不得不报道国际冲突时偶尔使用这种平衡术)。

第四,报道认定抗议活动受到“特定”利益驱使,并与发达国家的某些组织与政客有关。它们没有提到全球民间社会组织反对 WTO,也没有提到有发展中国家参与抗议活动。此外,报道提到虽然“大规模抗议活动表面上针对 WTO,但它受美国国内政治所驱使”,特别是美国劳工联合会和美国产业工人联合会的“职业政客们”(《南方周末》,12月10日,第3版)。

最后,有几份报纸通过对抗议活动的报道来嘲讽西方的“自由和民主”。《北京青年报》引用石广生的话说:“我们决不会让一些人所谓的自由和民主来干涉其他人的民主自由……一些人的‘民主自由’使会议代表没法出门,国际会议没法继续。我们确实不能欣赏这种‘民主自由’”(12月5日,第1版)。

然而,西雅图抗议事件也迫使中国报纸多少重新审视了它们所描绘的可尊可敬的 WTO。它也给这些报纸提供了一个间接对新自由主义全球化提出质疑的机会。有“发展中国家”视角的报道更多地关注了新自由主义全球化的负面影响、发展中国家与发达国家的分歧以及目前全球经济秩序中的公平问题。比如,《人民日报》将西雅图会议的失败总结为全球公平的问题,承认发达国家与发展中国家存在利益冲突,并认为在现有的全球贸易体系中,发展中国家受到了不公正待遇。它重新阐明了帮助弱小和扶持贫困的道义原则对于人类社会生存的重要性,认为新一轮 WTO 谈判必须使发展中国家受益(12月3日,第6版)。在另一篇文章中,《人民日报》注意到,虽然表面上每个国家在 WTO 中都有同等的发言权,事实上主要的经济发达国家仍占据主导地位;它还注意到全球化消极的一面,尤其不同国家之间和每个国家内部(包括美国)的贫富差别情况。它甚至引用了美国劳工方面的观点:全球化有助于大公司而损害工人的利益。《南方周末》也承认发达国家的利益决定了 WTO 的议程:“并不出乎意料的是,谈判的破裂被发展中国家视为一个胜利……这说明了 WTO 是多么不健康”(12月10日,第3版)。上述报道和话语都与早些时候中美双边贸易协议时媒体再现 WTO 的形象形成鲜明对比。

但是,对 WTO 的国际批评并没有与反思中国急于加入 WTO 这一事实勾连,在西雅图会议进行时,支持全球化与 WTO 的论述继续大规模地见诸报端,大量的文章继续支持新自由主义全球化议程,并进一步阐述中国加入 WTO 的益处。12月2日《北京青年报》刊登了题为《全球化不可阻挡》的头版文章,认为全球化的实质含义是“资本在全球范围内自由地流动,资本不受地缘、血缘、主权、技术、意识形态的限制,快速地超越一切屏障去获取最大利润”。该文承认全球化的负面影响及其引起的社会冲突,但认为全球化比起以“局部地区或局部行业利益”为依据的观点具有“更大的合理性”。

结论

中美WTO协议的签署是中国继续向市场经济转型和与全球市场经济整合的重要里程碑。可以说,中国顺利“入世”推进了新自由主义全球化议程。西雅图抗议虽然导致中国报刊上出现了少数对WTO和全球资本主义可能造成的负面影响的反思文章,但占主导地位的话语框架仍然是市场化与新自由主义全球化逻辑。如布洛维(Michael Buraway)所述,作为超越其他意识形态的“全球意识形态”,新自由主义不仅是“现实的神秘化”,并深植于经济与政治生活中,与“特定集团的真正利益”紧紧相联(2000:342)。以转型后的匈牙利为个案,布洛维点评道,“后社会主义的统治阶级失去了一种意识形态而需要另一种。强调市场万灵的新自由主义非常符合他们的目的,一方面使他们逃脱对经济失败与缺乏社会公正所应负有的责任,也同时悄无声息地重新建立他们的支配地位”(2000:342)。虽然中国的经济转型途径不同于匈牙利,从以上分析可见,新自由主义意识形态在中国有关“入世”的报道中也不是没有呈现。可以说,很多中国人,“尤其是已经学会在新的全球经济中‘飞翔’的成功的城市人,对它深信不疑”(Link等,2002:7)。市场化报纸在这方面尤其明显。它们的记者,它们访问的跨国公司和专家,还有它们关心的“民众”——聚集于TGI Friday餐厅的外国经理与中方雇员、股民、城市专业人士和富裕的消费者,这些新自由主义全球化的受益者都心悦诚服地相信,中国进入WTO是一种福分。除了“国退民进”的新自由主义经济议程外,规则透明的“真正的”市场经济在中国的确充满吸引力。反对WTO和新自由主义全球化的声音,哪怕远在西雅图,也逃脱不了被中国媒体边缘化的命运。可以说,在中国正式加入WTO之前,主导新闻话语就已深深植根于支配性的全球秩序中——从党报成为跨国公司友好的宣传渠道,到市场化报纸依赖美国方面发布中美WTO协议的具体内容,我们可见一斑。

正如报纸话语的暗示以及采访资料所证实的那样,中国官方权威机构没有及时透露协议的内容并严格限制任何相关的负面评价。一旦定下基调后,中国报纸,尤其是市场化报纸,便在实际运作中通过权威的国际新闻源、专家分析、市民热线、小测验以及调查统计等多种形式,从而与政府一唱一和,共同营造了一种WTO协议带来的“双赢”气氛。在“与世界接轨以此建设富强的中国”这种国家主义话语不容置疑的情况下,中国报纸更多地借助于跨国公司的话语、来自精英机构的经济学家的话语,以及有关“老百姓”的消费主义话语,来建构新自由主义全球化的主导叙事。这些话语互相补充,形成了一种在全球化问题上的霸权声音。精英利益在普世性的语言与“更大的理性”的乔装打扮下成为普遍利益,而报纸宣称其所代言的“老百姓”实则由股票持有者、专业人士和社会地位相对优越的城市居民所构成,这样强国梦被具体化为城市中产阶层的消费天堂。倘若中国新闻实践史上那些有关工人农民如何为某一政策而欢呼的报道(“工人们异口同声地

说”，“农民们高兴地说”)是空洞且具有操纵性的，那么，当下报章话语中的精英主义话语主导也令人震惊：事实上，它已将这两个占中国人口绝大多数的社会群体从话语对象中硬生生地抹去，更别说他们拥有言说主体的地位了。^① 与以往的宣传相比，时下的报章话语相对更多样化，记者可获得的新闻源相对增多，自主性也相对增强，但是，我们应该意识到：在建立新的社会经济权利关系并使其合法化的过程中，媒体扮演了新的动员者与规训者的角色。

与传统宣传模式相比，内部多样化的三类报纸实则有着一定程度的意识形态分工，它们标志着更新了媒体话语霸权。就党报而言，一方面，它们体现了党和跨国公司的宣传口径——“对通用汽车公司有利的就是对美国有利”这一流行于美国国内、反映美国公司霸权的口号也许改写成“对通用汽车公司有利的就是对中国有利”这一崭新版本了；另一方面，它们在报道中继续沿用“中国人民”的“根本利益”这样抽象的字眼。市场化报纸(《南方周末》有时可以算是例外)突出商界和专业阶层的利益，为富裕的城市消费者建构了一个想象的消费天堂。不过，相对于传统党报，它们在很多重要方面有突破。这些报纸在中国官方没有提供有关 WTO 协议内容的情形下，巧妙地把美方提供的信息埋在报纸的内页，由此处理信息公开与控制这一对矛盾，而非完全删节有关 WTO 协议内容。这些报纸，尤其是《北京青年报》也采取了先发制人的方法，使西雅图抗议事件边缘化，而非单纯地不做报道。无论有意还是无意，在这方面，像《北京青年报》这样走在中国新闻实践创新前沿的报纸(Zhao, 1998; Rosen, 2000)，在一定程度上已经学习并掌握了本书第 4 章所显示的北美主流媒体遏制反霸权话语以及对付社会异见的做法(另见 Gitlin, 1980; Hackett, 1991)。这些报道框架与策略是中国媒体行业新的招数，它们能保证这些报纸在中国报业体系中建立并巩固其作为“新主流”的话语霸权地位。与此形成对照的是，传统的以工人、农民、妇女为特定目标受众的报纸几乎完全处于被支配的地位。“象征权力”的失衡如此明显：当《中华工商时报》与《北京青年报》这类报纸任意调配所有资源，并将其读者利益表述为整体和普遍利益之时，分别以工人、农民和妇女群体的名义出版的三家报纸却无法拥有足够的象征性资源与经济资本为这些社会群体代言发声。《工人日报》仅有一篇属于自己采写的报道，而该报道却是以新自由主义市场原则为题给中国工人上了一课。《农民日报》的低调处理一方面反映了它的编辑明白“农民是 WTO 协议的输家”这一道理，另一方面也反映了这样一个事实：占绝大多数的从事小农经济的中国农民根本就不是这张报纸的目标读者，除了农业方面的官员，由于国内外农业企业是

① 这并不是说这些群体从中国报章中全部消失。在新型的舆论监督报道中，他们被有社会良知的记者重新定义成为官僚制度或者资本家虐待的个人牺牲品(Zhao, 2000a, 2004; Zhao and Sun, 2007; Xu, 2000)。在另一些故事里，如上一章所示，他们是自我重塑的企业家，或更多是在街头小报犯罪故事中罪犯和危险的因素。新自由主义在像 WTO 这样核心的政治经济问题上拥有话语霸权，这并不意味着揭露腐败案件和对社会问题的批评性报道的消失。冲破地方政府干预来报道农村学校的爆炸是一回事，而突出中国在 WTO 中的让步或写下“加入 WTO 扩大城乡差距”这样的标题则是另一回事。这种模式在一定程度上与西方媒体的运作一致：对于像堕胎这样的社会文化问题，媒体一般比较开放，而当问题涉及商界精英的核心利益时报道的意识形态维度就狭窄得多。

它所追求的主要广告客户,与这些企业相关的读者群才是它的重要读者(与一资深编辑的访谈,2000年12月17日)。《中国妇女报》的深度分析文章与市场化报纸亦步亦趋,也未能从妇女的视角来阐述问题。这些党领导下的对象性报纸,其发行领域在报业市场结构中被边缘化,在内容方面从属于党报和市场化报纸所构建的霸权性报道框架。

最后需要指出的是,具有社会达尔文主义倾向的新自由主义逻辑是被中国报纸包裹在国家民族主义话语之中的。这是一种不可避免的矛盾性的话语:让中国加入WTO以顺从全球市场的规则是为了中华民族的崛起。该话语含蓄地挪用了中华民族辉煌的过去等历史背景,但它同时也必须遮蔽民族主义情绪与反帝国主义和反资本主义之间的历史关联性。中国报纸删除了中国革命和改革前的经济政策,将WTO及其体现的全球资本主义世界秩序正常化与自然化。这些都证明,在构建主流民族主义话语——通过与全球资本主义体系的整合以实现强国梦——的过程中,报刊发挥了积极的作用。改革开放的中国不仅仅恢复了在WTO中正当的位置,而且像其他处于后殖民社会又早已是WTO会员的民族国家一样,为中华民族赢得了“在资本的全球秩序中的位置”(Chatterjee,1986:168)。因此,这样一个协议的最终签署,才是重中之重,而不管其内容如何。在这样的话语构架中,报纸的任务就是庆祝这项成就,并动员全民参加到全球竞争体系中来。此外,尽管普通人被排除在是否加入WTO的讨论之外(而且很多人可能在很长时间内甚至永远没有享受加州柑橘和德州牛排的口福),但起码,他们被动员参加申奥行动,而且肯定有机会通过媒体观看这一全球奇观,一饱眼福。“入世”可能造成更多工人与农民的社会与经济错位,由此导致阶层急剧分化与更加尖锐的社会矛盾,即便如此,奥运会却将保证中华民族在电视屏幕前团结一心。因此,“入世”和“申奥”是中国与全球资本主义整合这同一个故事的两面。

然而,虽然在对待全球化与中国“入世”等议题方面,意识形态的排他模式保持了一定的连贯性^①,但是,新自由主义全球化逻辑在中国也有其政治与意识形态上脆弱的一面。而且,作为个案,本研究、本章不可能对中国报业是否系统地体现了新自由主义意识形态倾向做出概括性结论。支持WTO的政治势力、经济力量与知识精英都抱持各自不同的议程(Fewsmith,1999)。鉴于此,后WTO时代的中国去往何方也并非事先可以预见。当然,中国的下层民众并非反对全球主义以及与世界融合,即使民意调查做得很全面,大多数民众也不一定会反对加入WTO。虽然社会主义国际主义不再在媒体与大众想象中占据地位,但除了民族主义话语的社会动员具有一定的有效性外,被“入世”话语挪用的全球主义理想好像也符合“世界大同”这一中华传统文化中的普遍主义乌托邦话语。然而,随着社会利益分化的加剧,某些弱势社会群体成员与边缘知识分子重新发现了激进的反帝反资和阶级话语,而另一些群体在寻求经济生存和社会公正的局部挣扎中

① 例如,英国《卫报》在2002年初报道说,反对全球化和加入WTO的中国批评家“几乎没有出现在官方媒体上,而且也不能在报纸专栏中表达意见。这些专栏通常为决定‘投身到世界经济洪流的洪流中’的一个‘伟大民族’的‘勇气’和‘眼光’而欢呼”(Bobin,2002,第9版)。

求助于道德经济的主张(Perry, 1999), 这使中国与世界市场体系融合的过程矛盾重重。主导性社会力量一方面努力遏制其内部的意识形态争论与来自底层的社会压力, 另一方面又通过寻求微妙的社会妥协而向前推进其政治经济议程(Zhao, 2001, 2005; Zhao and Schiller, 2001)。

当然, “入世”并不意味着意识形态的终结与社会争论的落幕。不管媒体是否给予关注, 那些被排除在决策程序与公共传播途径之外的人们, 都会以自己特定的方式发出自己的声音。他们或许不能将自己的声音汇入西雅图或世界其他地方的抗议声浪中, 但他们不会被隔离于反新自由主义全球社会保护运动之外并不受其影响。毕竟, 作为中国的社会成员和社会力量, 现在他们也已经“入世”了。

第 14 章

中国传播产业与“入世”:一种跨文化政治经济学视角

中国加入世界贸易组织以来,通过迅速发展的传播产业,极大地加速了与全球资本主义市场体系“接轨”或融合进程。一方面,跨国传播公司以中国“入世”协议的正式条款为依据,正不断要求扩展其渗透中国市场的规模与深度,这是他们全球战略的重要组成部分。另一方面,中国的官员、私营企业家等各路利益相关群体则认为,“入世”不论在物质层面还是象征层面上都意味着新的机遇,他们希望通过“入世”来实现他们重组中国传播产业的议程。由此,中国传播体系正经历着一场深刻的变革。

本章审视这场变革的性质与动因。首先,本章对分析这场变革已有的两种理论视角做了评价。其次,本章从跨文化政治经济学的视角^①出发,考察这场变革的根本特点,这就有必要讨论跨国资本与国内力量从结构上重塑中国传播体系的具体方式,以及由此导致的传播权利的包容与排斥模式的新变化。最后,本章阐述与全球资本整合的社会政治意义,指出潜在的矛盾与冲突的来源,以及中国正在形成的传播秩序所面临的挑战。中国的电信、新闻媒体,以及文化产业的开放程度虽然各有不同,但通过不同产业的案例分析,我试图建立一个能够涵盖这些产业的宏观分析框架。

理解“接轨”的意义:两种流行的视角

国内外学术界与新闻界出版的大部分著述大致使用两种宏观分析框架来理解当下的融合。总体而言,这两种框架可以称为中国民族主义框架与民主化框架。

1. 中国民族主义框架

中国民族主义框架是几种立场的集合。首先,中国媒体与学术界往往围绕民族产业

^① 有关这一视角更多的讨论与国际层面的个案研究,见 Chakravartty and Zhao(2008)。

而展开论述,进而引发了“重围下的中国媒体产业”的恐惧,比如,“狼来了”这句广为人知的口号就是对这种恐惧的一种象征性描述。此类论著集中分析强势地位的跨国媒体公司与处于弱势的中国媒体产业之间的博弈过程。这种占主导地位的中国学术与政策分析模式往往回避了有关宏观政治与意识形态的问题,而着重讨论“如何做”这一实际问题——如何使中国传播产业与世界接轨;如何有效地吸收外国资本,学习西方管理、制作与销售经验;最重要的是,如何做强做大,从而提高中国传播产业的全球市场地位(江蓝生,谢绳武,2003)。正是在这个框架内,中国官员、媒体经营者、媒体学者为中国媒体产业的重新集中化、合并以及资本化鸣锣开道。也正是在这个框架内,中国的私营资本希望能在“入世”之后的国内媒体市场上为自身谋取一席之地。两方所持的理由都是:中国需要在自己领土上整合所有资源与资本——不管是国有的,还是私有的——从而与跨国媒体公司展开竞争。

这种民族产业视角往往掺有文化主义因素,即关注外国媒体进入中国的文化意涵以及全球化时代“中国文化”的生存问题。赞同融合的观点持有谨慎的乐观主义态度,这使其排斥“文化帝国主义”的言说,接受文化生产的商业逻辑,强调中国政府制定文化政策的主动角色,突出中国文化企业家的创造能力,并坚持认为本土受众在面临选择时必定会偏向国内节目与认同“中国文化价值观”。比如,《英雄》这部国内制作的好莱坞风格的武侠片获得了空前的票房成功,于是它被誉为“入世”后中国在全球市场上对好莱坞做出的一次有力反击。当然,还有一种含蓄反对融合的观点,它承袭了中国反对帝国主义意识形态的遗风,抵制“西方文化的入侵”以及“西方”文化价值观。这一观点对官方引进全球资本及其在文化产业方面推行的市场化政策并没有表示出强烈与直接的反抗态度,因此中国主流出版物相对比较抽象与间接地表达了这派观点。尽管如此,在某些特定场合,这一观点表现得却比较激烈。比如,我本人就注意到,2002年4月在北京召开的某次国际会议上,一位国内学者愤慨地谴责了好莱坞在全球的文化霸权地位,批判其“堕落的”文化价值观以及将哈利·波特商品引入中国的各种营销手段。

虽然这些民族主义立场各有侧重,但它们却共享某些前提。第一,它们对中国文化持有本质主义的立场,遵循了以民族国家为中心的分析模式,将中国媒体与文化产业视为中国经济与文化力量在全球舞台上的载体。这些话语有意无意地把一种单一的、既定的“中国国家利益”与“中国文化”作为他们立论的前提,却缺乏对“中国文化”内涵的讨论,尤其缺少对其确切的含义是什么,谁是其代表等诸多问题的分析。这里,政府组织、市场驱动的文化产业被假定为“中国文化”的当然代表,而社会底层的文化实践与非商业性的民间文化生产活动则有意无意地被排斥在外。以电影《英雄》为例,即使它以一种特定的方式阐释了中国历史与武侠文化,并以中国文化代表自居高呼走向世界,可这恰恰是从统治者(秦始皇与他的服膺者们)的视角出发进行阐释,而被统治者与弱势群体(比如说,孟姜女们)的视角则被忽略了。

第二,塑造群狼入侵的景象,甚至强调跨国媒体公司“蜂拥而至”的情形,在此基础

上,民族主义框架往往淡化国内相关力量在中国与世界融合过程中积极主动的主体性角色。这些主体性的角色包括:与世界接轨的过程中致力于中国现代化的政治决策者的主体性作用。他们要么把开放国内通信与一部分影视文化市场作为原则问题,旨在学习“更先进”的管理和制作经验;要么将开放这些领域作为实现中国融入世界的宏观政治经济战略的必要部分。正如克庭(Michael Curtin)评论,中国深谙以退为进之道,文化产业上的让步旨在赢得更多时间以提高其他产业的国际竞争力,毕竟,其他产业涉及更多的就业机会(2003:237)。其次,是中国传播产业经营者的主体性。他们渴望吸收外国资本,与跨国公司合作,成为它们在中国的合资伙伴、供应商与发行商。实际上,中国传播主管部门面临的主要挑战之一,正是国内外企业之间未经授权的合作。尽管“做中国自己的时代华纳”这样的梦想能够吸引公共关注,调动民族情绪,但是羽翼未丰、根基尚未牢固的国内民营媒体经营者并非真正相信实现这种梦想的可能性。相反,他们渴望与跨国媒体公司合作,甚至乐意被它们并购,以此扩大自身相对于政府和国有传播机构的权力基础,增强其讨价还价的能力。总之,任何人都不能忽视中国政府与本国资本的全球目标及其全球化动机(D. Schiller 2003;2005)。比如,中国政府批准了新闻集团和美国在线—时代华纳的华语卫星频道在广东有线电视市场的落地权,以换取中央电视台英语卫星频道(CCTV—9)通过新闻集团与时代华纳有线网络在美国三大城市的落地权。事实上,有半岛电视台以及在全球声名大噪的《卧虎藏龙》等成功案例在先,中国传播业对外开拓的政治与市场动机,集中体现在提升中国“软实力”和“走出去”,且愈发强烈。例如,中国政府尽管反对美国对伊拉克动武,但中央电视台显然希望开发战争报道的商业潜力,从而实现其成为“中国 CNN”的全球梦想(Chang and Hutzler, 2003)。同样,《英雄》意在模仿《卧虎藏龙》获得全球成功的模式,向世界展示了中国文化商人的全球目标。这种民族主义框架的最后盲点在于中国受众的主体性。谁能肯定像中文版的《世界时装之苑》等杂志的读者是外来文化入侵的受害者?许多国内政治经济和文化精英受众喜欢看凤凰卫视而不是央视的时事节目,谁又能否认这不是真实地表达了这一阶层的收视偏好?

第三,民族主义视角预设了全球性和民族性之间不可兼容的二元对立关系,并将跨国媒体公司渗透中国媒体市场的行为等同于文化同质化过程。正如本书第7章和第8章已论及,全球化与本土化并不矛盾。实际上,中国文化元素甚至中国的民族主义都不一定是中国大陆媒体的专有产品。比如说,1999年北约轰炸中国驻南联盟大使馆之后,凤凰卫视立即呼吁“中国可以说不”,从而表达出比央视更明确的民族主义情感。可见,媒体所有者的国籍并不太重要——毕竟,在华语媒体市场新一代巨头的角逐中,澳大利亚出生的詹姆斯·默多克(James Murdoch)曾经批评香港本土的李泽楷,认为他的“世界网络”提供的英语节目未能取悦本地观众(Manthorpe, 2000)。

2. 民主化框架

这一框架主张:中国融入世界、开放国内传播市场将不可避免地削弱政治控制,促进

传播的民主化。当然,自鲁伯特·默多克(Rupert Murdoch)收回他曾说过的“卫星电视会削弱集权政体”这句话以来,国外有关传播与民主化框架及其观点也不再那么理所当然了。尽管如此,“民主”仍是国外分析中国融入世界过程时经常套用的主流话语。显然,这一框架潜在地预设了如下前提:中国政府控制下的传播体系与全球传播市场、跨国媒体公司活动潜在的民主化影响这两者在意识形态上毫不兼容,这是国际传播中影响深远的自由主义学说所奉行的“自由流动”信条的中国版本。在这一话语体系中,民主与市场、公民的表达自由与“商业言论自由”被混为一谈,而自由本身等同于商品的自由流通(Mattelart,2000:43—44)。这一“自由流动”话语的表达在美国国内有关中国“入世”的辩论中达到顶峰,直至美国国会在2000年批准美中WTO协议。业界游说人士、主流媒体评论员、共和党和民主党派的政治家们几乎异口同声:开放中国传播市场“会使北京几乎难以控制中国的通信自由”(Davis,2000)。时任美国副总统的戈尔声称,“自由传播会提高中国人民对环境问题和劳工权利的认识,国内要求改进这些问题的压力自然会增强”(Davis,2000)。

民主化框架的观点在中国国内没有得到正面的阐述,个中原因不言自明,可是这一框架却被某些自由主义媒体学者与评论家所征用,以此为前提在中国香港和海外出版物上撰文著述。“外国媒体进入”成为他们要求政府放宽政治控制的话语资源,而媒体自由则成为中国经济全球化的有机组成。该观点的逻辑如下:在西方,媒体自由与资本主义手足相连,与全球资本主义融合自然会带来媒体自由。比如,香港某刊物刊载了内地某位学者的一篇文章,这篇文章指出,“入世”能够缩短外部世界与中国之间的“信息沟”。作者认为西方国家拥有的信息量远远超过中国,开放中国体系之后,这个信息鸿沟自然会缩小。因此,减弱“入世”冲击的最好方式是在国内传播敏感以及负面信息,从而提高中国公众对负面信息的承受力。这位学者还认为,中国公众对负面新闻的实际承受力要高于政府的预期值。同许多人一样,这位学者主张用法治代替政治控制,并相信“入世”最终会使中国政府接受国际通行的媒体管制方式与“游戏规则”。

民主化框架的确是一套强有力的话语修辞。作为一个带有强烈价值倾向的规范性框架,它尤其反映了国内市场自由主义知识精英的政治诉求,即希望借由“入世”,在中国政治体系中确立稳定公开的政治机制,并在精英内部形成讨价还价的政治格局。但是,作为一种学术分析框架,它带有明显的局限性与理论盲点。原因如下:

首先,民主化框架低估了中国政府在与跨国资本的谈判过程中维护其固有媒体管制机制的能力。比如,美国在线—时代华纳和新闻集团星空卫视的华语卫星频道在广东落地时需要遵循三个原则,其中之一是广东有线电视网有权封锁传输中的敏感信息。而且,正如《华尔街日报》直言不讳的评论所言,像鲁伯特·默多克这样的跨国媒体巨头在与中国政府打交道时,不仅“发现他的控制能力远远低于预期”,并由于他吸纳了持股人的大量资金,因而对他们要求媒体自我审查以规避风险的呼吁也变得难以抵制(“Beijing Calling”,*Wall Street Journal*,2001.9.7)。事实再简单不过,跨国媒体公司意在中国赚

取利润,而非向中国公民推进民主传播。正如李金铨(2003:10)所说,跨国媒体公司不是民主的信使,就像许多赞成在中国(按照中国方式)“降低劳动者待遇、更多地限制劳工权利的美国公司一样”,它们会坚持“政治正确性”。

其次,假定外国媒体在其内容不受任何审查的情况下长驱直入国内,美国主导的跨国媒体在报道全球事务时对异己政体也仍然持有双重标准(Herman and Chomsky, 2002)。因此,即使上述假定成立,民主化框架也与跨国媒体公司这些有案可稽的行为相互矛盾。虽然中国绝不是美国的附庸,而且美国在报道中国时仍习惯性地采用民主和人权这样的意识形态框架,但是正如跨国资本主义公司其他部门一样,跨国媒体公司有一个更为紧迫的任务:创造一个相对稳定的环境,以期对自身在中国的资本积累有所助益。如本书第9章已论及,在全球资本主义体系中,各国民主制度的演变存在太多变数,其中就包括“国家之间的霸权关系”(Petra and Veltmeyer, 2001:110)。从美国媒体对拉丁美洲的帝国主义干涉,尤其是1972年对智利民选政权的颠覆,到它们对叶利钦炮轰俄罗斯议会的报道,美国的跨国媒体公司忠于民主的历程可谓变幻莫测、阴晴不定,很大程度上取决于美国跨国资本在当地的利益与资本主义制度的长远利益。虽然“游戏规则”能够为资本积累创造可预测的、稳定的条件,也会创造相对优越的媒体管制形式与公共传播环境,但政府总能利用相关立法以阻止公共表达。所以,基恩(Keane, 2002)认为,在分析中国“入世”的政治意义时,轻易地将市场自由化、多元化与公民社会联系起来难免会有牵强附会之嫌。

再次,民主化框架假设全球资本主义与中国之间存在着无所不在的意识形态冲突。当前中国奉行经过重新定义的社会主义政治意识形态原则,因此中国政府与西方媒体之间不可避免地在意识形态方面存在着差异。但是,自从中国接受市场理念和消费主义意识形态以来,全球资本主义与“中国特色社会主义”在意识形态方面便有了共同点,更何况,保护私有财产、保障人权等原则已被载入宪法。更为紧要之处是,随着中国社会逐步具备现代市场社会的经济和文化总体特征,譬如社会分层、贫富差距明显等,资本主义媒体与中国媒体在意识形态方面互相促进的可能性愈发明显。比如,《泰坦尼克号》在阶级关系方面的表达,就被认为对中国的意识形态工作有益(O'Neil, 1998);中美两国在反恐话语框架内有既有冲突也不乏共同语言。在这种情况下,该如何划分“共产主义”与“资本主义”意识形态的界限呢?总之,不做具体分析而以必然的意识形态冲突为前提的论述是思想僵化的表现与冷战思维的继续。

最后,民主化框架,尤其是上述提及的某些中国媒体改革者表达的那种民主化框架,忽视了中国深刻的社会矛盾以及传播与社会控制之间的关系。认为中国公众有能力处理负面信息,这当然是对公众的一种尊重。但问题的关键不在于包括传媒学者在内的城市精英和改革的受惠者能否承受诸如工人和农民集体抗争等负面新闻,而是中国媒体愿不愿意在改革开放过程中赋予这些弱势群体以更多的话语权。退一步说,这是关于传播示范效应的问题,即这些新闻报道(哪怕是“纯客观”报道)会不会使这些民间抗争行为

合理化,通过在同类群体中的传播是否导致更多串联行动。进一步说,传播领域开放程度取决于中国精英群体愿意与工人和农民等社会群体在利益分配上相互妥协的程度。例如,占人口少数的城市居民在依赖大量农村劳动力的同时,又担心他们涌向城市,挤占被认为属于“他们”的生活空间,而政府官员与私有业主则可能害怕另一场极端的社会运动。在这种情况下,传播学者有必要正视威权主义政治背后深刻的不平等社会基础和压制性社会关系,并将传播问题置于这个阶层关系与社会冲突的背景下来理解。民主化分析框架还常常忽视新闻自律和市场逻辑的倾向性问题,以及本书第3章所论的媒体、国家与日益分化的社会之间复杂的动态权力关系。

融合的轨迹:一个跨文化的政治经济学视角

1. 中国媒体的市场化成就:一个更长远的视角

跨文化政治经济学视角可以帮助我们更好地理解中国传播产业与世界体系融合的轨迹。第一,将中国的“开放”与“入世”置于更长的历史时段下进行考察非常重要。“开放”的说法以及将“入世”作为中国传播产业的新开端掩盖了如下重要事实:在某种程度上说中国传播体系一直是“开放”的,即便在改革开放之前亦是如此。不管是在传统文化还是社会主义文化情境下,情况都是如此。而分析中国当代文化时,上述两种文化是最显著的维度。纯粹的“中国文化”从一开始就并非单纯孤立的存在,而且难以界定(长江文化还是黄河文化?),而一直以来佛教、马克思主义等外来思想塑造着中国文化。改革开放前,文化孤立主义也不是官方政策的选择。说到这里,必须区分文化孤立主义与有选择地引进外国文化之间的差别。新中国成立后,中国重新确立国家对传播体系的本国控制,排斥资本主义文化,但这并不意味着中国缺乏对外交流。毕竟,苏联的媒体理论与实践影响了中国革命初期以及新中国成立伊始的新闻体制与实践。如本书第11章所提及,1958年,中国电视体系的建立,也得益于对苏联和东欧国家电视技术与节目模式的引进。对于1950年代成长起来的中国人而言,苏联电影和歌曲就像今天美国的流行文化一样无处不在。即使在“文革”极端时期,中国文化也起码是向阿尔巴尼亚这样的个别友好社会主义国家开放的。第二,改革开放前中国的孤立主义形象与冷战时期中国致力于向第三世界推广毛泽东思想的意识形态扩张主义形象之间大有出入。毛泽东的“红宝书”甚至能在西方反正统文化的年轻人那里找到市场。实际上,中国的自力更生政策有其主动的一面,比如对社会主义意识形态的选择,也有其迫不得已的因素——因为美国领导的西方首先在政治、经济和文化上孤立中国,而后苏联又与中国在意识形态上分道扬镳。重温这段历史非常重要,因为“孤立”与“开放”的二分法正是建构在对这段历史有选择地、有意无意地“忘却”的基础之上。在这里,“开放”被有意无意理解为向西方开放。第三,改革开放以前,中国并没有建立起对西方完全隔离的封锁机制,虽然普通人难以接

收西方媒体及其发布的消息,权力精英与领导层还是能通过内参信息和有限传播接触到西方媒体。这里的问题是:谁能收看,收看什么,条件是什么,而不是非此即彼的接收与排除二元模式,而只有内化了跨国传播产业的扩张主义与市场赢利逻辑,这个二元模式才有意义。那时,中国媒体确实没有对西方资本开放,那些以内参形式阅读外电报道的中国领导精英既不是外国媒体的付费订阅者,也不是跨国广告商的目标消费者。

虽然“入世”是历史性的里程碑,但改革开放伊始,中国传播体系就已在一定程度上成为全球市场传播体系及其所倡导的消费主义意识形态的一部分:从1979年中国电视出现的第一个跨国公司广告,到1980年代早期得到优先发展的中国沿海通信网络,后者配合跨国资本利用中国廉价劳动力,以“后福特主义”的弹性方式实现全球化的资本积累。就资本积累而言,跨国传播公司能否通过中国“入世”扩大它们在中国的业务范围当然非常重要;与此同时,中国国家传播体系也发生了重要变革,这其中包括本书已论及的传播体系的商业化与市场化,以及由此在一定程度上变成一个资本积累平台的事实——不管资本来自于哪个国家,哪个部门。问题的关键在于中国传播的实质与特点,而这个问题自然与传播的政治经济模式及社会的文化资源配置手段密切相关。

1970年代末之前,中国曾一度封锁西方媒体,旨在发展非商业性质的传播形式。而今,中国政府和主流学者提倡信息和文化商品化与市场化。区分改革前与改革后的标志是中国传播和文化资源的商业化,以及中国信息和传播市场的形成。1949年以前,商业化媒体与外国媒体并存于中国资本主义之中,尽管如此,只有改革开放后的中国政府才成功地将中国变成一个相对稳定的大众消费社会,由此创造出一个统一的、有利可图的全国传播市场。1980年代以来,中国政府一直将“信息化”作为其发展战略的重要组成部分,重视信息技术产业化,视其为一个新的经济增长点和融入跨国信息资本主义的重要步骤。21世纪初期,中国政府战略性地提出更为敏感的文化生产与消费的市场化/产业化口号,同样视它们为新的经济增长点。2001年通过的第十个五年计划报告首次以官方名义提出将发展文化产业作为经济与文化的战略性目标。2002年,中共“十六大”报告进一步肯定了以市场为导向的文化产业发展方向。本章提出的跨文化政治经济学视角非但不把中国传播体系的市场化当做理所当然的前提,反而认为,1980年代以来中国传播体系按市场逻辑进行的改革正是新自由主义逻辑引导下的全球信息体系重组过程的有机组成部分,这一重组的结果是一个真正的全球传播体系的形成。

当然,在全球资本主义逻辑下进行的中国政治经济的结构重组过程——包括通信与传媒和文化系统在内——并非一帆风顺。这一过程经历了1980年代反对精神污染和反资产阶级自由化运动,1989年的社会政治危机以及其后社会主义意识形态的强烈反弹。1990年代早期以来,对改革的资本主义和社会主义本质的隐秘辩论,民族主义和反帝国主义情绪的复苏无一不表明意识形态领域内的各种矛盾与冲突。在业界,纵向与横向整合的体制内利益主体之间也存在着各种矛盾,在产业重组以及融入世界的过程中,他们都极力使各自的利益最大化。这些矛盾的表现形式非常复杂,比如整个1980年代到

1990年代早期不同的学者对新闻“商品性”或公开或隐秘的论争,1990年代以来阐述传播活动“产业性”的各种理论与政策话语,中国广播电视和电信部门因市场准入与技术、机构融合等而产生的冲突(Zhao, 2000b),中央、省、市、县级机构围绕中国广播电视体系进行的结构性重组(Hu, 2003; Guo, 2003),以及在传统的计划经济下部门利益与国家领导层的全球视野之间的差异等诸多方面都表明了各种矛盾的存在。

由于上述矛盾,以商业化、自由化和私有化为主要内容的全球新自由主义逻辑具体落实在中国的政策话语和具体实践层面上,却形成了独具一格的中国特色。本书在第10章和第11章中已分别就中国的报业和电视业阐明,市场逻辑下中国国家媒体体系的重组及其合理化进程主要以国家资本为主导,在此体系中,媒体机构受到政府控制。改革开放前,政府曾片面追求传播体系的意识形态和文化目标,如今,政府则在某种程度上与西方市场体系保持一致,从政策层面上确立了传播的资本积累和意识形态整合的双重目标。如本书第10章和第11章所论及,全球化背景下中国版本的市场整合形式是指由政府主导、党和国家体制内部的重新集中化与集团化(另见 Guo, 2003; Hu, 2003)。经过1980年代以来的改革,中国的新闻传播和信息产业长期超速增长,以收入指标衡量,媒体与文化产业已经成为中国第四大支柱型产业,成为中国经济中最有利可图、发展最迅速的部门之一,而党和国家则成为主导性媒体资本的控制者。

中国传播体系根据市场逻辑的发展与结构重组对中国大众表达影响深远。尽管民众的信息获取方式有了极大改进,但跨国公司、国内政治经济精英以及主要集中于城市的中产阶级却在中国传播体系中占据主导地位,而这些中产阶级正是跨国和国内广告商最偏爱的消费者。新媒体与正直的记者对推动国内公共传播的开放性颇有助益,传统媒体也时而发出中国大众阶层的声音,即便如此,这些声音都被限制在政治控制与经济边缘化的双重机制之内。从精英印刷媒体对中美入世协议的报道,中央电视台调查性报道的种种局限性,到本书第12章所分析的街头通俗小报对富人、下岗工人、民工,以及其他边缘群体的报道,整个体系内的各类媒体及其话语随处蔓延着这种占据主导地位的新权威主义市场意识形态。虽然正在崛起的商业和城市中产阶级不断利用媒体来表达他们自身的利益,敦促政府制定有利于他们的政策,但是广大工人和农民争取经济利益和社会正义的声音在中国媒体中相当弱势。在媒体消费和信息获取方面,地区和城乡差距也非常明显(中国出版科学研究所,1999;陈崇山,2003)。

政府无意放松管制,媒体资本在业界与学界的代理人则调动“入世”政策与话语资源,以期深化中国传媒产业重组过程中的市场与资本逻辑。在媒体政策方面,对大多数管理者和学者而言,历史与意识形态似乎真的已经终结,只需要跟随所谓的“国际惯例”,以“与世界接轨”的口号做护身符,把市场逻辑等同于诸如“产业化”这类比较中性的、看起来意识形态色彩并不那么浓厚的话语,由此将其自然化与合理化,并深化它的作用,使中国传播业进一步融入跨国资本主义的轨道中。至于这一发展的意义,尤其是这一政策走向对话语资源的社会分配的影响,则很少有人问津,好像这已经是无须讨论的问题了。

虽然跨国媒体公司能否在中国直接投资这一点非常重要,但若要从社会角度分析中国传播,必须始终关注这样的根本性政治经济学问题:即中国媒体体系按照市场逻辑与跨国媒体公司的形象进行自我重塑(包括学习它们的操作原则、组织结构、内容模式等)在传播权利的社会分配上的意义。

2. 取中国市场之精华:各传播部门的中外整合模式

在全球资本主义凭借信息网络技术进行重组的背景下,中国制定了其改革与对外开放政策。正因为如此,中国传播体系从改革伊始就有选择地、战略性地融入全球传播体系当中。早在1980年,中美两国就在壁垒森严的印刷媒体部门中开始了第一项商业合资。今天,国际数据集团(IDG)和中国之间的这项合资仍是跨国资本在华投资最成功的案例之一(Mitchell, 2000)。这一项目是得到政府批准的、在报业方面仅有的一项合资计划,其中外合作范围远远超过了20年后入世条款所规定的外资在中国传媒业的活动范围。

改革开放后,中国将信息技术作为关键部门列入其发展战略之中。《中国计算机世界》是国际数据集团旗舰出版物的中国版本,它给中国带来最新的计算机信息,并提倡市场理念及信息技术带来的全球化理念。《中国计算机世界》生逢其时,在恰当的时间里向恰当的群体提供了恰当的媒体产品,它完全迎合了中国科技精英群体的信息需求,这个群体致力于改革中国经济,将中国经济融入正在崛起的全球信息资本主义体系中。同时,这份报纸为渴望进入中国市场的跨国信息技术公司提供了一个及时有效的广告平台。以《中国计算机世界》为旗舰,国际数据集团在中国的出版物到新世纪初已达到20种。虽然在人们的印象中,这些出版物在意识形态方面的重要性似乎远不如中国版的《时代》周刊或美国的《读者文摘》,但是它们对中国融入全球信息资本主义影响深远。

基于信息经济的中产阶级在中国开始崛起并渐成气候,对于此,国际数据集团可谓立下汗马功劳。其他跨国媒体公司或通过国际数据公司或自己独立寻找合作伙伴,迅速跟进,为这个阶层提供消费广告服务与生活时尚服务,旨在将这些人纳入跨国消费阶层的行列。1980年代末以来,中国版的跨国消费和生活时尚杂志包括《世界时装之苑》、《大都市》、《时装城》、《好管家》、《汽车之友》、《高尔夫》以及其他众多来自美国、欧洲和日本的杂志。这些杂志为了抢夺跨国消费产品的广告,争取富裕的城市中产阶级市场而展开了激烈的竞争,千方百计迎合读者。因此,控制严格的国内出版体制并没有亏待中国富裕的消费精英。由于杂志产业灵活的广告方式以及与跨国出版商的版权合作,这个阶层反而收获了最好的服务。结果,中国消费和生活时尚类杂志市场成为真正的跨国家与跨文化的市场——添加了本国品味的跨国消费文化大荟萃。譬如,《时尚旅游》与美国 *National Geographic Traveller* 之间有版权合作,与法国杂志 *Guide Moncos* 和台湾杂志 *To Go* 之间有图片和文本交换合作。这份杂志真正做到了国际化与地方化,是一顿精美诱人、图文并茂的文化消费盛宴,专门针对那些城市白领跨国旅行者,他们受过大学教育,

收入较高,年龄在 25 岁至 40 岁之间。

让我们不妨领略一下这份杂志 2002 年第 12 期为读者打造的话语图景。作为中国的跨国旅行者和高级文化鉴赏家,你“痛饮苏格兰”去了解“瓶中的历史”;你的“经典小资之旅”包括参观卢浮宫、大英博物馆,以及纽约大都会博物馆;你悠闲地在网上冲浪,无意中发现几帧图片,而接下来你已经在南太平洋马尔代夫群岛中“最后的伊甸园”了,那里“没有会议,没有电话,没有报纸,没有互联网”。当然,你也被邀请去参观你的祖国——中国的都市与村庄,但这些都是文化遗迹,专供现代消费和娱乐的园地,而非属于下岗工人和民工的城市;这是一些经典诗人眼中充满魅力的中国村庄,没有经济移位、环境侵蚀的痕迹。你会碰到在苏格兰酒吧里喝酒的当地人;同样,你也会碰到你的中国同胞,他们既可能是碰见生人就躲在大人身后的纯真农村小孩,也可能是在小溪旁一边洗衣服一边闲聊的村妇。在这个国内外媒体资本联合构建的“极乐世界”中,物质消费和文化涵化的潜力没有止境,不管你去哪里,你个人的“伊甸园”无处不在。正如毛主席雕像成为历史遗迹般,民主等观念也成了时髦的形容词。在湖南长沙,杂志告诉你在何处可以看到毛主席塑像;在福建惠安,杂志建议你利用傍晚的光线拍摄奇异神秘的惠安女性的照片,她们有“封建头,民主肚”,因为她们的着装方式是包着花头巾、上衣很短且露出肚脐。当然,男权主义是杂志的隐含视角与叙事立场;无论走到哪里,你都能得到有关该地女性美丽程度的描述,以及如何观赏并捕猎她们的细致建议:“长沙女孩大多数是中等美女,虽然不是个个美貌惊人,但都还有其撩人之处……你不能死盯,一定要很随意地一瞥。在一瞥之间多留意她们眼神的信息与手上的小动作。”这些杂志鼓吹中国消费精英生活方式的全球化模式,同时,这些杂志使他们以跨国旅行者的视角来看待中国,使他们与自己的同胞之间拉开距离,从而构建一种新的亲疏与身份认同关系。

消费和时尚类内容外,商业、金融和时事类出版物是跨国媒体公司投放中国市场的相对较新的内容种类。2002 年 10 月创刊的中国版《哈佛商业评论》以每本 70 元的高昂价格开始在中国境内销售。随着《福布斯》和《新闻周刊》的中文版相继进入中国,这些知名的跨国商业与时事类杂志作为外国媒体对中国可能造成的意识形态风险也大大提高了。2003 年初中国政府官员宣布《福布斯》、《新闻周刊》和《哈佛商业评论》进入中国并没有获得正当批准,因而有可能被禁止(Wu, 2003)。但是,倘若参照一下中国政府先前对中外合作的消费与时尚类杂志“违规”操作的处理情况,那么《福布斯》等杂志很可能在中国领导更能接受的条件下获得正式许可。现在,野心勃勃的外国出版商都虎视眈眈地盯着同一读者群:上海、广州、北京和深圳的城市精英,有心做嫁衣的中国出版商视中外合作模式为最有吸引力、最有效的商业战略,考虑到这些因素,中国政府最终有可能批准这种中外联姻,并试图为自己寻找一个更为合适的“婆婆”角色。对于中国日渐崛起的跨国商业与职业精英阶层而言,《哈佛商业评论》、《世界时装之苑》和《君子》等出版物恰恰是区分阶层与塑造身份的不可或缺的象征性资源。

在广播电视领域,凤凰卫视以及其他源自国外与中国大陆之外的卫星电视频道自

1997年以来一直为中国的跨国精英观众提供包括娱乐资讯在内的各种内容。凤凰卫视是默多克的星空卫视与刘长乐合资的卫星电视,总部建于香港。据称,到1990年代末,凤凰卫视的观众在中国已高达4498万户,占全体中国电视用户的15.9%(China Mainland Marketing Research Co., 1998)。要知道,这些观众并不是普通的观众,尽管中国政府曾三令五申,明令禁止私人用户在国内接收外国卫星电视,但是中国精英群体未必受到这些规章的限制。根据政府规定,中国三星级及其以上宾馆、涉外和豪华公寓都可以安装接收器接收境外卫星电视信号,另外,主要的政府部门、媒体,以及学术和金融机构也往往安装接收器。这些机构的办公室和住宅区中都装有内部有线电视系统,因而这些居住区里的中国政治、商业和文化精英往往能合法地收看到凤凰卫视与经过筛选的外国电视。正如业内人士所熟知,凤凰卫视观众的特点可用“三高一低”来概括,三高是指高职位、高收入、高学位,一低是指低年龄——这当然是商业媒体求之不得的最理想的有效受众群体。迄今为止,凤凰卫视是最地方化、最有影响力的外资电视频道。早在2003年初,中国精英群体能够收看到的外国与中国香港地区的特色卫星电视频道就达30个之多。

无须赘言,外资对中国电信部门的渗透程度与规模要远远超过大众媒体。中国电信产业改革刚起步时,外国贷款曾扮演非常重要的角色。1993年,中国政府批准中国联通作为第二家电话服务提供商,以满足国内电信业中含义模糊的“尚未满足的需要”。中国联通聚焦于城市移动电话市场,以“中中外”的合资形式率先将国外资本引入这一高利润的电信市场。尽管中国政府后来宣布这种行为属于“非法”,但围绕移动电话的竞争却由此展开,最终在中国形成了一个世界上最大的移动电话网络。这不仅使手机很快融入中国中产阶级和普通民众的生活,并且在技术与服务方面都超过了欧美许多发达资本主义国家的中产阶级消费者所能享受到的水平。移动电话是中国目前最受推崇的商品之一,也是国内和跨国资本进行资本积累最有利可图的源泉,设备制造商以及在中国半私有化的电话公司中持有股票的投资商都从中坐收渔利。如今,私人线路和宽带服务开始成为新的外资投资热点。比如,美国电话电报公司以合资方式为上海浦东的跨国公司提供宽带服务;为进入中国宽带和互联网服务市场,新闻集团和美国在线—时代华纳也做出战略投资。随着全球电信经济泡沫的破裂,受此影响,跨国资本在短期内不会大规模地涌入中国市场,即使大规模进入,那么进入的方式与意图也异常明确:旨在服务跨国商业用户和高端中国用户。

一语概括,虽然跨国媒体公司在华投资时担负着极高的政治风险与商业风险,亦不能确切保证自己所得利润,在华投资的规模也仍然有限(Sparks, 2003),但是跨国公司仍想方设法渗透进入中国的传播体系,在中国“入世”之前是这样,在中国“入世”之后更是如此。但中国“入世”没有涉及外国直接投资新闻媒体,也不允许外国公司涉足中国媒体的编辑过程,可如今中国已在电信、电影、音像产品、广告、书报发行、零售领域做出巨大的让步,或者说,当前中国媒体市场的开放情况已经超过了“入世”协议上所规定的标准,

鉴于此,跨国媒体公司和中国投资主体有可能寻求进一步的合作形式,拓展合作领域。跨国公司在中国传播体系的资金投入和发行两端同时增加筹码与控制——从广告经营到印刷媒体发行、音像产品销售、电影放映,以及读者俱乐部,这无疑对中国媒体的编辑方针会产生间接影响,这一影响主要表现在:各大媒体纷纷争取精英受众市场,并导致这一高赢利受众市场进一步分流,这将强化中国国内媒体迎合高消费受众的既有倾向。同时,跨国媒体的渗透及其示范效应会增加中国媒体的相对竞争压力,缩小它们的垄断性赢利空间,从而进一步瓦解交叉补贴体制,即用高额垄断市场的赢利来补贴非赢利性内容的生产(例如,在电视台中,用赢利的体育比赛转播来补贴非赢利的农村节目)。冯建三(Feng,2003)认为,这种交叉补贴体制是中国媒体经济的“市场社会主义”特征之一。

结论

中国传播体系融入全球这一事实正重新界定着国内外的社会传播关系。中国在通过改革开放以增加国力的同时,又不免深化了国内干群和劳资之间相互交错的矛盾。建立在反帝反资社会运动基础上的社会主义中国曾经允诺重整山河,让那些在19世纪和20上半叶被全球资本主义剥夺与边缘化的社会群体当家做主。尽管中国政府已经认识到缩小贫富差距和维护社会公正的重要性,并已做出种种努力,但中国市场的扩展不可避免地加剧了改革开放前就已经存在的中国社会的不平等,引发了新的社会分化、腐败以及矛盾(Perry,1999)。传播全球化虽然使国内精英与跨国精英之间的横向联系加强了,但是中国精英与边缘化的本国大众群体之间的传播渠道却未有实质性的拓宽,更不用说那些被边缘化群体之间的联系了(Zhao and Schiller,2001:150)。宣传纪律与市场机制、为防止各种抗争力量之间联合而采取的策略、劳动市场的竞争在城市工人和没有完成“无产阶级化”的进城民工(潘毅,2008)之间造成的分化作用等诸多因素形成合力,阻止了中国社会保护运动形成规模。同时,如上一章有关中国报刊对西雅图反WTO抗议的报道所示,现有传播体系在很大程度上在国内的社会抗争运动和境外社会保护运动之间制造了“短路”(Zhao and Duffy,2007)。

中国的主导社会力量继续面临着在“稳定压倒一切”策略下缓和国内社会冲突、避免与美国全球霸权政策直接对抗,从而在全球化环境中维护社会安定的挑战。虽然市场自由主义者相信并依赖既定的全球“游戏规则”,寄希望于通过“人世”与“主流国际社会”接轨,但“反恐”为美国在国际事务中实行单边主义和在亚洲对中国进行军事“围堵”提供了一定的机会。尽管中国政府尽量避免得罪美国,并谨慎地处理国内的反美情绪,包括曾阻止中国民众与世界人民一道抗议美国的对伊战争(Eckholm,2003),但全球政治经济中的摩擦与冲突仍将对中国融入世界这一过程及正在演变的传播体系产生深刻影响。一方面,中国难以吸收其迅速膨胀的过剩国内产能,这一情况可能使已不容乐观的国际经

济局势进一步恶化,引发跨国资本主义的持续动荡(D. Schiller, 2003; 2005)。另一方面,虽然中国领导精英不再高呼反对帝国主义,但是“文化主权”仍是中国的一个重要问题(Keane, 2002)。如本书第8章所论,当下世界的政治经济发展充满了变数和不稳定性。一方面,帝国在形成;另一方面,民族国家仍是国际政治、经济和文化冲突的主要战场。在中国,民族主义对政府来说是一种具有双刃性质的意识形态力量。

虽然中国已经接纳了国际资本,但是反对帝国主义的历史情结依然难以消退,而全球化过程中也会产生新的政治、经济与文化抗争力量。一方面,中国在当前全球政治经济中的地位使之不得不在表面上选择与美国相对的反霸权立场,而与此同时,中国又在努力推进自身融入以美国为主导的世界秩序。在各种中文网站上,亦即在中国符号世界中最自由的角落里,民族主义与融合主义、自由主义与国家主义,“左翼”与“右翼”之间在意识形态方面展开了激烈的斗争。例如,融合主义和亲美的声音指责中国主流媒体在报道伊拉克战争时所采取的反战与反帝的立场(刘越, 2003)。另一方面,民族主义和“左翼”的声音谴责中国政府没有挺身而出维护中国和第三世界人民的利益。在国内问题上,部分知识精英乐于批判平均主义,好像中国过去的问题都应归咎于平均主义,但是这并不意味着改革中在经济和文化上被边缘化的社会阶层会放弃要求社会保护的呐喊。主流意识形态虽然打开大门接纳资本,却不能矢口否认其社会主义传统,也不能随意抛弃其对底层社会的社会主义承诺。除了来自底层的这些挑战之外,精英群体内部缺少一个相对公开的斡旋与讨价还价体制,这也并不一定有利于资本积累过程所需的政治稳定性。

中国经济在整体上的生产过剩带来的压力,以及行政指令下大规模的产业重组所导致的不确定性也不免影响到传媒业的进一步发展。发展的不均衡不仅明确地显示出消费主义意识形态作为一种整合性经济和文化力量的局限性,而且为“特权阶层的自命不凡和无权阶层时而暴烈时而宿命的反应”提供了肥沃的土壤(Sklair, 2001: 29)。中国政府试图通过财政赤字的方式以减缓发展的不均衡状况。具体到传播产业,政府注入公共资金,扩大对偏远农村和少数民族地区的覆盖,增加这些地区的电信与广播电视服务和文化投入,以此纠正发展的不均衡性。但这些以国家主义和福利主义为目标的项目却无法改变现有传播模式本质上的不平等,更不用说“政府买单,农民看戏”这种自上而下和消费主义思路在农民自我表达和主体性获得方面的局限性了(吕新雨, 赵月枝, 2010)。

不均衡发展的危险不仅仅在于它能够引发潜在的政治经济和文化生态等诸方面的危机,它还表现为这些危机的全球性特征。“非典”的扩散就是一个惨痛的教训。在加拿大记者黄明珍(Jan Wong)看来,全球化了的和正在全球化的中国掩盖“非典”而导致其扩散全球的行为“令世界各国感到失望”。这位加拿大记者描述了在她眼中的、作为“非典的爆发中心”的广东省佛山市:人口众多,工厂密集,“虽然这个第三世界城市中存在各种公共卫生问题,但是这里的许多居民却有雄厚的资金实力频繁外出旅行”,“金碧辉煌的高楼大厦和贩卖活鸡活蛇的农贸市场……周边是落后的农村,在那里,人和猪混住在一

起”。这绝对不是《时尚旅游》上描述的中国城市和村庄！黄明珍认为，那里恶劣的生态环境和社会条件，“历史悠久的官方保密体制和恐外症结”，维护其“有利可图的旅游业以及扩大外商投资”的渴望，所有这些因素导致了中国政府和全国媒体体系对“非典”的爆发集体保持沉默(Jan Wong, 2003)。然而，这种分析却遮蔽了新自由主义全球化背景下中国与世界融合之间的深刻矛盾：那个首先患病的中国医生拥有赴香港参加家庭婚礼的自由和实力，可以说代表了正在崛起的中国“中产阶级”不断提高的流动性，在不同的语境中，他们正是受人青睐的中国社会稳定主体的代表，甚至是中国民主政治的主体。同样道理，在不同的语境中，佛山这座新兴的中国市场经济先锋城市代表着一个融入世界的、受市场驱动的、勇于冒险的国家所具有的活力与希望，它与东北的大庆、辽阳等旧的重工业城市形成对比。总之，中国目前的经济面临的挑战是如何继续维持 30 年来的经济繁荣，解决农业问题，并提供成千上万个就业机会，包括受过高等教育的大学生的就业机会。倘若中国半融合的信息传媒产业在承载这些经济文化重任方面能力有限，那么随着中国融入世界过程中政治、经济、社会、文化和环境方面压力的陡然增加，这些产业在满足日益分化的中国社会与脆弱的全球体系的多种传播和文化需求方面，会不会力不从心也是个未知数。

第 15 章

手机之后,是什么? 中国“数字革命”的社会层面再认识

1971年12月至1972年1月,传播政治经济学领域的先驱者达拉斯·斯迈思前往中国研究意识形态、科技和中国的发展道路。他之所以决定探索中国社会主义者的“科技哲学”,是因为他“有一种直觉……这可能会成为中国的一个问题”(Guback, 1994: 228)。他在报告中写道,尽管自然科学家和广播官员们认识到科技及其产品有政治本性,但他在中国的学术和政策部门遇到的政治经济学家、哲学家和政治学家却不同意他所说的科技具有的社会建构性。斯迈思发现,这些人认为“工艺和科技是自治的和非政治化的”。更令他不安的是,“他们表现出一种固执,甚至完全拒绝就此问题进行讨论的可能性”(Smythe, 1994: 238)。

对中国科技哲学的这一探究并非停留在抽象层面,也不仅是一种学术兴趣。相反,斯迈思对中国的科技和经济政策,以及中国对资本主义现代性的替代性道路进行探索的可行性提出了最根本的问题。正如他所说的,“尚不清楚中国人是否已正确认识到科技的政治属性,而这在今后二三十年里将对有别于‘资本主义道路’的‘社会主义道路’的发展至关重要”(Smythe, 1994: 242)。具体来说,斯迈思看到了这样一种不一致:一方面中国说自己在建设社会主义,另一方面,中国人有一种“赶上”或“超过”资本主义科技的心态,后者“意味着社会主义科技可以被用以衡量反对资本主义科技的成就”(Smythe, 1994: 243)。对斯迈思而言,中国的社会主义能否获得成功,有赖于中国能否拒绝盲目引入西方的科技、消费商品和服务,以及能否拒绝在这个国家发展“资本主义的消费关系”。要想做到这一点,“无产阶级政治”(proletariat politics)必须在科技革新和经济生产领域获得领导权,特别是要解决这个问题——“某一种消费品和服务的革新”是否“能服务于作为集体或者个人的大众”(Smythe, 1994: 243)。这里的“无产阶级政治”意指民众对决策的参与,指中国绝大多数人的社会需求,这也是在斯迈思的想象中“文化大革命”所意味的东西。在斯迈思看来,西方消费品是“资本主义呈现给新的社会主义体系的一个陷阱,中国的工农兵应该意识到这个陷阱”(Smythe, 1994: 241)。斯迈思写道,因为“在资本

主义科技的发展中没有社会主义道路”，“那么对于中国制造业来说，采用资本主义的奢侈品，比如说私家车、家用洗衣机、家用冰箱、单向电视等，也就意味着用这许多教育工具武装起中国家庭，导向资本主义的文化道路”（Smythe, 1994: 231）。

斯迈思以评判性视角对当时的国际传播政策进行了反思，特别是认识到发展中国家有必要建立起“文化屏障”来过滤西方资本主义的文化流入。他甚至从冷战年代美国禁止向中国输送技术和苏联从中国撤回技术支持的举动中看到了对中国的积极影响，认为这“意味着中国必须自力更生获得科技进步”。他这样写道：

结果，中国……牢固地建立起社会主义决策的群众路线方式。现在中国已经解决了向民众提供食物、衣服、住房、医疗这些紧迫的问题，进入了这样一个阶段。在这个时候，大步迈进共产主义是有可能的。这一步的实现决定于对这个问题的回答——“自行车之后，是什么？”答案应该是公共商品和服务，而不是个人私下使用的商品和服务。将创造性人才和资源分配去生产和提供所有人都喜闻乐见并有教育意义的物品和服务，如公园、博物馆、科学、教育、图书馆、野生动物保护区、建筑和其他各种艺术形式（包括双向电视），“为人民服务”的目标便可以十分有效地直接达成（Smythe, 1994: 243）。

斯迈思在改革初期的1979年再次访问中国，并就所见所思写了一份报告《自行车之后，是什么？》，将它作为一份来自国际社会主义运动阵营一名“家庭成员”的友好批评与建议书，提交给了中国政府有关官员。斯迈思生前之所以从未将之发表出版，是因为他觉得“有义务将我的批评局限在大家庭内部”（Guback, 1994: 230）。

然而中国有关官员从未正面答复斯迈思。相反，以邓小平为首的国家领导人为了回应来自外部的冷战压力和来自社会主义内部的危机，以“不管白猫黑猫，抓到老鼠就是好猫”的著名口号回避了“姓资”还是“姓社”的问题。中国追随东亚新兴工业化国家的发展模式，开始以市场为导向进行大规模“改革开放”，使消费主义在中国迅速蔓延。中国在大量进口西方的科技和消费品的同时，更将自己变成了“世界加工厂”，成为发展中国家中接受外商直接投资最多的国家，成为主要的生产商和出口商，而这些商品不仅包括鞋子和玩具这样的低端消费品，还包括电子消费产品和其他的高端信息技术产品，例如电脑。在“建设有中国特色的社会主义”的口号下，中国成为世界资本主义经济体系中“最蓬勃发展的区域”。加上对信息科技这一“资本主义最生气勃勃的产业”的拥抱，中国成了跨国资本主义“两个增长极”交汇中心（Schiller, 2005）。

斯迈思注意到，他访谈的中国哲学、经济和社会科学领域的人士被资本主义意识形态所误导，错误地相信科技具有中立性。这种观察也许是正确的。不过，他本人很可能也被“文革”时代中国的意识形态修辞术误导了。

首先，在他进行研究的时候，中国并非像他认为的那样，已经解决了向大众提供基本必需品的的问题。在1978年农村改革之前，“吃饭问题”对中国的大部分人口来说仍然是

十分紧迫的问题,对中国的领导人来说也一直是一个挑战(Huang, 2005: 5)。

其次,斯迈思想当然地以为“无产阶级政治”具有民主的天性,或者说在决策过程中会有“群众路线”这样的民主过程;不仅如此,他还错误地认为,这样一个过程已经多多少少被牢固地确立了。事实上则是,他的两种假设都存在问题。“群众路线”政治传播模式不但有明显的家长制的色彩,而且还很容易从上面或从下面被颠覆(Zhao, 1998)。

再次,在政治上,斯迈思虽然接受中国官方的说法,认为当时中国共产党内确实存在“两条路线斗争”,但他没能充分把握中国的后革命政权不得不应对的冷战环境的严重性,而中国领导人作为一个整体迫在眉睫的问题是:如何在高科技战争和核武器威胁中生存。简言之,中国的军事科技发展其实在一定程度上凌驾于斯迈思所观察到的“两条路线斗争”之上,这种由军事引领的科技民族主义对改革开放时代中国“数字革命”的发展有深刻的影响。

最后,尽管斯迈思关于科技政治的观点在西方批判学术界被普遍接受(比如说 Williams, 2003; Winner, 1997, 1986),但他对商品和服务要么服从集体需求、要么服从个体需求的二分法是有局限性的。在某些情况下以及在特定条件下,集体的社会需求和个体的需求并不能截然分开。电脑和手机这样的互动传播科技尤其如此。信息传播商品与服务具有社会本性,而且消费者并非消极的和原子化的,各种社会主体能够将信息与传播技术用于自己的目标。

然而,斯迈思与中国的这番遭遇不应仅仅被视为西方学者因对自己的国家失去信心而试图在别的什么地方创造出一个社会主义天堂的个案。尽管中国改革时代的发展道路和斯迈思设想的道路相左,但是斯迈思提出的问题还是在中国挥散不去;不仅如此,当中国由信息科技驱动、以出口为导向的发展策略引发的经济与社会矛盾进一步深化后,这个问题——现在应该被更准确地修正为“手机之后,是什么?”——便有了新的相关性,并日益重要。尽管斯迈思误读了中国当时的政治经济状况,他用来解读中国的“社会主义对资本主义”的框架也不乏局限性,但他确实为我们分析中国在改革时期的信息与传播技术的发展,以及中国在改革开放时代的整体发展策略是否具有可持续性提供了一个有用的出发点。斯迈思对经济中的决策过程、科技发展的价值取向以及占中国最大群体的群体(他本人所称的“中国的工农兵群众”)所承担的风险的关切,在中国现行的社会改革和与世界市场体系的整合过程中显得尤为重要。

中国国家决策及市场导向的“数字革命”的形成

1958年的“大跃进”,目标是通过自主科技创新与本土工业化在中国建立起一个社会主义社会;而在改革开放后中国第二代和第三代领导人的发展目标则是“蛙跃”进入数字时代。

在此有必要回顾一番历史。中国的经济改革始于领导层对实现包括农业、工业、国防和科技在内的“四个现代化”的决心。这个颇具民族主义色彩的发展规划,明确表现出改革开放时代的中国对现代化根深蒂固的认识:要将这个国家从过去遭受科技和军事凌辱中拯救出来,唯一的方法便是“赶上西方”。上个世纪80年代中期,中国开始实施“863计划”这一高科技发展项目。这个启动于1986年3月的计划是一项大规模的军事和工业研究发展计划,是对里根政府“星球大战”计划的回应,将包含生物科技和信息科技在内的七项新的“战略”技术领域视为优先研发的对象。在1992年的海湾战争中,中国惊叹地目睹了一场“信息传播战”,看到了实际战场上控制、指挥、传播、情报的战略重要性(Mattelart,1994:117-121),这进一步加强了中国领导层将信息与传播技术视为战略领域的信念和对它的重视。

中国通过获取西方发达科技和将之本土化,以及进一步与全球市场体系融合,来追求现代化,并将“信息化”提升到现代化之母的高度(Zhao and Schiller,2001)。正如前党中央总书记江泽民所言,“没有信息化,就无法实现四个现代化”(Zhao and Schiller,2001)。信息与传播技术的部署,以及中国政治经济和社会生活的全面信息化,成为中国发展进程中最重要方面。电信网络得到爆炸性扩展,各类“金字头工程”(Feigenbaum,2003:199),如金桥工程、金关工程和金卡工程,成为国家对“数字革命”所进行的主要投入。值得一提的是,西方的信息社会理论的重要特征是将社会从政治化的文化批评领域剥离出来。在这一理论范式里,社会不再是在资本主义体系内外进行反对资本主义的斗争的领域,而是一个超越了社会制度区分和政治冲突的经济主义领域(Schiller,1996;1997;2007),而这正是“政治的终结”论的体现(Mosco,2004)。也许正是因为如此,对于受够了“文化大革命”政治和“阶级斗争”说教的改革初期的中国来说,“信息范式”有着特殊的意识形态吸引力。人们欢迎这种看起来既客观又科学的“信息”,这在1980年代早期至中期的新闻改革的话语中得到了很好的体现。这场改革试图重新定义新闻,突出其具有“信息”的特性,并推动信息与毛泽东时代的政治化宣传功能分离(Zhao,1998)。

此外,经济发展与工业化的需要以及民用的需求,共同驱动了改革时期的科技发展,因此信息与传播技术很快就变成中国高科技发展中最流行和最商业化的领域。到2001年,中国的领导人已经明确了通过信息化推动工业化的策略,以此利用最新的发展成果,使社会生产力获得蛙跳式的跨越,大步跨入“十五”计划(2001-2005)。2001年中国还史无前例地成为第一个官方确定全国信息指标(全国信息化评估中心,2001)的国家,这个指标包含如下统计指数:

- 电脑、电视机、互联网接入家庭覆盖率
- 千人广播时数
- 人均宽带数
- 长途电话线长度

- 卫星地面站数
- 电子商务的规模
- 每百人大学毕业生数
- 研发投资率(R&D)
- IT业对GDP增长的贡献比率

2002年11月,信息与传播技术应用在中国共产党“十六大”上被定位为日趋发展的工业化和现代化的“逻辑选择”,这进一步确立了信息科技的重要地位。正如江泽民在“十六大”报告中所说的那样,要坚持通过发展信息化来推动工业化进程,因此,必须优先发展信息产业,并在各个经济和社会发展领域使用信息技术(Jiang, 2002)。

如果说中国共产党在20世纪上半叶所领导的社会革命主要依靠的是社会底层的力量,并且高举反帝的旗帜的话;那么改革时代所进行的“数字革命”所走的是一条自上而下的主要依靠技术专家治国的精英路线和与跨国资本主义市场体系整合的道路(Zhao, 2000)。中国社会科学院的一位前副院长,无意中就对精英主义和中国“数字革命”的反民主倾向性给出了最为清晰的表述。在一个与境外记者的访谈中,他是这样看待“社会主义民主”与“信息高速公路”之间的关系的:

政治体制改革的目标很清楚是要建设社会主义民主政治……但我们怎样才能到达这个目标?我们必须从中国的实际出发。……建设信息高速公路要花费大量金钱。知识分子会立刻一致通过这个方案。但是两亿文盲的态度很可能是这样:“什么是信息高速公路?跟我有什么关系?我的首要需求是赶紧把肚子填饱,之后再上小学。”如果要投票的话,他们很有可能会投票反对信息高速公路,希望先解决贫穷问题(转引自Lawrence, 1998:26,28)。

在改革开放的过程中,中国建设电信网络的速度创下了世界纪录,与此同时,中国对公共教育的国家投入却在亚洲国家最低之列(Mukherjee, 2006)。此外,正如殖民时代全球资本主义在边缘地带建设铁路以服务于大都会资本的需求那样,信息与传播技术的发展,特别是民用电信网的发展,成为中国在改革时期最优先考虑的项目,以协助跨国资本从福特主义积累方式向弹性积累生产方式的转型,这一转型通过使跨国资本与聚集在中国经济特区以及沿海地区的广大劳动力相结合而实现。2004年年末,中国的10个沿海省份在电信方面获得了总额为1102亿人民币的投资,而其他21个中西部的省份和地区却只获得579.4亿的投资(Zeng and Xi, 2006)。

由于中国的“数字革命”始于改革开放时期,市场导向成为它的另一个关键特点。斯迈思曾特别警告说,中国在发展商品和服务的同时要避免消费主义的陷阱,然而这却正是中国信息与传播技术发展的主导原则。随着市场改革的深入,以及国家对数字经济的重视,传播和信息产业也根据市场逻辑进行了重组,并在很大程度上变成了资本积累的

平台。手机市场的爆炸性扩张与原中国联通公司的商业轨迹,反映出在市场驱动下的中国电信产品和服务的发展。

诚然,电信网扩张的国家目标以及电信在军事和国家监控方面的战略角色,以及市场评判标准,仍然在塑造中国的信息基础设施及扩散信息与传播技术方面发挥作用。在广播电视和电信传播这两个领域,国家组织的“村村通”项目,推动了偏僻农村地区的广电与电信覆盖。同时,电信部门仍然以电信网的总体扩张为目标,并优先考虑广播频率的军事用途,而非采取以市场为导向的电信策略。与此类似,中国政府也在人口稀少的新疆和西藏等西部地区投入了网络建设的力量。但是,由于在改革阶段,追求经济发展是最高形式的政治,某些地方的电信部门和地方政府渴望提升本地的信息化指标,以此作为他们的政绩,为此不惜过度售卖电话服务。在某些省市,每个家庭都拥有一部电话的“电话村”在条件尚未成熟的时候便纷纷涌现。有些村民被低廉的话费套餐所诱惑,安装了电话,结果却发现,私人电话不但基本无用,还带来了经济上的负担。因此,贫穷的村民在安装了电话后,要么根本不打电话,要么干脆去办理了停机手续,而这些现象并不少见(Du, 2002: 16; Zhao, 2007)。电信网扩张中的政治动机和官场考虑,市场竞争导致的价格下降,以及中国人口以前确实未被满足的需求(如预付电话卡服务、短信服务和更廉价更适需的本地移动电话服务“小灵通”的繁荣),使中国成为电信网络扩张和信息与传播技术扩散方面最成功的国家。到2005年底,中国已经拥有3.50433亿固定电话用户,3.93428亿手机用户,覆盖率分别达27.0%和30.3%。此外,到2005年底,中国97.1%的行政村拥有了电话服务,互联网用户的数量也达到1.1亿(中国信息产业部,2006a)。

■ 能动社会:社会冲突和市场权威主义“数字革命”造成的险境

中国的经济发展和信息与传播技术扩散的成功也许十分雄辩,但并非无可置疑。如前所述,中国的“数字革命”由根深蒂固的专家治国主义和技术民族主义理性所激发,主要由军事和工业的需求以及国内官方利益群体、国际资本、城市中产阶级消费喜好等复杂的利益关系所驱动。因此,与下层民众面临的日益深化的经济不平等与社会不公正具有内在的关联。

中国实现了四通八达的技术联接,正在变成通畅联接的超级大国;电信部门也成为“社会主义市场经济皇冠上的明珠”(DeWoskin, 2001: 630),向国家贡献财富和声望;但同时,中国也变成了在阶层、区域、性别等不同层面存在严重差异的国家。伴随中国经济快速增长和1990年代电信市场不断超过国家规划的预期的扩张(Lu and Wong, 2003: 5—6),中国社会的不平等也在加剧。进入新世纪,中国最富裕的20%人口占有55%的国家财富,而最贫穷的20%人口只拥有4.7%的财富。1990年代中期以来,中国社会已经变成了一个“断裂的社会”,存在深刻的社会区隔和不均衡(孙立平,2004)。胡鞍钢等

人曾用“一个国家、四个世界”的说法来形容中国。超级现代化与高收入的北京、上海、深圳构成了第一世界,大中型城市和沿海高收入的小城市乃至农村地区成为第二个世界,中低收入农村地区是第三个世界,少数民族和边疆地区以及超低收入的农村地区是第四个世界(Hu, Zhou and Li, 2001: 167)。1990年代后期到新世纪的前几年,“不同的中国”之间或之内的不同社会力量间的矛盾在加剧(Perry and Selden, 2003)。社会分层、阶级分化和文化转型的过程加速了这些矛盾发生的频率和速度,矛盾冲突与抵抗形式的广度和范围也同样有所加强。例如,官方记录中的“群体事件”,也即未获批准的游行示威在2005年达到87000起(Magnier, 2006),而这一数据在2004年是74000,在2003年是58000,在1994年则是10000(Dyer, 2005)。

下文对工人农民的维权活动和社会保护运动及其传播状态进行粗略概述,并讨论它们如何在一定程度上已将社会层面带回“数字革命”之后中国发展议程的前沿,并使新一代领导集体在“科学发展观”的旗帜下,重新定义了中国的发展道路。虽然这条道路继续强调技术,包括信息技术的重要性,但是它重视人与人之间的社会关系的调整和“以人为本”的原则,并重新强化国家的社会保护和再分配功能。

中国的产业工人通过自己的维权活动暴露了中国“数字革命”在社会发展层面的缺陷。正如吕新雨所指出的那样,在民族解放以及在社会主义框架下奠定国家工业基础的过程中,中国的工人阶级曾经获得其主体性(吕新雨, 2005)。同时,中国工人阶级也确实获得了物质利益,这在特定历史时期也相当显著。但这一特定的历史主体性,亦即在国家工业化过程中确立的社会主义“主人翁”地位,有明显的局限性。这是因为,如果革命后的国家缺乏人民民主的控制,那么生产资料的公共制在很大程度上可能是“一个合法的虚构”,而“从属的工人阶级最多只是依附于家长制官僚体系的受惠者——更不用说政治气候一旦发生变化,那些已经到手的好处又很容易被拿走了”(Wu, 2005: 49)。

这正是发生在中国的现象。随着国有企业的大规模私有化,国家对信息科技的大力拥抱,以及新的数字精英成为“先进生产力”的代表,中国的产业工人立刻失去了曾一度在“无产阶级政治”名义下在一定程度上拥有的对生产和技术创新过程的控制。从前的产业工人在传统产业中大规模下岗;更年轻的农民工,特别是其中的女性,聚集在廉价工厂生产最新的信息与传播技术零配件。直到2004年,《纽约时报》还报道说,中国高度的经济增长率和日益膨胀的跨国生产能力“依赖于实际上越来越廉价的灵活用工队伍”(Kahn, 2004)。

结果,工人不得不为了重新分配社会财富而进行维权活动。从反对国有企业的私有化到要求支付拖延的工资和福利补贴,争取自身经济利益的抗争成为数字化时代中国工人运动的重点。尽管国家严令禁止通过信息与传播技术进行组织,但无论是传统重工业中的下岗工人,还是外资企业中的新型信息与传播技术工人都在重新定义中国“数字革命”的议程,通过自己的抗争为它注入其缺失的社会发展层面的内容(Zhao and Duffy, 2007)。有时,迟缓的政府官方宣传机器不但没能平息这些风波,还激怒了工人。2002年

3月,属于工业“铁锈地带”(被淘汰的重工业基地)的辽阳市的官员龚尚武不顾实情,在电视上宣布本市“没有下岗工人”,这导致数千愤怒的工人走上大街游行(Lee, 2003: 83)。工人们通过贴在工厂厂房和居民楼的传单互通情报,了解游行的时间地点,宣泄心中的愤恨和提出自己的诉求。这些示威活动和中国其他地方下岗工人的抗议活动一起,对中国的社会安定形成持续的威胁。

那些占中国电子元件制造业劳动队伍 68.2% 的年轻女民工(Bulard, 2006)也不像人们想象的那样驯良听话。尽管她们的抗争和国有企业的下岗工人一样,范围有限,组织水平不高,但在脆弱和易变的政治环境中,其政治重要性却同样不容低估。例如在 2005 年 4 月,当包括深圳在内的中国大城市的学生和市民借用手机、电子邮件和短信,组织反日游行示威之时,深圳一家为沃尔玛制造无绳电话的日资工厂“有利电子”(Uniden Electronics)的一万多名工人正在罢工,抵抗日方管理者并且要求改善工作条件。这次罢工的起因是日方管理者不允许他们组织工会,并开除了在 2004 年 11 月组织罢工的青年工人。

同样,尽管脑力劳动者与体力劳动者之间根深蒂固的社会差别使中国的产业工人和正在崛起的后工业时代的“知识工人”之间存在隔阂,有种种迹象表明,在这些产业工人和受过教育的人群——特别是同情工人的知识分子与基层“知识工人”——之间存在着一种潜在的联系,后者的物质利益在某些时候与更广泛意义上的工人阶级相同(Zhao and Duffy, 2007)。

更重要的是,在中国的“数字革命”和科技民族主义驱动下产生的赛博空间 2000 年之后已经成为中国民间社会主义思潮复兴、工人阶级意识重新表达的主要阵地,中国工人和知识分子之间潜在的意识形态联盟也有可能在此酝酿形成(Hu, 2006)。一方面,左翼知识分子对中国的市场改革的偏颇进行了严厉的批判,甚至向中国工人提供了策略性的政治建议。另一方面,为了经济利益站在抗争最前沿的工人也将他们的活动进程发布在网上并呼吁帮助。这样,尽管中国的“数字革命”取得了显而易见的强国富民的成就,整个 1990 年代和 2000 年后数年内,在每个改革进程的转折点,精英和在网上十分活跃的草根意见都会跳出来反对改革所带来的负面社会后果。

失去了土地以及为了求生存而不得不背井离乡的农民人口最多也最具有爆炸性。尽管农业产出只占中国 GDP 的 14%, 但在中国进入 21 世纪之时,农业人口却仍占中国总体人口的 60%。在数字时代的各种口号之外,诚如中国农村问题专家温铁军所言,“中国的问题在根本上是人口众多、资源匮乏的农业社会在追求工业化过程中的发展问题”(2003: 17)。农民在中国是最少上网的群体,但他们也在争取经济权益和社会公正的过程中以自己特定的方式收集和发布信息。在社会学家于建嵘有关湖南省某县农民反对地方政府对他们征收过多的杂税的个案研究中,农民最具赋权能力的传播活动是自发地传播与农业税有关的党中央的政策,其中最主要的也是最具号召力的形式是在农贸市场、村子的入口处与其他的公共空间用最基本的传播技术——手提喇叭筒高声朗读党中

央的文件(于建嵘,2003:6—7)。通过这种做法,农民揭示出中央政策和地方政府实践的差异和地方官员忽略或直接违背中央和省政府一级的政策的行为。对这些政策的学习、掌握和传播,使农民拥有了一件可以挑战地方官员和保护自己经济利益的有力武器。

收集和散播政府的政策,寻找共同关心的事件,有助于农民之间的横向传播,也有助于农民之间形成具有共同利益的社团。农民为了经济利益和社会公正,前往更高一级人民政府请愿,通过相互之间的联系,学到了新的政策,找到了新的“问题”。这些传播活动也有助于横向联系的形成。不同地区的农民之间的这种联系,被他们自己称做“联网”,颇具互联网时代的气息(于建嵘,2003:5)。

当市场经济关系渗透进中国的农村社区并不断深化时,农民的维权传播和网络结构也发生了动态变化。进入新的世纪后,中国农民抗争和维权活动的焦点越来越围绕在侵占土地、环保、村庄治理和选举政治的可靠性和透明度上。尽管许多个案的具体情况各自不同,却具有相似的传播模式。

首先,信息和传播技术的扩散使得村民有可能用视频、照相等方式记录他们的抗争,甚至还有可能将他们的故事发布到网上。农民中很多人都受过教育,有的还参加过军,还有一些曾在城市工作或生活过。他们不仅越来越意识到自己的权利,能够寻找和搜集官方的符号资源,还能在外地建立社会联系,在抗争中发展使用现代传播技术的能力。另外,这些抗争常常十分具有戏剧性,并有符号意义。例如,让老年妇女站在冲突第一线的战略布局,使得这些抗争活动非常具有传播价值。在广州市太石村的选举风波中,村民因怀疑某当选村领导在本村的土地销售中有问题,因此反对他当选,并以国家颁布的《农村村民组织法》为依据,展开了一场要求重选的运动,以此实践自己的民主权利。但是这种做法遭到地方政府的反对,当地官员雇用地痞并布置警力恐吓村民。在村民自发讨论组织反抗行动的过程中,出现了一张照片——一位80岁的老奶奶冯珍在两名妇女的扶持下站在一堆石头上,通过手提式扩音器发表演讲。这张照片成为正在形成的中国农民公共空间的标志性图片。

其次,农民的抗争不再像早期那样围绕计划生育和地方官员乱收费的问题展开,而主要关心环境问题、土地使用、选举等等。这和中国新兴的城市中产阶级,特别是在社会上十分活跃的地方记者、律师、大学教授、自由知识分子或是具有同情心的官员很容易形成共鸣。在环境保护领域,农民试图保护一个宜居的生存环境的斗争,开始和城市的中产阶级日益增长的环保意识产生共鸣。一个重要案例是2003—2004年间针对云南省怒江大坝项目的抗争,这场斗争最后导致中央政府于2004年中止了这个建设项目。在这个过程中,身兼记者和环保积极分子两者身份的人在帮助农民表达他们的声音、组织他们的诉求方面起到了关键的作用,其中中央人民广播电台的记者汪永晨以及《中国青年报》的记者张可佳均是NGO环保组织“绿色家园”的领头人(Zhang,2004)。与此类似的是,来自城市的律师们也越来越多参与到与农村土地争端有关的案件中去。那张冯珍老奶奶的照片的广泛传播,保证了这一事件在互联网和国际媒体上的曝光率。女性主义学者艾晓

明还给温家宝总理写信反映此事(Fan, 2005)。这些由城市知识分子写就的文字,反过来又推动了村民的积极回应,村民不仅广泛地传播这些文字材料,还将它们提交给地方政府官员,作为让官员们“学习”民主的“材料”。

最后,因为这些维权行动的规模日益扩大,某些事件也获得了互联网和国际媒体的广泛报道;在一些情况下,本不被允许报道这些事件的国内主流媒体也不得不进行了一些报道。因为绝大部分此类事件都发生在村子一级,主要是村民和地方政府的冲突,并不直接挑战省政府和中央政府的权威,所以,一些较为自由的、敢于说话的中央媒体和省一级媒体也会发表同情村民的报道。比如说,太石村的抗议行动就获得了《南方农村月刊》、《南方都市报》和《中国青年报》的同情性的报道。《人民日报》的华南版,即《华南新闻》,甚至于2005年9月14日在第2版发表了一篇评论性文章《石堆上的民主》,将老奶奶在石堆上演讲的地方称做“公共领域”,并表扬了村民通过法律程序要求不受欢迎的村领导下台的举动,认为这种做法推动了民主(He, 2005)。尽管如此,这些主流地方媒体更常见的做法则是发表对事件的官方描述,试图消除那些常常夸大其词的非官方新闻和谣言的影响力,并且修补蒙受耻辱的地方政府的政治形象。但是,尽管这些官方媒体报道局限在它们典型的官方话语框架内,却也激发了对抗式的解读,帮助了新闻的传播,并使其他地方的村民也学会表达自己的处境,并采取类似的斗争。例如在浙江省,当地方新闻报道了东阳县画水村的村民成功关闭成为污染源的工厂的故事后,附近新昌的村民也增强了他们对工业污染的斗争(French, July 2005)。在数字时代,想要控制关于社会不安定的新闻的传播,是越来越困难了。

超越信息与传播技术:重提中国“数字革命”忘却的社会层面

在社会发展与技术进步并不同步的语境下,“数字革命”有可能将中国再一次带到社会剧变的边缘。2004年时,中国领导层第一次公开承认社会的安定团结已经到达“红色警戒线”(Manthorpe, 2006)。尽管消费主义给中国社会主义提供了另一条发展道路,但是基于工人低酬的发展战略却意味着不是每个人都拥有进入消费天堂的门票。此外,近年来大学生就业问题日益突出,反映出这样一个事实:我们再也不能想当然地认为数字经济仍有能力持续吸纳城市受教育人口。这在政治和社会两个方面都是危险信号。如果说,电信和其他基础设施的缺乏曾经被认为是中国经济发展的“瓶颈”的话,那么现在,过度投资、生产能力过剩和消费不足已经威胁到中国目前经济发展的可持续性。

到了2006年,当时的信息产业部就已经认识到,两个互相联系的因素限制了该领域的进一步扩张:一方面是沿海地区和城市中产阶级市场已经达到饱和;另一方面,在西部地区 and 广大的农村市场,“真正的消费能力是有限的,也没有有效需求”。国内消费不足,以及因中美之间巨大贸易逆差而导致的美国对中国的压力(至2005年贸易逆差已经达

到 2.02 亿美元的历史纪录),威胁着中国由信息与传播技术驱动、以出口为导向的经济增长策略的可持续性。丹·席勒在 2005 年的一篇文章中分析道,1980 年代以来,中国和信息技术成了全球资本主义克服不景气和利润下降两大问题的解决方案,制造商们也纷纷将公司或工厂迁至中国,但其结果很可能不仅使中国,还使全世界经济的生产过剩情况进一步强化。也就是说,全球资本主义对中国和信息产业这两个增长极的成功利用有可能促使原先希望它们去克服的经济危机的复活(2005:96)。到了 2008 年,随着以美国次贷危机为导火索的全球金融和消费危机的爆发,席勒的分析已经得到了实证。

在中国国内,伴随各种社会力量就改革方向的讨论的展开,以胡锦涛为核心的新一代领导集体对中国的发展道路进行了重新定义。虽然新的发展观并没有放弃中国的“数字革命”和对高科技的追求,但是国家在治理技巧和制定政策时的优先考虑方面还是有所调整(Hong,2010)。在进一步加强了对信息与传播网络的监控的同时,国家已经注意到“数字革命”的社会和文化缺陷,试图重新表达社会主义意识形态的正统思想,并修正以单一的经济增长为导向的发展策略。国家采取了一系列措施,其中包括“建设社会主义新农村”概念的提出,在税费上为农民减负,对农村发展予以更多的关注,等等。除此之外,新的领导层在 2003 年后宣传了两条指导思想。第一个围绕“科学发展观”展开,也就是以人为本,追求经济、社会和环境各个层面的可持续与协调发展。这个指导思想在 2003 年 10 月 14 日召开的党的十六届三中全会上通过,正式写进党的文件《关于完善社会主义市场经济体制若干问题的决定》。第二个指导思想围绕“建设社会主义和谐社会”的概念展开,2005 年 9 月 19 日召开的党的十六届四中全会通过了《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》,首次提出了这个概念。在总书记胡锦涛的发言中,他认为这样的社会“应该具有如下特点:民主、法制、平等、公正、真诚、友好和充满活力”。

显然,新一代的领导集体不再像以前那样继续一味追求 GDP 的增长,而开始注意可持续发展的问題、社会关系的协调问题和社会领域的稳定问题。由此看来,中国政府在 2005 年 11 月突尼斯“信息社会世界峰会”(World Summit on Information Society, WSIS)上所做的宣称,不仅仅是在全球性的论坛中进行“政治正确”的表达,而是在一定程度上反映了国家最新的发展与政府治理观念,中国政府的发言中说:“信息社会应该是一个以人为本的、以发展为导向的、有高度包容性的社会……以具有广泛的公众参与及和谐的地区发展为特征”。

简言之,一方面,信息与传播技术技术在过去 30 年中的发展和使用对中国令人瞩目的经济进步做出了贡献,但它在另一方面也导致中国出现了十分不平衡的社会发展状况。在经历了 30 年的改革之后,我们是否还可以驾驭信息与传播技术来推动社会的可持续发展以及经济与社会方面的公正,仍旧是个疑问。诚然,中国的媒体、政策和发展圈子已经开始注意到“数字鸿沟”,并且开始采用“信息扶贫”这类话语。在这一话语里,农民通过互联网获取关于市场的信息,知道应该从事什么生产,并将产品销售到何处,他们也因此成为市场中有效的主体。这样的故事很可能是真实情况的写照,但仅仅给从事经

济活动的个体提供更多的市场信息,不太可能消除信息与传播技术所驱动的、以市场为导向的发展策略的根本缺陷。在这一点上,其实有更多可想和可做之处。

詹姆士·迪恩(James Deane)曾提出,满脑子想着“信息和传播的经济价值”而不是“它最根本的政治角色”,这在制定发展政策时是不够的(2005:57)。他的观点十分适用于中国的语境。毕竟,中国农民作为一个社会群体,他们所面临的重大问题不是缺乏种植何种农作物并该销往何处等市场信息,而首先是如何把握他们土生土长的这片土地的问题。与此类似,农民们几乎没有什么机会可以“迅速致富”,而且,因为国家在基本的社会服务如医疗和教育方面投入十分匮乏,这些公共服务又经历了商品化的过程,这意味着当家庭成员遭遇疾病或是某个孩子考取大学后,许多农村家庭立刻一贫如洗。

与此类似,中国下岗工人面临的最大困难不在于他们没有可供与潜在雇主联系的电话;人们看到,在露天劳动力市场上蹲守机会的男男女女常拿着手机(Bulard,2006);农民工的最大困难也不在于他们是否能迅速将积蓄汇款回乡。相反,问题在于工作岗位的缺乏以及工资的低廉,更糟糕的是雇主还经常拖欠工资。

结论

尽管“资本主义”、“社会主义”和“无产阶级政治”这样的术语看起来已经成为过去时代的意识形态,但是这些术语所针对的问题,也就是政治决策过程的本性,发展规划中对优先考虑事项的设定,社会关系的秩序,以及技术革新的价值取向等,依旧是值得继续讨论的。事实上,对中国“姓资还是姓社”问题的讨论,或者说斯迈思在上个世纪70年代观察到的“两条路线的斗争”问题,又回到了中国的政治舞台。当年邓小平以“不争论”的决定给中国“数字革命”的爆炸性发展开辟了道路。但正如《纽约时报》所报道的那样,2006年3月的全国人大“伴随着究竟是社会主义还是资本主义这样一个意识形态方面的讨论,而很多人还以为这个问题随着中国经济长期的飞速发展已经被埋葬了呢”(Kahn, March 2006)。

尽管在过去30年间围绕信息与传播技术进行的政治经济转型已经使中国获得了全球性地位,使特定的国内或跨国社会阶层日益繁荣富强,并为此自豪,这个过程对不同社会团体的赋权功效是很不平等的(Zhao,2007;2008)。当斯迈思提醒中国政府,技术确实有政治意涵时,他所言非虚;这也正如罗宾·曼塞尔(Robin Mansell)所说的那样,“不管它们在场或不在场,或者正因为它们在场时的特定本质,信息与传播技术本身意味着‘政治’,而这些政治影响到每个人”(2005:84)。正因为如此,一条真正以人为本的发展道路要求我们做出这样的决策,将发展的优先考虑定位在不同社会力量的民主参与上。也就是说,在市场权威主义下建设的“信息高速公路”不会导向“社会主义民主”。

中国的情况反映了在作为经济商品的信息和传播技术之间做出区别的重要性。信

息可以作为决策的资源,传播则是社会和文化的过程。尽管中国发展战略推动了有助于经济发展的网络扩张和信息与传播技术商品及服务的生产,但一旦这些对主导的政治经济利益集团不利,它就努力阻碍信息的流通,减少服务于自治的社会组织的传播,阻碍互相竞争的社会利益各方关于不同发展优先事项的有效表达。信息与传播技术引领下的发展战略促使经济增长,但将一些社会群体排除在政治决策过程之外的做法不可避免地导致了社会紧张,引发各种形式的社会冲突。这些冲突也许获得了最先进的信息与传播技术的辅助,更多时候则并没有这种辅助。这些冲突反过来又对中国社会的价值取向和发展时的优先考虑事项提出了根本的疑问。

数字鸿沟固然真实存在,我们也必须缩小这个鸿沟。但是,当整个世界不仅身处一场旷日持久的、在各个层面都是不折不扣“信息战”的反恐战争中,而且面临着深刻的经济、社会、文化和环境危机时,斯迈恩的问题在21世纪的版本“手机之后,怎么办?”已经成为不仅和中国有关,更和全世界有关的重大话题。

第四编

另一个世界是可能的

第 16 章

一次世界峰会与一部中国电影：“信息社会”的多维景象

是纯粹的巧合吗？当各国政府与关注信息社会的公民社会组织在 2003 年日内瓦“信息社会世界峰会”(WSIS)第一阶段会议(第二阶段 2005 年 11 月在非洲突尼斯召开)闪亮登场的时候，中国都市民众正对一部以手机为主题的电影着迷。这部名为《手机》的电影可谓最具个性、最有影响力的通俗文化产品之一，再现了中国向信息社会快速转型的过程及其意义。《手机》出自大名鼎鼎的通俗商业电影导演冯小刚之手，它以贺岁片的名义于新年期间上映，并以手机这种特殊的信息技术为核心，通过搞笑的方式构建了一种令人不安的后现代生活图景。这部电影的主角，一位成功的电视脱口秀中年主持人以手机作为欺骗的工具，采用了撒谎、关机、取出电池以造成“不在服务区”效果等伎俩，以经营他与感情不和的妻子和两位情人间的个人关系。电影的主题是明确的，并最终由另一位角色(他也用手机欺骗他的妻子)点明：手机实际上是一个“手雷”，一个危险的具有爆炸力的武器，它会破坏真诚和爱的关系的维持。最后，主角自己烧毁了手机，但在下一场景中又被他人诱惑，成为一款更先进手机的形象代言人。令人咋舌的火暴票房，铺天盖地的媒体报道，还有影迷粉丝的品头论足，都表明这部电影在都市观众中产生了广泛的巨大反响。

与此相对，中国的大众传媒对 WSIS 及其提出的有关信息社会的广泛争议话题似乎完全不了解。没有中国媒体报道峰会的进程及其辩论。搜索人民日报社的网站，我只发现了一条关于一个致力于彰显中国文化的香港网站赢取 WSIS 大奖的消息，其他什么也没有。当时的信息产业部网站也没有涉及 WSIS 的内容。在中国顶尖的一个商业门户网站搜索，只发现了一条上海《文汇报》的报道，是关于在 WSIS 上提出的反对管理互联网的内容。中国官方的立场在中国网络世界中无处可寻。中国网站中没有一篇报道言及最有影响、最重要的 WSIS《原则宣言》和《行动方案》，虽然这两份文件的中文版本在官方的国际电信联盟(ITU)网站中都可获得；《公民社会宣言》只有英语、法语、西班牙语的版本，当然完全没有进入中国受众的视野。

倘若按照峰会所提供的机会将这些重要的议题列入公共议程的范围来判断它的成效,这次峰会在中国的语境中几乎不存在。不管这种遗漏是出于有意为之的设计,还是心照不宣的惯例,这次峰会对中国读者而言都可以说是没有发生的事件。

当然,倘若以事件本身的发生以及文件所产生的实质意义来判断成效的话,就另当别论了。虽然没有提出明确的解决方案(也许根本就不可能达成这样一个方案),重要的是,像互联网治理这样的重要议题作为全球公共话题被提了出来。《原则宣言》和《行动方案》对信息社会表达了一种广泛的、以人为本和以发展为方向的关切。由于峰会面临着在唇枪舌剑、立场迥异的政府之间寻求共同语言的巨大挑战,最后的官方宣言竟然一致支持人权、传播自由和社会正义,不能不说是一个意外的惊喜。不过,这两个文件的局限性也是不难看到的。它们所隐含的有关“信息社会”的主导观点是一种技术驱动过程的线性概念。尽管文件强调了技术只是手段而非目的,强调了技术内在的植根于社会的性质,但它们仍然倾向于将技术进步等同于人类发展,简单地将这种等量齐观视为理所当然并击节叫好。这种话语掩盖了活跃于峰会上的各种利益主体(政府、私营公司、公民社会组织、国际和区域性机构)之间复杂和不平等的权力关系。这种话语也支持和保护了近20年来在国家和全球范围盛行的新自由主义经济政策,这种政策一方面带来了信息和传播技术的迅速发展;另一方面,导致了国内不同阶层之间和国家之间日益增长的收入差距和深刻的社会文化危机。

虽然克服“数字鸿沟”成了时髦的政治口号,问题的中心不在于信息技术的福利分配不均匀。正如默多克与戈丁(2004:244)观察到的:“‘数字革命’带来的远远不是改善每一个人生活的普世运动;日益增加的证据表明,它在增加特权者的优势而将边缘穷困者有系统地排除在外”。这次峰会不仅没有聚焦于社会转型,没有致力于克服因现存政治经济结构和不平等的权力关系造成的人类发展的障碍,反而把技术作为解决现存问题的关键置于突出位置。这是一种虚假的解决方案,治标而不治本。倘若就定义而言,资本主义社会遵循以利润为中心的主导逻辑,在全球资本主义的基础上又怎么可能建立一种以人民为中心的包容性的信息社会呢?

不用说,以技术为中心的解决方案既符合以跨国公司为主体的信息技术提供者的需求(它们正在从转型中寻求新的市场机会),又适合发展中国家的需要(它们正在寻求对政治、经济和社会问题的技术解决方案)。虽然人权和自由的话语在威权主义政府听来不那么顺耳,但峰会的主要动议对许多发展中国家来说也不陌生。比如,我在上一章就论及,在中国,政府早就承担了以技术促发展的责任,并将信息技术作为“关键一环”置于发展战略的优先地位。在这个意义上,峰会的正式文件了无新意。对“信息社会”的辞藻,以及技术的迅速发展如何开启了新的发展机会的表述人们已经太熟悉了。在这种情况下,我们可以说,一部调侃式的有关理想破灭的电影《手机》提供了关于信息社会的更新鲜、更深刻的文化视角。这部影片将人的关系置于前景;最重要的是,它不是将主题归结为技术推动社会进步的线性概念,和接触信息技术就是维持人际关系的简单等式。在

展示手机给个人自由和赋权的经历同时,电影说明,单靠“联接性”(connectivity)本身并不能给人带来生活质量的提高。

尽管克服数字鸿沟是可喜可贺的目标,峰会的正式文件却丝毫没有提及对于技术的近用(access)和技术应用的微观社会文化环境。支持将近用技术作为全球原则是一回事;理解这种近用的社会和文化环境则完全是另一回事。正如《公民社会宣言》中清楚宣告的:普遍接近“意味着解释不同社会群体所经历的各种现实……意味着优先采取面向地方的和有目标的解决方案”。我的个人经历是一个很好的例子。多年前,当我得知我在中国农村的一个11岁的外甥在学校不能接触电脑的时候,我立即想到了一个个人的解决方案:为他买一台电脑。然而,考虑到他的家庭环境,我还是放弃了这个念头。现实是,我的外甥,就像许多农村“留守儿童”一样,是与他们上了年纪、没有文化的祖父母一道生活的。他的父母亲在距离几百公里之外的一个城市经营着生意,由于制度性的城乡鸿沟,我的外甥无法在父母身边上学。在没有有文化的家长监护和技术支持的情况下,让一个11岁的儿童单独用电脑,让我不放心。买电脑是一回事,提供接近电脑技术的社会和文化环境是另一回事。

毫无疑问,公民社会组织的参与和这些组织对信息社会前景的发言是WSIS上最重要的成就。在这次世界峰会上,非政府组织是以平等的正式参加者,而不是以观察者和场外的抗议者的身份出现在会场上的。这是非政府组织在国际论坛上长期抗争的结果,是国际会议史上前所未有的历史性事件。但是,不可避免的是,峰会也在参与权利方面显示出深刻的鸿沟和不平等。分歧不仅出现在富裕的北方和贫困的南方之间,而且出现在不同的国家和市民组织的看法之间。不仅如此,在全球南方政府(表面上代表多数,但没有多数拥有实质性权力的人口,即哈特和奈戈里所称的帝国的第四层)和声称代表一般公共利益、特别是代表全球穷困和无权者的公民社会组织之间显然还存在敌意。对于正在争取全球传播的自由和公平的斗争来说,这是相当新的动向。例如,在1970年代到1980年代初期争取世界信息传播新秩序的时候,公民社会组织很少参与,西方和第三世界国家是论争的主体。

不可否认,官方将公民社会纳入全球峰会的正式成员是一种突破。然而,与会者及其立场的多元化凸显了任何简单的两分法的不足,不管这种方法是将政府和市场,还是将公众和私人、官方和非官方、北方和南方视为分歧的两极。这种复杂的形势对理论和策略带来的挑战都是深刻的:倘若南方的一些威权主义政府不能真正地代表它们自己人民的利益和愿望,那么,在参与峰会的全球公民社会组织的机会绝非均等的情况下(例如,有些国家参与峰会的公民社会组织很少,而且参与的组织也并非草根组织),又怎么能够保证在峰会上的确有“真正的全球公民社会”存在呢?对那些可以就公民社会组织、互联网管理和知识产权争议合法地表示异议的发展中国家而言,其政府之间是否可能有任何形式的策略联盟呢?学者和公民社会的活动家是否从较早一代人的理想主义(将第三世界国家视为抵制西方垄断的力量)态度转而对南方国家取得任何进步的可能性抱有

疑态度呢?

当然,问题的焦点不在于《公民社会宣言》是否全面分析了极端不均衡的全球社会条件,是否具有普遍吸引力。例如,中国缺少话语权的社会群体,从失业下岗的工人到收入低下的农民,从贫困农村地区的失学儿童到艰难支撑家庭的妇女,都无疑会发现《公民社会宣言》极富吸引力。他们中的许多人会同意,关于信息社会的种种憧憬,这个宣言已经表达得再好、再完整、再雄辩不过了。但是,对有这样的奢侈机会参与这样一次峰会的公民社会组织而言,挑战始终存在,那就是,如何将他们与像中国这样的国家里的社会抗争群体及其信息需要联系起来。在这里,接近信息和传播工具极为重要。虽然这正是使一些威权主义国家成为峰会的非政府组织参加者批评对象的主要原因,但对在峰会上以“全球公民社会”自称的主要来自西方的非政府组织参与者来说,重要的问题不只是承认参与的不均衡性,而且要从单一的反威权主义的立场转变过来和超越出来,从而提出先发制人的策略,去理解和接近威权主义国家中的社会力量。

WSIS上的公民社会参与者强调“传播社会”,而不是“信息社会”,这是非常重要的。他们坚持这样的理念,即传播是人类发展的根本,是具体的政治、经济、社会和文化斗争整体的一部分,而不是由市场驱动的、传输世界信息行业生产的商品和服务的一种活动。此处再次显示,具体的社会现实否定了任何先验的观念,这样的先验观念往往强调何种媒体、什么信息以及哪种形式的传播是相关的、赋予权力和解放的。如上章所述,于建嵘(2003)的研究表明,在中国农村的某些地区,最有赋权能力的、甚至最具解放性的传播活动竟然曾是农民自愿组织起来的传播党中央关于减轻农业税赋政策的活动,包括在集市和其他公共场所用广播喇叭朗读中央文件。这种传播不仅仅成为当地农民为经济生存而抗争的重要方式,而且是农村社会组织和自治公民社会形成的基础。试想这样的经验将会怎样丰富和扩展 WSIS 关于公民社会的认识,而这些农民会如何用自己的体会来说明何种信息、何种传播技术对他们是最有赋权意义的?

在日内瓦描述的有关“信息社会”的图景(不管它们出自官方还是公民社会的视角)与来自全球信息社会一角的中国关于信息社会的想象的和真实的图景之间无疑存在着巨大的差异。在中国国内,电影《手机》里与手机有着复杂的爱恨关系的城市中产阶级和冒着风险传播官方文件的农民之间的差异也是巨大的。正因为如此,以人为中心的、包容的和平等的全球“信息社会”的理想才变得更加重要。

第 17 章

文化产业、市场逻辑与文化多样性:可持续发展的公共文化传播理论与实践

在国际与国内政治、经济和社会现阶段发展过程中,由于传播过程和传播与文化资源的社会分配等议题占据了核心地位,因此,进入新世纪以来,国内外传播与文化政策领域的发展,以及各种政策取向的阐述与碰撞空前活跃。

在中国,“入世”和新自由主义市场逻辑提供了世纪之交有关中国传播与文化发展的话语背景,以商品化、产业化、集团化、资本化和全球化为核心的传播文化产业理论、政策和实践的发展令人目不暇接。从1980年代的“新闻改革”到1990年代的“媒体改革”,政策和学术话语范畴在新世纪进一步拓展至更广阔的“文化体制改革”。2006年1月,中共中央、国务院发出《关于深化文化体制改革的若干意见》,这意味着文化体制改革从2003年开始的试点阶段进入了全面推进阶段。这一文件将“繁荣社会主义文化,不断满足人民群众日益增长的精神文化需求,提高全民族的科学文化素质,培育有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义公民,促进人的全面发展”确立为文化体制改革的指导思想(新华网,2006),并要求“从全面落实科学发展观、建构社会主义和谐社会的高度,从巩固马克思主义在意识形态领域指导地位的高度,从加强党的执政能力建设的高度”来认识这一改革的重要性和紧迫性(新华网,2006),这一文件标志着中国传播与文化领域进入了“深化改革”时代。文化体制改革的全面展开,表明从1978年开始的中国社会转型的重心从经济领域转向了文化传播领域。

于是,制定文化传播政策的重点放在了如何处理商业性与公益性、管制与开放这两对关系上。一方面,市场逻辑在深化,以跨国商业化文化——不管基于美国还是韩国——为模型的文化产业建设方兴未艾,人们也充分认识到市场积极的意识形态作用及其满足社会传播和文化需要的功能,而中国新闻业界就此议题的最新论述是“文化出版产品占领的市场越多,意识形态的阵地就越巩固,社会效益就越好。人民群众是我们的读者和顾客,要注意在市场的交换中满足他们的文化需求”(孙正一,柳婷婷,2004)。不仅如此,市场也被视为中国文化传播“走出去”,提高中国对外“软实力”的理想途径与可

行方案。另一方面,主流政策话语也开始采用并阐述如下概念:以承认传播文化的非商业性为前提的公益性“文化事业”和“公共文化产品”概念,以国家主权为基础的“文化安全”概念。2005年文化部、国家广电总局等五部委联合下发《关于文化领域引进外资的若干意见》,从政策管制的层面批准了文化与传播边缘性领域的对外开放,并重申了对该领域核心部门的本国控制原则;同时,党和国家主管部门也从文化宣传政策执行层面继续强化对新闻宣传与文化传播产业的管理,包括对某些业已成立的违规中外合资项目的处分。

与此遥相呼应,知识界与媒体围绕着文化产业的政治性等议题展开了前所未有的激烈争论。2005年关于湖南卫视《超级女声》节目的论争中,许多声音都欢呼这一把市场逻辑发挥至极致的节目所体现出的消费者主权的胜利。市场自由主义的声音把加拿大传播学者斯迈思定义的文化工业的产品——“受众商品”转换为政治意义上的“人民”,从而使这一节目的商业意义政治化,将其在大众文化市场上的成功等同于民主和平等理念的胜利。而持批判立场的学者则质疑这种化约主义的动机,不但批驳了这种草率之举——把与文化工业相对应的“大众”等同于作为政治主权的“人民”,更注意到了这种话语背后的意识形态与政治诉求(吕新雨,2006)。

在国际文化与传播领域,我们也能清楚地看到不同政策取向和价值体系之间的妥协与交锋(冯建三,2006)。一方面,历经了以私有化、自由化(引入和强化竞争)、管制转向(从维护某种定义下的“公共利益”到营造有利于企业进行扩张和更新的政策环境)和企业化为核心的新自由主义模式的发展与重构后,市场逻辑在国际文化领域内已然占主导地位,传播与文化也随之成为跨国资本和本国资本积累的新平台(Herman & McChesney,1997;McChesney,1999;默多克,2005;D. Schiller,1999,2006)。因冷战的结束和全球化话语的盛行,以信息技术为基础的信息资本主义得以扩张至世界大部分区域,进而市场意识形态和以个人消费主义为核心价值的商业文化在全球范围内牢牢占据了霸权地位。

与此同时,国际传播和文化政策领域却从未停止对新自由主义政策的抵制,并始终固守着传播与文化的不可全盘商业化原则,如此这般,1990年代初“文化例外”原则最终在世贸组织自由贸易框架中得以确立。新世纪以来,信息资本主义加剧了全球的不平衡发展,消费主义文化价值体系对人类文化的同质化影响及其可持续发展的特征日益明显,于是,国际传播文化领域一改过往对新自由主义政策范式及其负面影响的批判与消极抵制等做法,转而积极寻求在政策层面上的建设性行动。这具体且集中地表现在2005年底联合国负责传播和文化的两大机构各自的历史性行动与议程中:

首先,2005年10月20日,联合国教科文组织第33届大会以压倒性多数(148票赞成,美国和以色列反对,澳大利亚等四国弃权)通过了《保护和促进文化表现形式的多样性公约》(以下简称《公约》)。《公约》的出台实则兑现了联合国教科文组织在2001年召开的第31届大会上通过的《联合国教科文组织世界文化多样性宣言》的《行动计划》中关

于建立一个相应的法律框架的承诺,它一开篇“确认了文化多样性是人类的一项基本特征”和“共同遗产”,强调文化多样性保障各社群、各民族与各国可持续发展的重要性,并把保护和促进文化多样性提高到国际社会理应接受的人类基本伦理的高度。《公约》承认世贸谈判中“文化例外”原则,也毫不讳言商业逻辑与文化价值间的紧张关系,它也更加“确信拥有文化特征、价值观和意义的各种文化活动、产品与服务具备经济和文化的双重属性,故不应视为仅具商业价值”。同时,《公约》还“注意到信息和传播技术飞速发展所推动的全球化进程为各种文化间的互动,创造了前所未有的条件,但同时也对文化多样性构成挑战,尤其在富国与穷国之间可能造成的种种失衡”(联合国教科文组织,2005,着重号为原文所加)。正如傅谨(2004)在评论《公约》草稿时写道,我们可以将《公约》“理解为与经济全球化趋势逆向而行的结果,它意味着地理大发现以来,已经持续了几个世纪的西方中心论,却恰恰透过西方文化在全球树立并巩固其统治地位这一过程,方才显示出其本质上的缺陷,而历经全球化浪潮的洗礼后,人类的有识之士显然已经决心开始从基本的伦理价值层面上,唾弃这种文化偏见”。因此,这位论者认为,这一《公约》“很可能成为人类文化发展史上最重要的文献之一”。

其次,如上章所论,WSIS在突尼斯举行的会议通过了《突尼斯承诺》,重申2003年日内瓦《原则宣言》中有关“建设一个以人为本、具有包容性与可持续发展的信息社会的愿望和承诺”,并强调了“包括发展权在内的所有人权和基本自由权的普遍性、不可分割性、相互依存性和相互关联性”。尽管美国对该会议并不热心,一些国家也希望淡化有关言论与信息自由的主题,但以缩小“数字鸿沟”为核心的平等诉求,与以互联网国际管理机制为核心的国际传播民主化诉求还是成为峰会两大中心议题。全球政治领袖、跨国信息和文化传播业代表与公民社会参与者等三方力量围绕信息社会的现状、问题与前景等议题各抒己见,并初步达成一些共识。更有历史意义的是,如本书前一章已提到的,在这次世界峰会上,非政府组织是以正式参加者身份出席会议,而非以观察者和场外抗议者身份出现。这在国际会议史上是前所未有的,也是公民社会组织在国际论坛上长期抗争的结果。与2003年《公民社会宣言》相呼应,参与会议的全球公民社会组织发表了比官方文件更具有人文精神的宣言(Civil Society Statement,2005)。

当然,出台政策与宣言,表达原则与承诺是一回事,权力关系的具体运作、传播与文化实践的实际过程又是另一回事。而且,正如一句英语俗语所言,“魔鬼在细节中”。不同立场与利益主导下的不同阐述者即使对同一概念,也会有不同理解。例如,文化的非商业属性得到了国际社会的承认,保护文化多样性被提高到了超越某一国和某一团体(如跨国文化传播集团)利益的高度来认识,但落实到具体的运作层面,在国际领域文化保护的目的是与意义会不会就只是为了发展本国的文化产业,同时服务于本国占主导地位的政治经济势力?文化表现形式的多样性是否只是在单一的商业逻辑和同一性的个人消费主义价值体系基础之上的多样性,比如《美国偶像》在世界各地遭遇本土化改造的翻版,又或者挪用了传统文化元素的商业文化在各国的发展?文化市场上的“消费者主权”

与公民文化权利之间有什么关系?从新世纪发展传播学的角度,国际与国内的传播理论和政策话语之间是否存在全面对话的可能性?更具体而言,作为全球公民社会中一股重要力量的西方人文知识分子在文化传播领域内提出的各种批判理论,包括文化帝国主义理论,是否像某些学者所认为的那样,不宜在国内张扬与传播?

为了探讨这些问题,本章首先回顾国际传播史上有关文化传播与替代性发展模式的讨论。然后,本章提供国外人文知识界对现存国际政治经济体制下的文化产业的最新批判分析,包括消费主义文化价值体系对人类社会生活方式的多样性和可持续发展的挑战,市场作为传播资源分配的一种手段对传播制度和媒体政治的塑造,以及文化产业所建构的“消费者主权”与公民文化权利的关系等。最后,本章论述并分析了国际文化传播领域内一些前沿性的公共文化传播政策选择原则与实践,并讨论传播学者的社会角色。

文化传播及其对替代性发展模式的追求:历史线索

倘若新闻客观性是新闻学与新闻实践中的“不死之神”(哈克特,赵月枝,2005)，“文化帝国主义”的理论与实践则是国际传播理论与实践中的挥之不去的主题。当然,这两者一个是正面的宣称,另外一个则是负面的批判。正如正面的“客观性”及其相关概念“准确”、“公正”、“平衡”与其对立面“偏见”、“失衡”所组成的规范性矛盾体一样,负面的“文化帝国主义”及其相关概念“依附”、“同质化”、“不平等”、“不平衡”与其对立面“文化多样性”、“平衡”、“独立”、“自主”、“多元化”、“平等”等也组成了规范性的矛盾体。而且,客观性作为一个“知识/权力”的话语集合体有其不同的话语主体、历史演变复杂性以及制度沿革背景,与此类似,“文化帝国主义”作为国际传播领域内“知识/权力”的话语集合体,也有其不同的话语主体、特定的历史演变以及制度变迁背景(Fejes,1981;Tomlison,1991;D. Schiller,1996;Roach,1997)。

割断与修正历史是意识形态运作的重要方式,这在学术和政策层面上都不鲜见。实际上,倘若我们不把1980年代初里根、撒切尔新自由主义政策上升史当做某种“全球化新纪元”的话,我们就能发现,尽管诸如“文化全球化”、“混杂性”、“流动”、“创意”等带有后现代色彩的词汇层出不穷,但目前国际传播领域在很大程度上仍然围绕着“文化帝国主义”理论主题而展开,包括对“文化帝国主义”理论的阐释、修正、批判、否定与否定之否定等;而上面提及的联合国两大机构在2005年国际文化传播政策领域内的关注问题与政策诉求,与被全球化话语所边缘化的1970年代“世界信息传播新秩序”运动所关注的问题与政策诉求之间在政策层面上有着更为明显的前后相承的关系。当年有关国际传播秩序民主化的呼吁,与如今WSIS中有关互联网管理民主化的诉求遥相呼应;当年有关国际信息流动不平等的旧问题成为如今WSIS上所提出的“数字鸿沟”新问题;联合国教科文组织1980年发表的《麦克布莱德报告》标题所表达的“多种声音,一个世界”的愿

望也与如今这个组织的“文化多样性”诉求相辅相成(MacBride Report, 1980);而如今被视为对全球化浪潮的批判或逆向行动,亦是过往抵制国际资本主义运动在当前发展的新阶段。正如马特拉(2005:11)所言:“实际上,文化多样性的问题由来已久,而今天我们却把它当做一个新生事物。对它的历史的遗忘正是‘全球化’概念深入人心的结果。然而,‘全球化’现象的起源却被我们所忽视”。当然,我们也不能忽视“时过境迁”的重要性,以及世界政治经济格局的变迁与话语框架背景和维度的变化。梳理这一变化也许能为今天中国的“社会主义文化”建设提供一个有益的世界历史背景。

首先,从关注点的角度来看,政治性与文化性突出的大众传媒问题,尤其是国际新闻流动与电视节目流动中的不平衡问题是1970年代“世界信息传播新秩序”讨论的核心。1978年,联合国教科文组织发表了《大众传媒宣言》(Mass Media Declaration),强调了大众传媒问题。在随后的《麦克布莱德报告》中,技术、内容、政策、新闻与文化身份认同等问题有机结合在一起,作为整体性的讨论对象。联合国教科文组织是整个讨论的中心,而讨论的政治性色彩十分浓厚,因为它意在针对国际传播资源的不平衡分配与不平等权力关系发起挑战,并对跨国公司的商业主义逻辑提出尖锐批评。到了新世纪初叶,大众传媒问题在“信息”与“文化”的机构性和概念性分野中被边缘化,甚至消失了。一方面,主要关注技术问题的国际电信联盟成为世界信息社会峰会的主办者,去政治化了的“信息”范式和信息传播技术的推广与普及问题成了主流话语的中心。如我在前一章分析2003年WSIS第一阶段的成果时指出,尽管有“以人为本”的承诺,官方文件的主旋律仍旧体现了技术决定论的思路,更遑论去挑战信息资本主义的统治性逻辑。同时,被美国成功“去政治化”了的联合国教科文组织成为《保护和促进文化表现形式的多样性公约》的倡导者,与“信息”一样,“文化”概念也被去政治化,在强调不同文化间平等地位的同时,却遮蔽了文化背后不平等的权力关系。倘若“多种声音”理应包括政治和文化声音的话——尤其使人联想起新闻传播中不同的政治和社会声音,那么,“文化多样性”的概念却很难使人联想起新闻传播及其所表现的不同社会政治制度与价值取向,而更多地将其与博物馆文化和被本质化了的少数民族和原生态文化等相提并论。总之,“信息”与“文化”概念几乎消解了“新闻”与“政治”内涵。

其次,以政策参与者的角度来看,“文化帝国主义”讨论中的政策主体与“国际信息传播新秩序”运动的主要推动者是第三世界的主权国家,它们处于社会主义与资本主义对立阵营之间,以及由此形成的“不结盟运动”队伍之中。对刚刚走上国际政治舞台的第三世界国家而言,各国人民通过抗争夺取的国家主权是他们在国际上争取文化独立的主要武器。新世纪初叶,主权国家已不再是国际文化传播政策领域内的唯一主体,资本与公民社会力量的角色开始出现。虽然《保护和促进文化表现形式的多样性公约》的缔约主体是各个主权国家,而且《公约》也旨在维护国家制定并实施有关保护和促进文化表现形式的政策的主权,以期有效制约跨国传媒企业的商业化活动,以及传播文化中服务与资本利益的贸易自由主义,但是《公约》本身却不得不重申民族国家在文化传播领域内所应

拥有的主权,同时支持者将《公约》的出台亦视为主权概念的一次胜利,这一点就足以表明主权概念面临的挑战。此外,《公约》把“公民社会的参与”作为重要一条加以规定,并认为缔约方在文化保护中有义务“加强与公民社会,非政府组织和私人部门及其内部的伙伴关系”。新的超越主权国家作为唯一主体的“多利益主体主义”(multi-stakeholderism)原则在 WSIS 过程中体现得更加明显。除了主权国家之外,资本和公民社会组织(civil society organizations)成了参与 WSIS 过程的主体。当然,各方的力量相当不平衡,而对于那些资本和公民社会力量相对薄弱,甚至有不同理解和社会建构的发展中国家而言,体认到这一点尤为重要。如我在本书第 8 章和第 9 章已论及,公民社会概念本身就极具争议性,而它在西方发达资本主义国家的社会发展和社会结构中与国家、资本之间有着复杂的关系,同时,东欧和发展中国家的社会演变也加剧了这一概念在理论和实践上的复杂性(Sparks, 2005; Aginam, 2005)。公民社会组织第一次与国家、资本携手,建立“伙伴”关系,在国际会议中“登堂入室”,即便如此,这股力量的内部构成却有诸多局限,最大的问题在于他们的代表性,毕竟他们大都来自发达国家,或得到发达国家与国际组织的相关资助。这必定影响他们的政策关注点,导致他们对人权的定义过于狭窄,并无法在发展中国家最为关注的问题上——即缩小全球信息鸿沟问题和建立更合理的知识产权——更有所作为(Chakravarthy, 2006)。在具体决策过程中,公民社会力量明显被边缘化,而与国家和资本力量在价值观层面的实质性分歧正是公民社会决定单独发表宣言的真正原因。2005 年公民社会宣言的标题《本来应该可以取得更多的成果》无疑传神地表达了这种失望情绪。相比之下,跨国公司的力量更为明显,例如,2003 年 WSIS 日内瓦阶段会议上,发展中国家已然认识到开放代码软件(open source software)对发展的重要性,针对这一主流认识,微软公司成为 2005 年 WSIS 突尼斯阶段会议的赞助商,不但借此一举取得了会议主题发言的资格,而且公司的参加者也从 2003 年的 6 人增加到 2005 年的 70 人,他们在 WSIS 官方文件的起草过程中扮演了超常重要的角色(Ermert, 2005)。这在 1970 年代是无法想象的。

最后,也是最重要的是,历史上“文化帝国主义”的批判话语与 1970 年代争取国际信息传播新秩序运动,旨在追求有别于资本主义的替代性现代化发展模式。当时,国际政治中社会主义阵营的存在,以及资本主义制度与社会主义制度之间实质性的对抗,为许多取得政治独立的第三世界国家争取独立发展,提供了一定的意识形态想象和现实的政治空间。这里,需要从人类学意义上来理解“文化”。文化作为一种整体性的生活方式和社会价值体系,被视为争取资本主义之外的替代性发展模式和构建新型社会结构的主要场域。在这个激进话语里,“民族文化”(national culture)不是通俗意义上的文化遗产、博物馆里的陈列和少数民族或原生态文化,更不是在世界资本主义市场体系中各国的文化工业所提供的“产品和服务”,也就是说,该话语中的“民族文化”,既不在空间上把地理意义的区分本质化(东方对西方,中国产的商业电视剧对韩剧),也不是去历史化和去社会化意义上的“文明”,更不在时间上面对过去,进而把传统文化中压制性的因素理想化,当

成国粹来保护(Tomlison, 1991),而是强调文化与社会政治经济权力关系的相互建构,以及生活方式选择的动态意义与未来意义。因此,“对激进主义者而言,民族文化是未来的东西”(D. Schiller, 1996:96),亦即,它是这样一种人类学意义上的文化,超越了殖民主义和传统社会关系,隐含着新的社会组织形式以及人与人之间新的社会关系。

“民族文化”与文化多样性

具体而言,20世纪六七十年代激进话语里的“民族文化”是区别于国际帝国主义和本国统治阶级文化的正在或有可能出现的新的“人民文化”。正如“文化帝国主义”的主要批评者赫伯特·席勒所言,该“民族文化”的发展和保护是在“与外国或本国统治者的日常冲突和斗争过程中苦心孤诣的结果”(H. Schiller, 1976:85)。阿尔及利亚著名反殖民和民族解放文化先驱弗兰兹·范农(Frantz Fanon, 1961;1968)更明确地把锻造这样的新“民族文化”与争取民族独立的斗争紧密相连,认为这种“民族文化”是殖民地人民反殖民斗争并成为独立自主的社会主体的结果。因此,围绕文化而展开的斗争,离不开民众争取民族独立的斗争:“在发展中国家,这些国家为争取自由斗争的最中心地带形成了他们自己的民族文化”(转引自 D. Schiller, 1996:99)。很明显,对范农这样的文化帝国主义的激进批判者而言,后殖民国家对“民族文化”的重新培育不仅与反对国际资本主义文化息息相关,也与一系列反抗行动密切相关,它们旨在抵制国内压迫性“反动传统主义”的复活,并阻止新的各国资产阶级作为跨国资本的附庸与代理者成为统治性的特权阶级(D. Schiller, 1996:100—101)。正是在此意义上,丹·席勒认为,“文化帝国主义”批判理论可以视为一种反抗国内外跨国阶级统治的理论(1996:101)。第三世界的政治家有可能一边在国际讲坛上大谈反对文化帝国主义,一边却在国内建立和维护阶级统治,并进而成为国际资本的附庸,而西方的文化帝国主义批判者也有可能对第三世界的反帝反资社会运动内部的复杂权力关系缺乏足够认识(Tomlison, 1991),即便如此,简单地把文化帝国主义批判等同于对第三世界专制政权的支持是毫无道理并缺乏历史根据的,相反,文化帝国主义批判恰恰包含着对国内国际压制性社会关系的共同批判。

值得注意的是,追求一种超越资本主义统治关系的新型的本国文化,也是英国激进文化批判学者的目标。信仰社会主义的英国文化研究先驱汤姆森(E. P. Thompson)、霍加特(Richard Hoggart)、威廉斯(Raymond Williams)和霍尔(Stuart Hall)都密切关注英国工人阶级的文化以及他们的共同经历,甚至通过成人教育等途径参与到工人阶级文化的培育行动中去。譬如,对于威廉斯(1961)而言,新的“共同文化”以超越现存资本主义社会关系(包括产权关系)为基础,以文化革命的“漫长革命”为目标,后者与经济领域的工业革命以及政治领域的民主革命密切相关,并相互延续。威廉斯意义上的文化是普通的,是“整个生活方式”,而工业革命以来英国社会生活中最关键的分野并不存在于语言、

衣着和休闲之中,因为它们趋向一致,而是存在于“有关社会关系性质的不同观点”之中。威廉斯认为,与资产阶级个人主义相反,工人阶级的“主要文化贡献”在于“为实现普遍社会公益而形成的集体的民主机制”。他进一步认为,“共同文化”的构建过程就是普通人参与决定社会共同意义的过程,而工人阶级文化中的一些积极价值观,可以作为重构整个社会价值体系以及重新整合社会的基础(Williams,1957:31—32)。在他看来,建设社会主义文化的要旨并非事先定义文化内容或寻求某一公式,“而是清理渠道”,“保障人类精神在面对不断演变的生活的具体丰富性和多样性时能得到全面回应的机会”(Williams,1957:30)。以这般的社会主义想象为蓝图,威廉斯对英国资本主义制度下的文化状态提出如下深刻批评:

倘若意义的创造果真包含所有人的一种活动的话,那么,人们注定要被任何这样的社会而震惊:其最显著的文化要么压制某些社会群体的意义和价值,要么没能为这些群体提供表达和传播这些意义的可能性。这正是当代英国社会的情形。很明显,人口中的大多数,虽然作为民众在生活中一直创造着他们自身的价值,但教育体系的性质却使他们无法接近其先人创造的全部意义。同时,包括物质所有权和有限的社会假定在内的整个传播结构也将他们排斥在一直进行着的变革以及发展社会意义的过程之外(Williams,转引自 D. Schiller,1996:127)。

因此,在1960和1970年代,不管是在西方资本主义的文化中心还是在新独立的第三世界,激进的文化批判正是建立在对资本主义之外的替代性社会模式的想象的基础上。事实上,也正是在认可了资本主义之外的替代性发展的可能性和现实性的基础上,我们才能理解本书前面已两次提及的席勒(H. Schiller,1976:9)的文化帝国主义定义的真正用意。正是因为第三世界新独立的民族国家被卷入世界资本主义体系的过程已不再是武力征服的过程,民族国家中的“统治阶层”在其中的作用就显得至关重要了。因此,抗拒“文化帝国主义”绝对不等同于各国本土资本在国家主权的保护下生产的一系列文化产品,这些文化产品弘扬消费主义,并维系着不平等社会关系,与“现代世界体系统治中心的价值观和社会结构相适应”;抗拒“文化帝国主义”也更加不是好莱坞风格的本土大片,它们可是本土资本和文化商人在国际资本文化工业的劳动分工中参与制造的,并以本土文化元素作卖点。相反,这种抗拒意味着弘扬新的文化想象与文化表现形式,挑战现有的国际与国内不平等的社会权力关系,亦即对全球资本主义制度之外的社会制度安排和生活方式的可能性的想象。正如德里克(Dirlik,2005:288)在论及中国社会主义实践的历史性和国际性时所言,1960至1970年代,以社会主义在资本主义体系之外的可行性为前提,才得以提出文化的同质性与多样性等重要问题。倘若今天我们抛开社会制度和政治经济权力关系的背景来讨论这个问题,把文化多样性理解为资本主义在不同文化形式中的表现,或者说,当“区别”仅仅被当做是资本主义这一主题在不同国家和文化背景下的不同变奏的时候,这种“区别”也就没什么实质意义了。而且,德里克进一步指出,倘若只是从这个层面来理解和想象“不同”,那么,抵制文化同质化与另一种方式的

同化之间没多少区别(Dirlik, 2005: 288—289)。

于是,问题的关键不在于文化消费,也不是“文化帝国主义”的批判者忽略了电视观众的主体性,即他们在解读美国电视剧《豪门恩怨》时调动自己文化意义资源的能力。激进“文化帝国主义”批判者他们理论想象中的“抵抗主体”,并非电视机前作为资本主义文化工业的消费者在解读某一商业节目的“活跃观众”及其消费体验,而是一种新兴的社会实践主体,在新独立的民族国家中他们积极对抗国际与国内资本主义,追求替代性发展模式,并在此过程中创造新的文化形式。实际上,如本书第1章已论及,除了法兰克福学派,文化帝国主义批判的另一直接思想资源正是第三世界的社会理论,包括产生于拉美知识界的“依附理论”,而《如何解读唐老鸭》(Dorfman and Mattelart, 1971; 1975)这一文化帝国主义批判的经典著作更与智利民选社会主义政权的实践紧密相连。更有必要指出,文化帝国主义批判者关注第三世界的社会主体;而安(Ang, 1985)以42封荷兰电视观众的回信为实证资料否定了这一理论,卡茨和利伯兹(Katz and Liebes, 1990)的观众解码研究则在对以色列的本地居民,以及俄国、阿拉伯与摩洛哥移民的实证调研中得以完成,以批判现存的文化帝国主义理论。

社会主义运动在世界范围内陷入低潮的今天,帝国主义在军事和政治层面上又有新的发展,在被合理化的后“9·11”世界,在依然宣称坚持社会主义的中国,梳理有关文化帝国主义的讨论、文化多样性诉求的历史与现实语境及其学术演变历史,意义重大。

■ 资本主义政治经济逻辑,消费主义和文化多样性:当代批判

苏东巨变、不结盟运动的挫败与新自由主义市场化政策的全球性胜利并没有带来历史和意识形态的终结。正如格雷姆·默多克(Graham Murdock)所言,市场化在有些国家有时是一种实用主义的选择,有时本身就“被一种意识形态的信念所推动”,而这种意识形态的核心如下:“市场天生就是经济组织的最佳基础,天生就是个人自由的最后保障”(2005: 16);同时,与市场化紧密相连的消费主义意识形态不但在过去为产业资本主义创造了大量的需求,而且以其新的在地域、社会阶层、想象上和促销活动中无所不包、无孔不入、永无止境的流动性,成为全球资本主义的核心意识形态。消费主义作为资本主义制度在全球再生产的文化意识形态,不但“把满足基本需求以外的消费视为人生意义的核心”,而且“若某个社会组织形式将满足消费者的需求放在制度安排的中心,无疑它就是最好的社会”(Skair, 2001: 5)

如今,市场化和消费主义得以全球扩张,治理危机不断,经济和社会不平等持续恶化,文化认同的危机和其他世界性问题层出不穷,面对这些问题时,各种建立在对宗教、民族和种族认同基础之上的原教旨主义运动大规模复苏。全球资本主义文化消解了地理和想象边界,并把世界建构成哈特和奈格里所指称的帝国,在此大背景下,这类运动

可谓逆向而行,致力于更尖锐的内外之分、敌友之别的划界行动(默多克,2005:19),比如以“圣战”回应“麦当劳世界”(Barber,1995)。但是,正如默多克所言,倘若就此认为“冷战时代资本主义与共产主义之间的二元对立已经被流动消费主义与原教旨主义之间的对立所取代”那就大错特错,也犯了化约主义的毛病(2005:20)。事实上,一直存在着追求人类解放的世俗社会进步运动及其文化。而这正是与原教旨主义截然相反的另一只抵制全球资本主义消费文化的替代性进步文化和理念。当年,在冷战的两大阵营之间,存在着所谓的“第三世界”、不结盟运动国家以及资本主义国家中的独立知识分子与社会主义信仰的支持者。如上所述,正是这些身处西方和发展中国家的政治与文化力量,及其对“文化帝国主义”的批判,对发达国家文化传播中非民主化因素的抨击,以及在联合国政策范围内对“世界信息传播新秩序”的追求,表达了人类对自由、平等的文化传播体系的向往与追求。而今,如第8章所论及,在世界传播秩序中,国家、资本和非政府组织以及全球公民社会之间形成了新的力量制衡的格局。资本的力量不断扩张,大部分当年的“第三世界”和不结盟运动国家的统治阶层也因“受到引诱、压力、强迫,有时是贿赂”(H. Schiller,1976:9)或主动或被动地加入世界资本主义体系,在政策导向上偏向资本利益,即便这样,政治合法性的要求却使这些国家的政治精英不可能完全成为国际资本的附庸,放弃民族独立过程中的解放性承诺。最起码,这些国家的统治精英在全球市场竞争中不得不代表部分本国资本的利益与以美国为代表的国际资本进行讨价还价。同时,在资本与国家势力的夹缝中出现了进步的全球公民社会力量。如以上讨论所示,这一力量在理论与实践层面上均有其复杂性和局限性,而且公民社会组织要取代国家进而在发展中国家组织发展和实施大规模的,类似中国的“村村通”工程这样的信息技术普及项目,这也实属不易。毕竟,国家既是压制性的力量,又是民众“争取正义的场所和实现正义社会秩序的途径”(Garnham,1997:68),而且市场失灵与外部性(externalities),信息文化产品的公共产品性(public goods)以及消费过程中的非排他性特质(non-exclusiveness,例如,同样一块牛排,甲方吃了乙方就没有得吃了;但是同一个光盘,甲方看了乙方还可以看)决定了在文化领域内,关键的问题不在于是否需要政府干预和实施公共政策,而是需要什么样的政策和政策过程(相关国际讨论,见冯建三,2006)。

但是,不可否认,由于许多发展中国家在国际政治中屈服于世界资本主义主导的政治经济逻辑,并在争取和维护国际和国内社会正义方面表现软弱,因此国际公民社会作为道义力量与“人道主义议程的承担者”的地位正在上升,并日益成为国际社会中解放性诉求的最积极的呼吁者与推动者。如本书在前面所述,这在WSIS过程中表现得相当明显。与此相对应,在资本主义消费主义、原教旨主义以及狭隘民族主义之外,批判性的世界主义(critical cosmo politanism)、全球公民权的概念,以及对人类生态可持续发展的关注,成了世界进步人文主义者和左翼公民社会力量用以批判全球资本主义政治经济体系的重要思想资源,它们是康德的“全球公民体系”与马克思的国际主义理想在当代的理论表述。从西雅图和热那亚的反新自由主义的全球化抗议,到在巴西和印度举行的“世界

社会论坛”(World Social Forum),“另一个世界是可能的”(Another World is Possible)已成为一句全球性的口号,为社会正义而抗争的社会运动与“由下至上的全球化”诉求行动都高呼这一口号。社会公平、正义的主题在政策和社会实践——也即哈贝马斯(Habermas,1987)意义上的“系统”(system)和“生活世界”(lifeworld)——两个层面上同时展开。

在文化传播领域,从语言学家出身的乔姆斯基和经济学家出身的赫尔曼(Chomsky and Herman,1988)两人有关美国媒体“制造共识”的著名“宣传模式”,到赫伯特·席勒(1991)用以回应批判“文化帝国主义”的诸多理论、题为《还未到后帝国主义时代》的经典文章^①,再到麦克切斯尼(McChesney,1999)的《富媒体,穷民主》等,学术界对新自由主义政治经济逻辑主导下的文化传播的批判论著可谓汗牛充栋。比如,在哈克特和卡罗尔的著作《再造媒体》(Remaking Media,Robert A. Hackett and William K. Carroll,2006:2—12)中,两位作者综合各方批判,提出了西方传播制度的八项“民主赤字”,包括公共领域的失效,权力的集中,传播权力和资源分配的不平等,公共话语的同质化,对社群意识的损害,公司对知识共同体的圈地,文化传播过程中的精英主导特征以及由此引发的缺乏足够的公众参与,对传播权利的侵蚀。由于篇幅有限,本章只能在如下几方面做进一步阐述^②:

第一,公共领域的失效。在西方自由民主模式里,相对独立于政府的媒体被认为是公共领域的核心、维系民主的支柱,但极端商业主义的盛行、媒体所有权的集中和公共广播电视力量的削弱,使媒体的公共领域功能受到损害,并进一步强化了商业媒体制度本身隐含的为私人资本牟利与公共利益之间的张力。许多转型国家因为市场机制的介入而未能形成相对独立的公共领域,低成本和政治上保守的商业媒体内容充斥话语空间,已成规范。更令人担忧的是,在很多国家中,政治利益与商业利益都有不同程度的融合,这导致了媒体对公共事务的报道系统性地倾向于特殊利益集团,从而影响多元化原则的建立与维持。从老牌的自由民主资本主义国家美国、英国到新转型的俄罗斯,从亚洲的印度、泰国到拉美的委内瑞拉,这种担忧无处不在。

第二,媒体对个人消费主义单一世界观的宣传。这里,批评者关注的重点不是一个国家的政治生活,而是从文化、生活方式和人类生态的可持续性层面来关注人类的基本价值和生活方式问题。这一问题涉及如下几方面:其一,媒体对个人身份认同与主体性的塑造。在消费主义意识形态里,人们的身份由其所消费的商品的符号意义所确定。正如默多克所论,倘若马克思主义及其影响下的国际共产主义运动揭示了由商品组成的“物”的世界背后人与人之间的关系,从而将创造剩余价值的工人“置于历史舞台的核心位置”的话,那么“过去20年间,工人的文化偶像地位已日渐式微。原来的生产英雄让位

① 有意思的是,席勒的反批判者们至今没有回应和反批评。

② 以下四点的基本框架来自于爱尔兰独立媒体研究者、媒体改革活动家肖恩·奥修克鲁(Sean O’ Siochru)(2005:206—210),但对每点的阐述均有所不同。

给了消费英雄,即那些主要因为其生活方式而受到追捧的名人。在一种强化了消费主义意识形态中,他们是胜利者”(2005:17—18)。在消费主义意识形态盛行的社会里,消费成为定义不同社会身份与建构社会差异的重要标志。其次,由于广告是商业化媒体的经济支柱,市场化媒体对有高消费能力的群体的追逐导致其对低收入阶层的结构性边缘化,从而进一步加深社会阶层之间的鸿沟。现代社会离不开市场,如我在本书中多次论及,市场有赋权的能力,但这种赋权有其局限性和社会倾向性,市场只能在某些时候满足某些人的某些需求。因此,有必要戳破“消费者主权”的神话性。更为紧要的是,广告与消费主义话语以对个人需求和眼前需求的(有时是虚假的)即时满足为核心,因此这种意识形态与人类作为群体的集体生存和长远目标格格不入。在走向消费主义不归路的国家中,消费主义对环境和生态的破坏日益严重,而国内的政治经济精英为维护既得利益,加剧了对世界不可再生资源的争夺,在国内继续压制下层民众为争取基本生存条件而展开的社会行动,严重威胁着人类的和平与可持续发展。

第三,版权产业对人类知识共同体的圈地效应以及信息与知识的私有化趋势。版权的概念,与资本主义生产关系下知识商品化过程密切相关。市场逻辑下的版权话语会让人误以为,版权保护个体文化生产者,鼓励创造。人类在非资本主义社会关系下一直在创造和发明,但是在当代世界,版权主要保护的却非人类的精神创造本性,而是版权产业的利润。通过世贸组织,以美国为主导的文化产业商业化程度极高的西方国家将其版权制度国际化,使原来相对宽松并有利于发展中国家的国际产权管理制度进一步屈从于跨国公司的商业利益。而且,强势的西方媒体宣传使版权问题几乎等同于发展中国家一些个人和经济实体对跨国公司产品的盗版行为,从而遮蔽了跨国公司对发展中国家和传统社会的掠夺性占有和私有化行径,比如对原来处于公共领域的传统知识的掠夺,到生物基因的“盗版”行为。这种资本发起的对人类“知识共同体”的新圈地运动是资本主义发展史上原始的“圈地运动”在当今世界的延续。更重要的是,以跨国公司利益为核心的版权体制,与以促进文化教育和社会发展为目标的“合理使用”原则两者之间的张力不断加剧,从而导致了低收入国家和群体接近信息和知识的代价日益增加。数字时代一方面提供了无限复制的技术可能性,另一方面也为版权拥有者以单一节目、单个网页、单条短信进行收费的赢利模式创造了现实性条件,由此,信息传播的商品化进程也进一步得以深化与精细化。总之,跨国版权产业对信息文化产品的私人占有特征,与这些产品在生产过程中的社会性以及消费过程中的公共性与非排他性特征之间形成了尖锐的矛盾。

第四,电子传播领域内对民权的侵害。社会群体之间经济文化鸿沟的日渐加深导致了愈发棘手的安全问题的棘手化;出于新技术的快速发展以及民众对信息传播服务过度商品化的抵制等因素,产权产业逐渐强化了对产权的各种保护措施;极端商业主义也极大地侵害了电子传播业中的公共利益,鉴于此,占主导地位的政治经济势力以保障社会安全和保护社会公益的名义,在电子传播领域内逐步加强了对社会传播过程的监控力度。“9·11”之后,美国政府以反恐名义通过了《爱国者法案》,旨在限制传播领域、尤其

是电子传播领域的民权,并扩大情报与警察机构的监控能力。当然,在世界其他国家,政府和商业机构在电子传播领域内对民众的管制更加严密。

可持续发展的公共文化传播政策与学者的角色:理论与实践

文化传播领域的人文主义理论家和公民社会实践者在批判主导性的政治经济逻辑的同时,也提出了替代性选择的原则,并积极参与到政策过程和替代性传播文化的创造性实践当中。如本书第8章和第9章所述,与反对新自由主义全球化的社会运动和互联网的兴起相呼应,国际传播领域内的第四波民主化运动正方兴未艾,它致力于政治民主化和民主化传播的媒体改革运动,以及替代性的媒体实践(Downing等,2001; Couldry and Curran,2003; 哈克特,赵月枝,2005; Hackett and Carroll,2006)。激进传播理论家和实践者以上文提及的批判性世界主义为世界观,以有别于资本主义自由民主的激进民主概念为政治诉求,他们在公共文化传播政策选择和机构设置方面积累了大量的理论和实践经验。从本书第3章论及的“后资产阶级公共领域”理论到2005年WSIS后全球公民社会行动者集体发表的宣言,从美国一些市政府希望向市民提供更经济的公共无线网络服务的探索,以区别于营利性、甚至是垄断性的商业网络服务,到世界各地民众争取社会传播权利的种种努力,我们都能察见有关可持续性社会文化传播的新理念、制度机制、建议与实践。对此,本章做粗略总结。

在核心概念层面,作为对“新闻自由”和“消费者主权”概念的超越,公民文化传播权利(communication rights, cultural citizenship)作为完整的公民权的有机组成部分的观点得到了阐述。格雷姆·默多克(2005:21)在这个问题上的表述颇具代表性:

完整的公民资格由四类基本的文化资源与权利所组成。(1)信息:人们可以获取有关的全部信息,这些信息与塑造他们日常生活和生活选择的事件和力量息息相关。(2)知识:由于信息只提供了理解的原材料,他们必须获取完整的框架,情境化处理事件,赋予解释,做出反应和解答。(3)表象:他们有权利见到他们的生活、信仰和愿望准确而公正地在公共文化的主要场所以表达。他们有权利不被污名化,不遭受偏见。(4)参与:他们同样有权利在成为文化消费者的同时也成为文化生产者,积极地参与在公共文化中流通的观念、主见与表象的生产与再生产过程。

虽然有些人会认为这些权利是空洞的,但对一些受到压制的群体而言,这些权利“生死攸关”。比如,美国一位年轻的黑人媒体权利争取者就认为,正是媒体把黑人青年等同于罪犯的污名化和妖魔化再现,使得那些对无辜的和手无寸铁的美国黑人开枪的警察能轻而易举地洗脱罪名(Hackett and Carroll,2006:14)。

首先,为了保障以上的文化传播权利,就需要相应的文化传播制度。多样化的文化

传播需要多元的文化传播生产、流通和消费的组织逻辑。正因为不同组织逻辑有不同的结构性倾向,可持续发展的文化传播公共政策需要为不同的组织逻辑提供可能性,并创造其得以运作的条件。特别需要强调的是,这里提及的多元化逻辑与单一的资本/商业逻辑下所有制的多样性是两个不同层面的问题。国家独资、外资,本国私人资本、集体资本,以及上述不同种类的资本的合资可以带来资本的多元化。但是,倘若这些资本都在商业逻辑下运作,所带来的文化传播多元化必定是有限的。这里所谈的是更高层次和更有实质性的组织逻辑多元化。在这方面,詹姆斯·卡伦(卡伦,2006)提出的民主化社会传播组织模式应该说是比较全面和中庸的。相对于威廉斯提出的建立在工人阶级文化基础之上并超越资本产权的较为激进的社会主义文化理想,卡伦的模式更接近社会民主色彩浓厚的“第三条道路”。在卡伦的模式中,占主导地位的媒体是非营利性的公共广播电视,而其他组织逻辑下的媒体则包括私营商业媒体、社会市场媒体(亦即在市场逻辑框架中运行,但由于其服务的群体不是广告商的目标消费者,它们在市场竞争中没有优势,因此需要政策性的补贴)、专业媒体以及公民社会媒体(包括非营利的党派媒体、社会群体媒体以及参与性的社群媒体)。

其次,这种多元的组织原则和组织结构建立在对文化传播性质多元化的认识基础之上。信息服务一开始被某些人定位成“全球公共产品”——即去商品化了的公共服务和社会资源,这比联合国教科文组织出台的《保护和促进文化表现形式的多样性公约》中对文化非商业性的承认更为激进。虽然这一概念在新自由主义意识形态的霸权语境下看似天方夜谭,在一个积极推进信息商品化的社会是一种“逆反”,事实上,人们在这方面的实践从没停止过。欧洲的公共广播电视制度因其深厚的社会文化基础,没有彻底被新自由主义洪流所吞没(在加拿大,原来部分商业化经营的公共广播被成功地非商业化——不再播出广告,从而为听众提供了商业广播之外有实质意义的替代性选择方案)。在新媒体和新技术领域,没有当年的非商业性动机就没有今天的互联网,比如“开放代码软件”运动在商业资本的强大压力下仍持续发展。在内容生产方面,网上资源如维基百科(wikipedia)完全由撰稿人自愿免费编撰,已发展成世界上最大的百科全书。这些实践与跨国资本对人类知识的新圈地运动相互对抗,构成了传播民主化运动的重要前沿之一。而且,与上述公民文化传播权利的第四方面相呼应,文化传播的去商品化意味着对公民多重角色的认识的进一步深化。在某些时候人们是文化工业的消费者,但同时也是文化生产者,而且人们参与文化生产的形式和制造意义的层次应该比成为某个大众文化偶像的“粉丝”行动更具有深度和广度。当然,在这个问题上不能固守文化精英主义的某些偏见。在美国,微型社区广播在平民区里落根成长;在中国,江西和河南农民自编自导自拍电视连续剧;在巴西,工人党政府把小型的数字媒体制作工具作为文化赋权的必要物质资源发放给各个社区,这些都是威廉斯“文化是普通的”观点的最好注脚。中国的街区公共场地上自娱自乐的“票友”和下棋的退休老人们也是文化生产者,尽管他们的文化生产不属于国民经济统计表上“文化产业”的一部分,对GDP也没有直接贡献,但是,正是他

们的活动使生活方式丰富、多样而有意义。

毫无疑问,以上提出的多元化逻辑和多样化文化生产方式需要相应的经济支撑、资助体系与物质条件,包括安全的街角和清洁的公园。这里首先需要澄清两个问题:第一,不是所有的文化活动都需要好莱坞大片的天价成本。实际上,这种天价本身正是资本逻辑过度演绎的结果——包括明星的高额片酬、天价的特技花销以及巨额的公关与广告开支。同样,正是新自由主义市场逻辑的无节制演绎、尤其是国际金融资本的投机行为,导致了本书第7章提到的本世纪初电信网络领域的“能力过剩”,以及《经济学家》所称的近年来最大的资源错置等后果。在一个资本逻辑与其他逻辑相互制衡的文化传播体系里,文化传播生产的成本不应完全依赖于资本无限扩张的逻辑。具有表达能力的人——普通的人——才是文化生产最重要的人力资源。第二,对补贴的理解要超越某些思维定式。政府财政拨款是一种补贴,企业可以把广告开支当做生产成本,从而减低税款,这也属于一种公共补贴——只是它是隐性的。在新闻传播方面,新闻机构大量使用公关机构准备的新闻稿,这也是一种补贴(Gandy,1982)。在告别了GDP崇拜、消费主义的局限性日益明显的今天,可持续发展的公共文化传播政策有理由考虑适当限制对广告业的隐性补贴,或者以税收的方式为公益性文化传播事业提供定向资金等措施。比如,在美国,早有人提出,对广告商征收1%的广告税就能保证公共广播电视获得一笔可观的补贴资金。在缩小信息鸿沟方面,WSIS上则有人提出通过征收电子芯片制造税或其他刚性方式来筹建“数字团结基金”的建议(Chakravartty,2006)。当然这样实质性的资源重新分配建议遭到了发达国家和跨国公司的强烈反对,结果,旨在克服“数字鸿沟”的“数字团结基金”采取了发达国家和跨国公司自愿捐赠的慈善模式。

最后,我们不能忽视传播研究者和教育工作者通过在科研和教育(宏观意义上的文化体系)中的工作来改变不平等的社会关系。在科研、教学以及在北美被统称为“服务”——为学校管理、为国际国内学术界、为社区、为本国和国际社会“服务”——的工作中,我们都作为社会主体或直接或间接地影响着社会的文化传播过程与政策实践。在国际传播研究史上,传播学者以他们不同的政治和学术立场支持了不同的文化传播政策。施拉姆等主流学者与提倡冷战模式的政治文化传播政策的美国政府之间保持着紧密联系;相反,著有文化帝国主义经典文献的作者却同情与支持受压迫群体的解放性事业;当然,保持“中立”、追求“纯学术”也是一种政治。正是在这种理解的基础上,我和一位美国同事以国际媒体和传播研究协会(International Association for Media and Communication Research, IAMCR)会员的身份参加了2005年突尼斯阶段《公民社会宣言》出台前进行的部分讨论会议。与公民社会其他组成部分一样,学术界参与的不平衡性,以及由兴趣决定的自我选择性使我们注意到,宣言初稿以“教育、研究和实践”为题,其内容相当单薄,没有充分反映教学和研究在信息社会中应该起到的公益性和挑战现有不平等社会权力关系的作用。得益于学术网络,我们把如下一段文字通过电子邮件寄给了一位法国学者,她是公民社会学术界的联系人之一:

在接近、管制、多元和效率等问题上,我们需要关注在信息与传播技术政策制定领域和日常应用领域内的权力关系。学术研究应在衡量信息和传播技术是否满足与服务于个人和公众的多元需要和多样利益方面起到关键作用。这涉及到包括劳工、妇女、移民以及在种族、民族和性别等方面处于弱勢的少数群体在内的不同社会角色的需要和利益,他们分布在世界各地发展不平衡的信息社会中。其次,由于权力关系和社会价值取向往往体现在信息与传播技术最基本的设计本身之中,研究者应该在信息与传播技术的设计中对公众多样和多样的需要保持高度警觉。同样,要为各个层次的教育工作者创造条件,使他们开发的课程不仅有助于培训使用信息与传播技术的劳动者和消费者,而且能提供以下方面的培训:信息与传播技术的基础科学和工程,社区与专业计算机人员协同的信息与传播技术参与式设计,对信息与传播技术的批判性衡量,信息与传播技术发展和应用的体制与社会背景,以及以活跃的公民角色为目的的创造性运用。

这一段落被2005年12月18日发表的突尼斯《公民社会宣言》全文采用(Civil Society Statement, 2005)。虽然这一文件不可能产生直接的社会效果,作为有条件参与此次会议的学者,我们有义务表明自己的理念,并力求在实际工作中实践这些理念。

赫伯特·席勒1983年发表在美国《传播学刊》上的一篇有关批判传播研究的文章,曾用这样的话结尾:“最重要的是,传播学的研究议程最终将会由被压迫的民族、阶级、种族、人民的表达需要所决定。在这种情境下,还有什么比对那些为新的、更有人性的社会形式而争斗的人有用而更给人以动力呢?”(H. Schiller, 1983: 257)今天,许多人大概会对这样的理想主义和毫不掩饰的平民政治立场不以为然。然而,作为文化多样性重要组成部分的学术多样性正是因为这样的个体努力而得以维持,而这种建立在人类解放性诉求基础上的社会分析正是批判学术研究虽然屡遭曲解和不公正批评,却始终无法被埋没的真正原因。

作为“生活在头号国家”的学者,乔姆斯基和席勒之所以能追求学术的独立性,为学术界的多样化做出贡献,除了他们具有超越了个人功利主义的公共意识与克服了狭隘民族主义的世界主义主体性情怀这些原因外,也受益于终身教授这一对学术自由至关重要的制度性机制,相对体面的基本工资和美国出版业公益性因素的存在,相对开放的公共信息系统,还有那些选择他们课程的有理想、有正义感,也有判断力的学生,包括那些来自社会底层的学生,这些都是促使他们做出学术发现的有利因素。而这一切都是社会各方共同努力的结果,包括反对把教育全面市场化、反对公共信息商品化,以及反对把教育工作者变成教育产业中的计件劳工。从这点上讲,教育工作者对文化传播公益性政策立场的坚持同时也是与其自身职业利益相一致的。说到批判学术的社会影响,就像不能让当年的“文化帝国主义”批判者为第三世界的专制负责一样,我们如今也丝毫没有理由像

美国右翼基督教文化势力那样,让《东方主义》的作者萨义德对今天的伊斯兰极端主义负责。这种“文化观点”不仅夸大了学术的作用,而且有可能转移目标,通过设立“文明冲突”和现代(美国)生活方式/原教旨主义、“恐怖主义/反恐战争”的二元对立结构,使人们转移注意力,淡化对产生伊斯兰和其他宗教原教旨主义的国际国内政治经济和文化条件的关注,并排斥对立的二元结构之外的替代性选择和真正的人类共同体意识,而这正是意识形态作为“维护统治关系的意义”的典型运作方式。

第 18 章

“向东看,往南走”:开拓后危机时代传播研究新视野*

旷日持久的经济危机和日益加深的生态与社会文化危机构成了当下世界现实的重要特征。这些危机不仅事关经济生存、政治民主和社会正义等重大议题,更涉及人与自然之间的和谐以及族群与族群之间的包容这样的根本性问题。

葛兰西(Gramsci,1979:111)曾指出,危机为某些思想的传播和某些问题及其解决方案的提出提供了契机。阿芒·马特拉(A. Mattelart,1979:25)也论及,在历史上会出现一些“优选时刻”(privileged moment),它们“特别有利于针对现实的批判分析”。对传播研究来说,当下就是这样的时刻。由于传播问题和中国问题是讨论当下全球危机和探索未来出路的关键领域(Zhao,2010a,2010b;王维佳,赵月枝,2010),拥有丰富人类历史文化遗产又有机会近距离观察或零距离参与当下华人社会前所未有的巨变的海内外华语传播学者,有担当起自己的历史责任的义务和条件。在后金融危机全球政治经济环境下和在中国等非西方国家的世界地位不断上升的过程中,什么样的新思想、什么样的研究议程和什么样的研究问题会有利于我们应对世界所面临的多重挑战?什么样的“范式革命”能使依然在相当程度上依附于西方、将本地生活经验和社​​会体验放置在割裂的、专门化的西方知识体系当中的华语传播研究建立起新的理论想象,从而对人类的传播知识共同体有较大的贡献?

2010年“中华传播学会年会暨第四届数位传播国际学术研讨会”的主题——“向东看,往南走:传播研究的在地知识与全球实践”(Looking East,Going South:Local Knowledge

* 本章的写作得益于受邀在2010年7月于台湾中正大学举行的“中华传播学会年会暨第四届数位传播国际学术研讨会”上作专题演讲的契机。感谢台湾中正大学会议组织者罗世宏、简妙如和戴皖文等教授的盛情邀请,会议专题主持者、台湾交通大学郭良文教授的热诚鼓励,和台湾《中华传播学刊》主编台湾大学张锦华教授以及该学刊特邀编辑罗世宏教授的悉心支持和周到安排。也感谢学者同仁在台湾中正大学、中国人民大学以及中国传媒大学等不同场合对这个演讲的不同版本的有益提问和评论。最后,我还要特别感谢中国社会科学院的卜卫教授和中国传媒大学博士生龚伟亮,他们对论文提出了非常宝贵的修改意见。论文的主标题是英文会议主题“Looking East,Going South”的直译和引用,特此说明。

and Global Practices in Communication Studies)——非常意味深长和令人兴奋。它不仅充满学术想象力,而且富有挑战性、启发性和前瞻性。它在为我们超越当下主导性的东、西方和南、北方知识/权力关系提供可能的同时,也通过对我们习以为常的“全球知识”和“本土实践”这一表述的颠覆,引领我们重新审视“全球”和“本土”与“知识”和“实践”之间的关系。基于这个主题和相关人文和社会理论所昭示的学术灵感,并延续作者近期在有关中国传播研究方向与议程方面的一些讨论(Zhao, 2009, 2010a, 2010b, in press; 王维佳, 赵月枝, 2010),本章从四个方面阐述“向东看,往南走”对开拓后危机时代传播研究新视野的意义。全球视角内中国大陆的传播理论和实践是本章的主要参照。

超越主导西方知识体系霸权,寻求基于“南方认识论”的“全球认知正义”

首先,“向东看,往南走”不是简单的地理方位转向,而是在认识论上对现代西方霸权知识/权力体系的颠覆。印度后殖民学者查克里巴蒂(Dipesh Chakrabarty, 2000)在《行省化欧洲》(*Provincializing Europe*)一书中,倡导把欧洲知识地方化,以此挑战作为西方现代性知识基础的科学、理性等观念和实际上是基于西方本地知识和全球殖民实践的普遍主义。在《全球左翼的崛起》(*The Rise of the Global Left*)一书中,葡萄牙社会学家森托斯(Boaventura de Sousa Santos, 2006)基于以“世界社会论坛”(World Social Forum)为中心的反新自由主义全球化社会正义运动所调用和发展起来的多种本地知识,提出了“南方认识论”(epistemologies of the South),并在此基础上倡导“全球认知正义”(global cognitive justice)。

在森托斯看来,“世界社会论坛”所隐含的替代性知识体系昭示,“全球认知正义”是“全球社会正义”的认识论基础,没有“全球认知正义”就没有真正的“全球社会正义”(2006:14)。这是因为,西方资本主义和西方文化霸权的全球建立过程也是西方知识体系排斥、挤压,甚至消灭世界其他知识体系的过程。这一霸权知识体系构建了以如下五个层面为核心的简约主义认识论:(1)单一的知识体系及其严密性标准(the monoculture of knowledge and rigour of knowledge);(2)单一的线性时间观(the monoculture of linear time)和特定的历史意义论与方向论,即基于特定的“进步”、“现代化”和“发展”等概念把西方核心国家置于世界历史的前端,从而也赋予西方主导性知识、制度和社会性形式在世界体系中的“先进性”的地位;(3)通过建立单一的社会分类逻辑及相关的社会性别、种族等范畴掩盖劳资关系和统治与被统治关系并使社会等级与区别自然化(the monoculture of the naturalization of differences);(4)通过建立单一的普遍和全球尺度(the monoculture of the universal and of the global)使被定义为特殊和地方的东西无法成为可信替代;(5)遵从单一的资本主义生产率 and 效益标准(the monoculture of the criteria of capitalist productivity and efficiency),把基于市场力量的增长奉为最优选择(Santos,

2006:15—17)。这一处于霸权地位的简约主义认识论导致特定的有关蒙昧与科学、落后与先进、低劣与优等、地方与全球、非生产性与生产性的二元对立。“南方认识论”倡导由多种知识体系构成的知识生态(ecology of knowledges),倡导多维的时间性(multi-temporality or the ecology of temporalities)和历史的多元性,多重的主体性与承认(the ecology of recognitions),多样的普遍性愿景(the ecology of trans-scales or competitive universal aspirations),以及多元的生产性标准(the ecology of productivities)(Santos, 2006:18—28)。“南方认识论”认为,人类理解世界的知识是多元而丰富的,它们的总和大大超过了处于霸权地位的西方的理解。因为任何有关人与人之间和人与自然之间的关系都涉及不止某一种知识形态,所以,世间存在不止一种无知。在这个意义上,没有绝对的无知,只有对某一种特定知识体系的无知。而且,对某一知识体系的掌握往往意味着对另一知识体系的遗忘和成为这一知识体系的无知者(Santos, 2006:19)。

在西方主导知识体系霸权内,科学实践的优先和主导地位意味着那些基于这一实践的处理人与人和人与自然间的关系的实践也被赋予优先地位。由这些实践导致的危机和灾难被认为是可接受的,可以通过更多的科学技术措施来克服。正是在这样的逻辑下,绿色科技成了解决生态危机的优先方案,精神科学成了医治心理创伤的良方。而科学知识分配的不平等则意味着,对现实世界问题的解决方案必然倾向于那些掌握科学知识的社会群体。然而,不但科学知识的均等分配在全球资本主义体制下是不可能的,而且科学知识本身对解决现实问题也有局限性(Santos, 2006:19)。因此,如果不能在不同的、相互竞争的知识体系间建立一种平衡,“所有旨在倡导社会正义的政策都会深化社会不公”(Santos, 2006:14)。

由于森托斯的“南方认识论”建构在“世界社会论坛”实践以及这一社会运动实践所调用与发展起来的知识基础上,而中国大陆对在巴西和印度等国家举行过的“世界社会论坛”的参与十分有限,中国和华语世界的知识和经验就成了森托斯书中的盲点。同时,“南方认识论”在大部分中国学者眼里,也许是太激进、太没有相关性了。毕竟,急于赶超“世界先进水平”的中国主流社会基本上还是“向西看,往北走”,不但对世界政治经济精英云集的达沃斯“世界经济论坛”趋之若鹜,而且往往唯西方理论马首是瞻。更令人担忧的是,在提升中国“软实力”和大学学术管理日趋定量化和官僚化的语境下,某种特定自然科学标准,包括SCI(Science Citation Index)这样的知识评判机制及其本土化标准,正成为衡量“学术生产力”的最重要标准。这表明,某种特定的知识体系霸权在中国正在加速被内在化和制度化。传播研究如何在这样的学术政治经济背景下实现认识论革命,从而为替代性社会秩序的构建奠定知识基础,的确是一个巨大的挑战。

不过,这只是问题的一面。向东细看,在主导性西方知识体系在中国霸权地位的背后,森托斯所阐述的“南方认识论”在中华文化传统和中国大陆当下的社会运动实践中有强劲的回音。从传统中医知识在事实层面的延续到中华民族融合以及构建中国现代国家的特殊知识和实践,从过去以“赤脚医生”为主体的农村健康传播系统和“有线广播”特

定传播形式到今天中国网民们穿越网络防火墙的丰富“翻墙”知识,我们都看到“南方认识论”在特定历史语境中的东方诠释。更重要的是,虽然中国的社会运动活跃分子的身影没有出现在“世界社会论坛”上,如我在研究中分析过的那样(Zhao, 2008, 2010b; Zhao and Puffy, 2007),本地的、针对中国在改革开放中出现的负面现象的社会抗争活动在中国大陆没有中断过。而这种抗争的诉求,正是中国社会中的民众——更确切地说,是在“中华人民共和国”这一政治实体中获得了象征性或形式上的主体性的“人民”——要求实质性的政治、经济和文化民主的诉求。

尤为相关的是,我们已经看到,当下中国大陆经济发展模式的不可持续性和由此引发的各种社会抗争已导致中国大陆官方开始推进发展模式的转型。在这样的背景下,如何描述中国大陆当下发展路径的转型,以何种知识体系去理解中国正在发生的社会抗争,如何分析这些抗争运动所动员起来的本地知识和所产生的新的社会实践,文化传播系统和学者们又是如何勾连这一转型和定义这些实践的,对政治政策和实践有深远的影响。例如,对于社会抗争运动,研究者是用中国主流媒体里“群体事件”这样的“去政治化”话语,还是用“权利”抗争和“市民社会形成”这样的自由主义话语,抑或是延续之前需要兑现“人民民主”承诺的社会主义话语(吕新雨,赵月枝,2010)?如果我们抛弃单一的线性时间观念和高度西方化的“传统—现代”二元论,而是从“南方认识论”所倡导的时间多元性和历史多向性的角度来分析,我们就有理由超越简单的“进步”与“落后”标签去追问:为什么基于西方“自由民主”(liberal democracy)的“市民社会”和“自由主义宪政”(liberal constitutionalism)的政治愿景就必然是开放的,而期望兑现以“工农联盟”为主体的“人民民主”制度承诺和尝试构建新的、实质性的“社会主义民主”就是保守的?

当下中国大陆的国家政权是20世纪上半叶社会运动和武装革命的产物。由于当下中国大陆政权所维护的官方意识形态依然承认国家的阶级性以及“民主”与“专政”的“辩证”关系,“人民民主”是与“专政”二字紧密联系在一起。更何况,正像自由也可以作为暴政的幌子一样(因此有罗兰夫人的著名悲叹,“自由啊自由,有多少罪恶假汝之手以行!”),在特定的历史条件下,中国的“人民民主”政治演绎出了“文革”中部分政治和文化精英被“红卫兵”和“革命群众”残暴“专政”的梦魇。因此,作为一种民主理论与实践,“人民民主”和与之相关的“大民主”、“群众民主”等政治词汇成了政治保守主义者和精英民主主义者所恐惧的“暴民政治”的代名词,在改革时代的中国遭到了前所未有的冷遇。而西方“自由民主”模式的意识形态霸权以及当下中国大陆政治生活中的某些非民主和反民主的现实更深化了“人民民主”在自由主义知识分子话语体系内作为可选择民主政治制度的合法性和可信度危机。然而,正如华人政治学者林春(Lin, 2006)所论,从作为“人民民主”摇篮的中共革命根据地延安的农民民主实践到体现“人民民主”重要部分的经济民主的“鞍钢宪法”,中国有关“人民民主”的理论和实践遗产丰富而复杂,而它们与西方各种民主理论、包括“自由民主”理论的承接与扬弃关系更需要非简约化的梳理与分析。“自由民主”是民主的一种特定历史模式。我们有理由和可能想象不同模式的

民主。事实上,在政治传播领域,随着西方资本主义和与之相关联的政治、社会、文化和生态危机的加深,如何重新激活“资产阶级公共领域”这一历史范畴,如何在资本主义全球化语境下在西方“维系民主”,阻止西方政治中“去民主化”的趋势和克服“民主危机”,从而填补“民主赤字”和纠正“富媒体、穷民主”的窘况,早已成了西方批判学者的核心关注(Habermas,1989;Hackett and Zhao,1998;McChesney,1999;Curran and Leys,2000;Kellner,2005;Hackett and Carroll,2006)。

因此,在认识论上对西方主导知识体系霸权地位的挑战必然呼唤相关的本体论和价值论变革,激发有关生存的意义、生活共同体(community)与政治文化共同价值的新想象。正如美国社会学家和汉学家赵文词(Richard Madsen)所讨论的那样,“市民社会”和“公共领域”这些社会理论概念不仅意指某种社会与政治组织类型,也应包含在更宏观层面上对一种生活形式的描述。赵文词指出,虽然一个完全建立在实用契约关系和个人利益基础上的市民社会概念必然是不稳定的,但是,“现代西方社会理论却从未能解析现代市场与那些不知何故使其得以运转的前现代道德传统是如何调和的这个问题”(Madsen,1993:188)。我在别处也已经论及(Zhao,2008,2009;吕新雨,赵月枝,2010),论者对哈贝马斯(Jurgen Habermas)“资产阶级公共领域”范畴的种种建设性批评与重构,包括女性主义哲学家南希·弗雷泽(Nancy Fraser,1992)所倡导的“后资产阶级公共领域理论”和传播政治学家谢勒森格(Schlesinger,1999)对哈贝马斯原初范畴中所包含的理性主义和认知主义偏向的批评,为我们想象不同的民主模式和媒体公共性模式奠定了理论基础。

更重要的是,不仅中国这样的社会需要民主化和重构媒体的公共性,西方也面临着同样的问题。更何况,这两个过程在同一世界体系内密切相关。那种认为西方已经达到了民主的境界,只有中国等非西方国家有未竟的民主化事业的观点,只不过是线性时间观和特定的历史方向论,也即“历史终结论”(Fukuyama,1992)的另一种表述。例如,在讨论“公共领域”和“市民社会”这些概念与中国的相关性问题时,赵文词就不但主张从本体论和价值论的层面来理解这些概念的含义,而且进一步指出:“公共领域概念并不一定非得与西方特定的一整套经济与政治结构结亲。它假设民主可以有不同的形式。与其说中国这样的一个社会必须变得像西方,毋宁说西方自己需要寻找振兴其公共领域的新途径。在现代(或后现代)条件下探索使公共领域制度化的新途径把中国和西方以一个共同的追求连结在一起”(Madsen,1993:187)。也恰恰是在这层意义上,森托斯把放飞“认识论想象”(epistemological imagination)和“民主想象”(democratic imagination)当做构建他所倡导的新型社会学的双翼:认识论想象容许对不同知识体系、观点以及鉴定、分析和衡量实践的不同尺度的承认;民主想象容许对不同民主实践和社会民主主体的承认(Santos,2006:28—29)。

超越东西方文化本质主义,重构文化多样性和“另一个可能世界”想象

无论是查克里巴蒂的“行省化欧洲”努力还是森托斯对“南方认识论”的阐述,挑战西方中心主义知识霸权和把西方主导知识体系本地化的出发点和理论归宿都不是相对主义,更不可把其与反现代、反科学和反民主立场相提并论并将其污名化。查克里巴蒂(2000:42)就特别强调,“行省化欧洲”的努力不是呼吁对“现代性、自由主义价值、普遍主义、科学、理性、宏大叙事、总体性解释等等的简单和不可收拾的抛弃”。毋宁说,它凸现历史性的斗争,并承认这些代表现代性和反现代性的实体、制度和表征层面的斗争在特定条件下甚至会诉诸暴力。它还进一步展示,这种暴力不仅往往在梦眼迷幻般的理想主义光环下行使,而且在意义的构建、真理体制(truth regimes)的创立以及谁的和哪种“普遍性”获胜等方面起着决定性的作用。查克里巴蒂(2000:42)指出,“行省化欧洲”的认识论诉求不应是文化相对主义。它更不能基于这样的立场:那种把欧洲定义为“现代”的理性、科学和普遍主义是特定文化的产物因而仅仅属于欧洲文化。从相关性思维(relational thinking)和东、西方相互构建的历史和能动唯物立场出发,查克里巴蒂(2000:43)进一步提出,“行省化欧洲”的努力还有两个基本立场:第一,欧洲给自己冠以“现代”这一形容词的历史是世界史中欧洲帝国主义史的不可分割部分;第二,这一把某一版本的欧洲等同于“现代性”的过程并非仅仅是欧洲人所为。作为现代化意识形态标杆的各种第三世界民族主义也一直是这一过程的“平等伙伴”。

同样,在阐述“南方认识论”时,森托斯也特别强调,他所期望构建的不同知识体系间更平衡的关系是一种非相对主义和非帝国主义的关系。他不是要赋予不同的知识体系以相同的合法性(validity),也不是笼统地要在任何具体的社会实践中反对等级分层。这是因为,如果所有的知识都有同等的价值的话,那么,所有基于这些知识的社会转型都同等地合法,而这也意味着,它们同等地不合法(Santos,2006:20-21)。更何况,等级分层在具体实践中是必不可缺的。森托斯的知识生态学要聚焦和解构的是不同知识体系间的具体关系,尤其是挑战那些被主流历史观及其简约主义认识论自然化和普遍化了的等级分层和权力主体间的关系。在此基础上,他希望在科学和其他知识体系间构建新型的关系。这种新型的知识生态旨在给予不同的知识体系参与就如何建设“另一个可能世界”所进行的认识论论争的“均等机会”,并使它们各自为建设一个更民主、更公正的社会以及社会和自然之间更平衡的关系做出最大化的贡献。在这一新的知识生态里,互补性和矛盾性存在于由不同的知识体系指导下的社会干预实践之中,具体的等级在争论与交锋中形成,协调这些争论的原则是在认知、政治、伦理各个层面的判断,而且主导认知判断层面的客观性与主导伦理和政治判断层面的非中立性,也即价值的判断,不存在冲突(Santos,2006:21)。

回到本章的论题,由以上讨论我们可以导出,“向东看,往南走”意味着,我们要在超

越文化相对主义的同时,超越有关东西方文明分野的文化本质主义,反对将文化多样性的想象限定在全球资本主义体系和消费主义生活方式内部(赵月枝,2006;2007),警惕在东西方之间、尤其是中国与美国之间在零和游戏层面上和狭隘民族主义框架内加入“中国崛起”和“中华文明复兴”这样的话语大合唱。从人类文明发展的宏观角度来看,东西方分野本来就是萨义德(Said,1978)所批判的“东方主义”的产物,是西方殖民主义意识形态和政治经济文化霸权的一部分。1980年代以来,与新自由主义全球化意识形态悖论式相辅相成的“文明冲突论”又进一步把“文明”概念本质主义化了。然而,正如阿玛蒂亚·森所言,文明分野论是一种简约主义理论,它以人的一种身份来掩盖和替代人们身份认同的多重性和复杂性(Sen,2006a;2006b)。森在2006年“北京论坛”上所作的主题发言中强调,从人类文明相互交融的角度来看,东西方文明的分野本身就是有问题的命题。毕竟,“代数”这个词是源于阿拉伯语,阿拉伯数字开启了数学之门,中国、印度、伊朗以及阿拉伯国家在历史上为西方哲学、数学和工程学的发展提供了知识资源,而这些学科在欧洲文艺复兴时期发挥了重要作用,奠定了启蒙运动和工业文明的基础(人民网,2006)。实际上,当我们把基于阿拉伯数字的现代数学称为“西方”科学的时候,我们就已经在某种意义上成了东西方文化二元论和东方主义的俘虏与合谋者了。森呼吁,我们要强调的不是对文明的割裂,而是文明间的交融和不同区域的文明对人类文明共同体的贡献(Sen,2006a;2006b)。

具体到我们所耕耘的传播学科,我们也有必要意识到,现有的理论成就已经是东西方、南北方本土知识和全球实践交融的结果。在这个意义上,这些知识看似西方的,实际上是全球的。例如,在我自己所相对熟悉的传播政治经济学领域,虽然我们习惯于把现有英文文献中的理论称为“西方理论”,但是,实际上,依附理论产生于拉美,而赫伯特·席勒等人的批判政治经济学更是与发生在东方的社会主义革命和源于南方的反帝反殖民族解放运动有着直接与间接的有机联系。就传播政治经济学的几位理论奠基者而言,赫伯特·席勒二战间在北非的军旅生涯和他所目睹的西方殖民主义给当地民众带来的灾难对他的文化帝国主义理论的形成产生了重要影响;达拉斯·史迈兹(Dallas Smythe)1970年代到中国 and 南斯拉夫这些在政治地理上属于东方的社会主义国家考察,并深受毛泽东的矛盾论的影响;而法语学术界的阿芒·马特拉夫妇(Armand Mattelart and Michèle Mattelart)更是与拉美的社会运动、尤其是智利在1970年代初的社会主义实践有不解之缘(赵月枝,邢国欣,2007)。这些学者们在本国和国际舞台上的学术和政治实践使批判传播政治经济学理论知识与20世纪以来在不同历史阶段、由不同社会政治主体推动的媒体民主化全球实践(赵月枝,哈克特,2005)有机相联。在这些批判政治经济学理论核心的后面,很少有把东西方、南北方孤立和割裂开来的分析框架和文化本质主义倾向。相反,我们看到的是这些学者对他们自己所处的西方社会的压制性统治关系对本国和世界民众的压制和暴力的批判,是他们对东方和南方的民族解放和社会变革运动的理论与实践的热情关注,是他们对人类共同体超越资本主义体系及其不平等社会

关系愿景——另一个可能世界——的坚信。正是这样的乌托邦理念指导着批判政治经济学理论的发展。这种理论不仅关注传播制度和传播产业的问题,它还历史性地将人的主体、人的生活经验、他们的本土知识、社会想象和他们对霸权的反抗一同纳入分析视野(Zhao, 2009; 王维佳, 赵月枝, 2010: 24)。

如果“科学无法脱离价值”这个命题成立的话,那么乌托邦就从来没有消失过。处在不同社会场域的人们只不过是提出了不同的乌托邦想象而已,例如自由市场乌托邦、科学主义乌托邦、共产主义乌托邦等等(王维佳, 赵月枝, 2010: 24)。诚如东欧理论家齐泽克(S. Žižek)在分析了2008至2009年资本主义经济危机背后的新自由主义意识形态时所论,“与其说意识形态乌托邦时代已经过去了,毋宁说,资本主义不受挑战的霸权是由资本主义意识形态恰当的乌托邦核心维系的”(Žižek, 2009a: 77)。而森托斯更是一语中的地说,新自由主义是以反乌托邦面目出现的乌托邦(Santos, 2006: 11)。正是在这个意义上,我们要在认识到历史并没有终结、意识形态也没有消失的基础上,通过回归历史与社会,在对人类共同体所面临的多重危机有强烈的焦虑感和对华语学人在人类知识共同体中应有的贡献与担当有充分自信的基础上,重新讨论我们应以什么样的乌托邦来建构我们的学术想象和实践(Zhao, 2009; 王维佳, 赵月枝, 2010: 24)。在这里,“重新发现乌托邦”特别指向一种在全球社会正义运动中所形成的对“文化帝国主义”的批判思想和对一种超越资本主义社会关系的理想社会的可能性期待。这同时也是一种自省式的学术努力。它坚持,“一种试图实现自我社会价值的人类劳动的力量与一种将劳动降格为市场交换商品的力量正在进行着斗争”(Mosco, 1998)。这种斗争不仅存在于广义上的社会政治经济和意识形态与文化领域当中,也存在于学术界内部。包括华语学人在内的东方与南方知识分子坐拥上百年的社会革命历史资源,共享建设替代性社会的成功与失败的经验,今天仍然在文明互动加速和压迫与反抗并存的世界中寻求知识和从事意义生产。这些人曾经是、也应该继续成为替人类寻求出路的关键群体,是批判性世界主义(critical cosmopolitanism, Murdoch, 2005)思想复兴的希望。

当下,世界政治经济文化和生态危机重重。可以说,罗马在燃烧,社会正是需要思想界出来排忧解难提供新思路的时候。更重要的是,如沃勒斯坦(Immanuel Wallerstein)所言,当整个世界体系里的不同势力处于极度不平衡和多变状态的时候,小规模的社会动员就有非常大的影响,而这正是复杂理论(complex theory)所指的“蝴蝶效应”。因此,他说,“这是一个政治主体能动性可以战胜结构决定主义的时刻”(2010: 141)。无论是在传统中国社会还是在中国近现代的历史变革中,中国知识人士一直是很活跃的“救国救民”的政治能动主体。儒家传统在尊奉读书人精英身份的同时,要求他们超越自己的利益,“先天下之忧而忧,后天下之乐而乐”。而在中国共产党的传统里,知识分子以革命者的政治主体身份投身社会变革,甚至主动地走“与工农相结合”的道路。在当下,也有不少华语学人在体制的限制下以高度的社会责任感、难得的学术勇气和强烈的社会实践精神参与社会政治经济和文化民主化变革。这其中的挑战精英主义的参与式民主思想和

精神尤为难能可贵。他们不是先人为主地和居高临下地对待研究对象,进而把自己的知识灌输给被认为是“低素质”甚至是“无知”的下层民众,而是以平等的身份和开放的心态去了解社会运动主体的群体智慧,并让自己的知识与社会运动主体的知识在互动中相互提升,从而达到改变现有不平等社会权利关系的目的。他们是森托斯的“南方认识论”在中国的实行者。在大陆传播学界,中国社会科学院卜卫教授在流动农民工和相关社会群体中进行的诸多参与式行动研究就是这方面的范例(卜卫,2009;2010a;2010b)。

如我前面论述所明示,挑战西方主导知识/权力霸权并不意味着本质主义和相对主义地一概排斥任何“西方”知识。事实上,在西方学术界,批评学者一直在从事抵抗主导知识/权力霸权体系的反体制知识的生产。在当下,面对资本主义的危机和新自由主义全球意识形态的破产,批判学术界有关资本主义转型的讨论非常活跃。例如,在分析了当下的危机之后,沃勒斯坦(Wallerstern,2010:140)就在最近的一篇文章上宣称,“问题已经不再是资本主义制度如何能修补自己和重新向前迈进,而是,它会被什么样的制度所替代?什么样的秩序会从这样的混乱中出现?”为此,他呼吁,就我们希望构建什么样的世界体系和如何转型进行严肃的、开放的和真诚的学术对话和辩论(2010:142)。与此相呼应,传播学者麦切斯尼(Robert W. McChesney)与合作者福斯特(John B. Foster)在最近的一篇文章(2010)中指出,“不是社会主义就是毁灭主义”(Socialism or Exterminism)。而早些时候,东欧理论家齐泽克在分析了当代资本主义的危机和多重矛盾之后,更是旗帜鲜明地宣称:“Communism, Again!”(Žižek,2009a:77)。他认为,有四个对立的矛盾使资本主义社会关系不可能永远被再生产:生态灾难,把人类知识通过所谓的知识产权私有化的不合适性,新科技发展、尤其是生物工程的社会和伦理影响,最后,也是最重要的是,新形式的社会隔离。在这样的背景下,齐泽克认为,新的解放性政治主体将不再是某一个特定的社会主体,而是不同主体的爆炸性组合。经典的形象是无产阶级“失去的只是锁链”,而今,把所有人团结在一起的是,“我们面临失去一切的险境”(Žižek,2009b:53—54)。

显然,我们不是要回到斯大林主义,回到中国的“文革”。这更不是为当下的“中国特色社会主义”社会形态中的种种弊病辩护。相反,如麦切斯尼和福斯特所言,前苏联和当下中国的某些经验表明,“如果社会主义不是根植于普遍权力(popular power),就会事实上消灭自己,导致资本主义复辟”(McChesney and Foster,2010:10)。华语传播学界呼唤具有批判与反思精神的学者。这样的学者既不是历史虚无主义者,也不是西方鸚鵡,更不是“中华文化”本质主义者和狭隘的民族主义者,热衷于跟着官方口号做什么“中国崛起”和中国“软实力”的文章。相反,他们会站在批判世界主义的立场认识“中华文化”以及批判地总结中国追求社会主义的本土知识和世界社会主义运动的实践经验,并在此基础上展开认识论想象和民主想象这一对翅膀,使他们穿越时空自由地翱翔,为本土和国际传播民主化寻找理论和实践资源。

超越以英美为原点的“中心辐射式”研究议题

在研究议程上,“向东看,往南走”意味着超越以西方、尤其是以英美为原点的“中心辐射式”国际传播研究框架和议题设置思维定式,把日益活跃的“东—南”和“南—南”间的传播与文化流动当做重要的研究议题。在上个世纪90年代,在许多中国大陆学者的想象里,世界就是西方,与世界接轨就是与西方接轨。当然,这是与西方的摩天大楼、高尚社区和出入这些场所的中产阶级接轨,不是与西方的殖民与侵略历史和在美国某些社区,非洲后裔的青年进监狱的概率比进大学更高这样的现实接轨。正是在这个意义上,中国的改革开放被认为是一个面对西方,背对第三世界的过程。

中国大陆的传播研究,在引进西方传播理论的同时,也把研究的视角聚焦在欧美,尤其是英美。在理论层面,“美国中心论”影响严重(赵月枝,邓理峰,2009)。在实践与制度层面,研究者们往往是聚焦《纽约时报》、BBC和英美传播法规所代表的制度设置。更值得讨论的是,我们不是历史地、全面地去研究这些机构和机制,把它们还原为本土实践来理解和分析,而是把这些也是作为本土实践的媒体与制度机制高度理想化、符号化、规范化,企望以此来型塑中国传播制度。但是,与有些学者的一厢情愿相反,有评论认为,中国想学北美,一不小心成了拉美。当然,这也是对拉美不公平的一种表述。事实上,拉美的许多正的和反的经验,从高度商业化私人媒体和政权相结合的市场威权主义模式到自下而上的传播民主化和草根媒体理论与本土实践经验,非常值得华语传播学者好好研究。

当然,超越以英美为原点的“中心辐射式”国际传播研究框架和议题设置思维定式不仅仅意味着对非英美国家传播现象与制度的关注。这样的研究议程还包括以下的含义:首先,有关全球政治经济秩序转型的讨论中,已经有人倡导,南方的国家在相互合作以改变世界游戏规则方面有共同的利益,在此基础上,可以形成新的象征发展中国家团结和合作的“万隆”,而且,在新的条件下,“第三世界国家”不仅有政治和道义上的影响力,而且有经济上的实力来挑战西方(Palat,2008:721;Arrighi,2007)。在这方面,巴西、俄罗斯、印度和中国“金砖四国”的出现是一个很值得关注的发展。由此引出了以下一系列有关传播研究的问题:如果在上一轮的在全球范围内争取社会正义的实践中,世界信息传播新秩序的运动是核心内容,那么,在今天知识经济和信息资本主义的语境下,信息与传播领域在全球政治经济民主化的过程中又会扮演什么样的角色?西方的媒体改革运动与东方和南方的媒体民主化运动如何连接、有益互动与相互促进?过去,西方学者们对第三世界国家的力量及其进步性寄予了不切实际的期望。今天,我们对跨国市民社会及其作用是否也有浪漫化的倾向?

其次,面对西方消费市场萎缩和其他结构性的原因,中国政府正在大规模实施资本、技术、文化“走出去”的战略,而亚非拉等地区是中国资本、技术和劳动力输出的重点。我

们如何能超越以我为主、甚至是中华文化中心主义的视角,超越工具理性和媒体与政府官员的视角,站在批判性世界主义的高度,检视中国“走出去”的理论与实践?比如,中非媒体关系是什么样子?中国的媒体是如何呈现中非关系和非洲社会、阿拉伯社会和其他非西方社会的?中国与非洲的传播交往在非洲社会的阶级、种族和国内政治关系的重构中产生了什么样的作用?中国资本在非洲的发展过程中是否正在创造中国媒体宣称的“中国奇迹”?还是正在创造一种西方媒体宣称的“新殖民主义”?又或者实际情况其实比这两种说法都更复杂?如果说非洲在欧美主导的新自由主义全球化中被称为“失落的大陆”,那么中国能否为非洲带来工业化,并成为让非洲更好发展的“引擎”(Friedman, 2009:19)?中国政府和中国企业非洲都在进行什么样的媒介和电信基建项目?中国曾经宣称坚持过的“第三世界国际主义”精神遗产是否会在中国与非洲以及全球南方和东方国家的经济文化往来中产生影响?如 Suzanne 和 Ribet(2009)所综述的那样,中非媒体关系问题已在英语学术界引起了关注。另外,有人曾用“中美国”这样的概念来描述中国和美国在政治经济上的相互融合。现在,又有人提出了“中印国”的概念。2010年在新加坡召开的国际传播学会(International Communication Association, ICA)年会上还有一个这个主题的预备会议。但是,这样的概念有什么实质性的含义?更重要的是,后新自由主义时代国家和地区媒介政治经济对于中国与西方国家和中国与非西方国家的传播政治有什么影响?比如,中国官方媒体曾谴责印度媒体煽动反对中国的情绪,这一说法是否有根据?如果是,印度竞争充分并高度商业化的媒体体制又在其中扮演了什么角色?

最后,对于“东—南”和“南—南”间的传播与文化流动的研究不应该局限于国与国之间。民间的交往同样重要。就像中国已经在世界一样,世界也已经在中国。这其中的跨文化传播问题大有文章可做,而且这其中错综复杂的阶级、国族和种族文化与传播政治尤其有研究和实践启发意义。例如,几年前,上海闵行区一个叫西庭网球俱乐部和公寓(Shanghai Racquet Club & Apartments)的跨国社区里的阶级歧视规则,是由在南非种族隔离政策下长大的 Jeremy Goldkorn 先生首先在博客上曝光的。在 Goldkorn 的眼里,这个社区里让家政服务女工坐后排而且要给房主让座的班车制度与美国著名的种族歧视巴士——“罗莎巴士”有着相似之处(*China Daily*, 2006年5月28日)。在这个事例中,美国和南非反种族歧视的本地知识被用于中国反阶级歧视的实践,而在中国的“外国人”成了推进中国社会平等的能动主体。另据正在北京皮村做传播行动研究的卜卫教授介绍,2009年10月举办的新工人文化艺术节中,来自美国的中国传媒大学的访问学生 Adan Avalos 拍摄并播放了有关中国流动儿童的短片《我的小升初》。很多中国的媒体人员和研究者都没有注意到流动儿童因为户口的限制面临着转学/升学和与家人朋友分离的痛苦。但 Adan Avalos 注意到了,并制作了短片,原因如他所说:“我是墨西哥裔,我小时候就是美国的流动儿童”(卜卫,上课讲义,2010年7月14日)。相对于没有流动体验的本国媒体人员和研究者,这位墨西哥裔的美籍学生更能在阶层上与中国的流动儿童建

立起认同感。这种超越国族和种族身份的“跨地域团结”(translocal solidarity)为我们构建超越狭隘民族主义和单一种族和国族身份认同政治的新国际主义或批判世界主义提供了鲜活的“生活世界”(lifeworld)例证。还有,今天,在广州,有一个知名的十平方公里之大的“非洲城”,或名“巧克力城”。面对一些当地华人对他们的偏见和广州市政多项境外人口管理措施,非洲商人们顽强地生存着,促进着中非商业和民间文化的交流与融合。海外华人社会深受西方社会“排华”政策和白人种族主义之苦,他们有深厚的抗争西方种族主义的知识积累。这些知识和经验能为我们今天面对这些非洲和来自其他非西方国家的有色民族昭示些什么?

超越城乡割裂,走向“新乡土主义”?

就中国大陆传播研究而言,鉴于中国东南部经济市场化程度高,西北部与世界市场经济整合程度低的现实,“向东看,往南走”,在地理上意味着向西看,往北走,将研究的视线从沿海与都市转向内地与乡村;而在社会学意义上,这意味着深入基层,进而“上山下乡”,把研究对象从都市中产阶级转移到广大的工人、农民和边远地区的少数民族。在方法论上,这意味着,有必要从“结构的历史”和“技术的历史”回到“人的历史”中,从无休止的制度设计的争论回到动态的历史逻辑中,关注民众在历史中的命运变迁,关注他们对结构和历史的影响(王维佳,赵月枝,2010:23)。

与“中产阶级”的形成相对应,庞大的中国工人阶级的形成是中国改革开放的重要社会成果,传播学者有责任和义务对中国工人阶级给予更多的关注(Zhao and Duffy, 2007; Schiller, 2008; Qiu, 2009, 2010; Zhao, 2010c)。2010年春夏间中外媒体聚焦的深圳富士康工人接连跳楼事件可以被看做是弱者以个体的身份对其生存状况的无言抗争和对生命尊严底线的捍卫。在解释与应对这一问题时,不同的知识体系体现了不同的分析立场。当然,这些不同的分析立场也隐含了不同的解决方案。如卜卫教授(上课讲义,2010年7月14日)所分析,在大众媒体报道中,心理学家将此看做是新生代农民工的心理问题——所谓的“抗挫折能力太弱”;企业家将此看做一场公关危机;政府将此看做一个社会稳定问题;管理学家将此看做工厂管理制度有待改善的问题;劳工非政府组织则将此看做劳工权利以及资本主义发展模式对工人的剥夺的结果。可是,在这个过程中,唯独缺少工人的声音。这不是一个中国的“底层”会不会发声的问题,而是一个这些声音有没有被听见的问题。在由北京新工人艺术团于2010年5月28日举办的“悼念富士康工友”民谣义演上倾听了工人们自己的声音以后,卜卫教授意识到,这些新工人文化活跃分子甚至不需要就这个事件创作新歌,因为,“在以往的歌曲中,他们已经唱出了富士康那些年轻生命的故事,只要你去仔细倾听”。她接下去写道:

要求“生命尊严”,却要以生命为代价,社会才能关注他们,这何等惨烈!不

仅是跳下去的工友,还包括“讨薪跳楼秀”、工伤的“开胸验肺”等,都是以生命或年轻的身体做代价……不少媒体报道以“十连跳”、“十三跳”为标题,在这里生命不仅被看做一个个冰冷的数字,而且还将人的生命戏剧化成耸人听闻的“新闻”……应该反省的,不是青年工人的抗挫能力,而是单纯追求GDP增长的发展模式给青年工人制造的“挫折”——让他们的工资不足以养家,让他们无法在城市安身,让他们成为挣钱的机器,而没有让年轻工人看到希望;应该反省的,不是一个工厂的管理制度,而是以牺牲移民劳工为代价的发展模式及其制度性的冷漠和对这种不平等的社会沉默。(卜卫,2010c)

而一年前发生在中国老工业区东北的令人触目惊心的“通钢”(通化钢铁公司)事件,则印证了对大陆城市工人阶级主体性和主体意识从传播与文化研究角度进行分析的紧迫性。2009年7月24日,在吉林通化钢铁公司总经理陈国军宣布由吉林省国资委支持和许可的通钢私有化方案后,数千通钢工人聚集反抗私有化以至最后将陈殴打致死。我们没有必要为暴力和残杀开脱。但是,为了避免类似悲剧的产生,我们有必要追问,是什么样的知识和生活体验,包括陈自己以往在与工人们交往时所调用的知识和话语,使他俨然成了这些工人眼中资本剥削权力的象征?又是什么样的意识和正义观念在支撑这些工人的行动?工人们对于“社会主义公有制”有什么样的认知、情感和集体记忆?他们对自己所在的、曾经是“公有制”的企业的“改制”,甚至整个改革开放过程又有什么样的认知?这些知识、情感和集体记忆在事件中起了什么作用?如果说让厂区工人得以相互沟通的传播网络最终导向了大规模暴力冲突,那么在这其中马特拉(1979:28)所说的“消极反抗”和“积极反抗”间的关系又是什么?中国主流媒体和网络又扮演了什么角色?媒体和网络关于这一事件的讨论又如何影响中国工人的集体意识?更重要的是,中国工人对“社会主义国家”、“公有制”、“国企”、“国企改革”、“私人资本”这些制度设置有什么样的价值认知?他们的这些知识与认知跟官员和主流知识分子等不同中国社会主体的知识与认知有什么样的关系?这些不同的甚至是相互冲突的知识、集体记忆和价值认知对中国民主转型有什么样的意义?与其他类似事件一样,这一地方性的事件有没有为中国工人主体性的重新获得提供想象,从而已经或正在影响国家发展道路的选择?传播研究又能如何赋权工人,帮助促进草根的工人阶级文化力量的发展?如果“人民民主”在制度设置上不仅包括政治层面的以“工农联盟”为基础的“人民主权”,而且包括“经济民主”(吕新雨,赵月枝,2010),这些问题的讨论是否可以看做上文有关民主想象和不同民主模式讨论的具体化和继续?

孔浩烽(Hung,2009:24)指出,中国廉价劳动力的比较优势并不是市场发展的一个自然状态;相反,它是以剥削乡村、让乡村不断为沿海出口加工业输送廉价农民工为指导思想的发展模式所带来的后果。因此,在中国大陆语境下,传播研究必须正视城乡、沿海内陆这样的二元社会结构,并将传播在中国失衡的经济结构和新的社会分化中所扮演的

角色提到议程上来,从而推进对有关传播组织系统、政策和话语这三个层面上存在的城市中心偏见的批判。这也就意味着我们需要对中国大陆城乡分化和“三农”问题中的传播议题给予更多关注。毕竟,中国半数以上的人口仍是农民。当然这并不是要否认以城市为立足点的传播研究的意义。只是,如吕新雨所言,任何没有乡村视角的城市研究都是需要检讨的,因为乡村是了解现代中国历史和社会变迁的一把钥匙(吕新雨,赵月枝,2010)。尽管中国大陆的传播系统在起步阶段体现了以乡村为主体的革命传统,但是不可否认,最近30年的改革实践却充满着各种城市和沿海中心主义的偏见;考虑到中国传播学是从英美移植过来的,而且传播研究者几乎都生活在大都市,不可避免地对城市有着更多认同,说中国传播研究有严重的城市中心主义偏见并不为过。

正如吕新雨(2010)所论,历史上,中国城乡之间是唇齿相依、互相哺育的关系。这样的传统关系被西方殖民主义和中国现代资本主义生产关系的兴起破坏了。在毛泽东时代,一方面,城市和乡村的分割是中国强制完成工业化的后果,但另一方面,以“政社合一”为基础的人民公社的制度设计,却正是为了克服以城乡差别为代表的“三大差别”而进行的另类现代化的努力。今天,经过30多年改革后,城乡差别问题和城市贫困问题已十分严重。一方面,据中国媒体的一项调查,大约80%的18—30岁的农村居民认为,如果在城市,他们会生活得更好。人们逃离农村的速度在加快。麦肯锡咨询公司预计,到2030年,中国城市人口将突破10亿(戴维·艾默,2010)。另一方面,随着“白领”在城市化过程中的破产和“蜗居”现象的大量出现,随着离开土地到了城市的农民工在城市生存难度的增加,乡村的凋敝和城市生活的压力使中国社会到了“裂变”的边缘(吕新雨,2010)。

近期日益激化的社会矛盾和生态危机让我们越来越清晰地看到,没有中国底层社会群体的崛起和他们所在的城市和乡村社区的稳定,从长远来看“中国崛起”无法实现,更不用奢谈建设社会主义民主和实现社会和谐。具体而言就是必须让工人农民和所有在政治经济和文化上被边缘化的群体共享发展的果实,并在此过程中成为中国社会的主体——而不仅仅是作为城市中产阶级“人文关怀”和“爱心救济”对象的“他者”。只有当中国有效扭转发展道路上的城市和沿海偏差,并且妥善解决三农问题的时候,中国工人阶级作为一个整体才能在面对本国和跨国资本时有更多维护自己利益的能力。而这又将间接提高发达国家劳工阶层相对于资本的地位。所以,克服中国传播研究和传播实践中的城市和沿海偏差,提升底层民众的话语能力不仅会对中国社会也会对世界政治格局产生深远影响。李民骐(Li,2008)曾预测,成就中国工人阶级的形成以及他们不断上升的维权和组织能力,不仅会使全球权力关系的平衡转向对全球劳工有利的一面,也会压低资本利润率,给资本积累带来压力,从而最终带来资本主义经济的衰落。另外,日益加深的生态危机和文化危机也意味着消费资本主义作为一种全球性社会形态的局限性和不可持续性。在这样的语境下,资本主义生产关系的转型就显得更为迫切了。这不仅事关中国,也事关人类的未来。

这也对传播研究提出了新的挑战:信息、传播、文化部门在经济复苏过程中到底扮演了什么角色?如何从文化传播的角度分析看待中国政府的“新农村建设”和“城乡一体化”政策,它们有哪些成就和局限?随着互联网的进一步普及,正在大规模推出的3G网络和数字电视工程将如何重塑中国的传播格局?这些改变在何种程度上将会加剧或减轻现有的城市中心和沿海中心偏向?有关阶级、地域以及各种本土和跨国民族主义的传播政治会怎样在中国社会和世界范围内展开?当“中国崛起”的话语在国内和国外此起彼伏、相互强化的时候,我们也许要警觉地追问,什么是“中国崛起”话语背后的传播政治?孔浩烽提出的中国是否会成为“美国的大管家”的命题,也许可以作为我们的清醒剂,从而避免幼稚地去庆祝全球资本主义从美国领导的西方转向中国领导的亚洲:

中国主导精英阶层作为世界经济的出口者和债权人,已经建立起与美国统治阶级相互寄生的关系,美国统治阶级则试图确保美国公民作为世界消费者和债务人的生活水平,竭力维护其国内霸权地位。虽然太平洋两岸的两个精英阶级偶尔也会发生口角,但是他们拥有共同的利益,那就是维持各自国内的现状,以及世界经济不平等的现状。(Hung,2009:24)

当然,期望中国的发展路径在短期内彻底转型到一个内需出口平衡,阶级、地区、城乡和政经关系更平等的状态似乎不太可能。姑且不论其他新的条件,正如孔浩烽指出,这一转型“需要政治层面的一个彻底调整,让权力从沿海城市精英手中转向农村草根的利益”(2009:25)。从根本上说,这就意味着在实质上实现以“工农联盟”为基础的“人民民主”。虽然“工农联盟”已经是被大部分中国传播学者所遗忘的“口号”,但是,这一概念所希望解决的问题反而加深了。正是在这样的背景下,吕新雨(2010)提出了“新乡土主义”的概念,希望在保持乡村的社区性和既有的文化多样性、物种多样性、生物多样性和生存方式多样性的前提下,发展建立在小农基础上的有机农业,在使得乡村能够成为更适合人类居住的地方的同时,也重新建立新型的城乡互相哺育的互动关系。这意味着传播与现代化、传播与发展领域的“范式革命”,也意味着基于农民和乡村的传统知识和本土实践在新的历史条件下复兴。而这正是我前面所述的南方认识论所倡导的。

结论

危机和转型的时代是我们把握机遇寻找新的出路、创造新的可能的时代。这里让我们再次回到马特拉(Mattelart,1979)的论点:重要的不仅是研究控制机制,我们也要研究各种反抗形式,以及各种控制和反抗力量的斗争。阿瑞吉(Arrighi,2009:79)看到了“中国农民和工人自古就有着世界上其他任何地方都不能相比拟的反抗精神”;也正是这一传统以及当时中国在世界资本主义体系所处的边缘地位,在上个世纪血与火的残酷斗争中出现了中国大陆的国家政权。也正是这一传统和“中国特色的社会主义”中存在的某

些不平等与不公引发了此起彼伏的多主体、多层面和多种形式的社会抗争,从而迫使中国政府在过去几年内在“和谐社会”和“科学发展”等口号下调整其发展政策(Zhao, 2008; Hong, 2010),开始重新探索有关发展问题的本土知识。尽管这些政策本身存在自相矛盾之处,尽管它们遭遇来自国内外既得利益者的破坏和抵制,我对中国还是充满了希望。

齐泽克(2009b)提醒我们,“民主”就是让被社会排斥的人进入政治空间。在谈论“两个和谐”(和谐中国与和谐世界)之时,谈论“两个民主”(即民族国家内部的民主和民族国家间的民主)显得更有意义,即民族国家内的民主和民族国家间的民主(国内民主和国际民主)。在这个历史“关键时期”,为实现“两个民主”,华语传播学者在知识创新和实践创新两方面任重道远。

参考文献

中文部分:

- 《探索一条中国新闻改革与发展的新路》(1996),《中国记者》第4期,页16—17。
- 《中国新闻年鉴》(1986,1992,1995,1997),北京:中国新闻年鉴社。
- 万一知(1998),《当前新闻市场形势与我们的对策》,收入阮观荣、席文举(编),《都市报现象研究》(页311—317),北京:新华出版社。
- 于建嵘(2003),《农民有组织抗争及其政治风险》,《战略与管理》第3期,页1—14。
- 广州日报报业集团(1998),《努力探索建立社会主义现代化报业集团的道路》,《新闻战线》第4期,页5—8。
- 马立城、凌志军(1998),《交锋:当代中国三次思想解放实录》,北京:今日中国出版社。
- 中共中央宣传部、新闻出版署(1994年3月15日),《关于加强管理进一步办好“周末版”的意见》,收入新闻出版署政策法规司(编),《1949—1994中国新闻出版法规简明实用手册》(页152—154),北京:中国书籍出版社。
- 中华人民共和国简史编辑部(2001),《改革开放中的广播电视 1984—1999》,北京:中国广播电视出版社。
- 中国出版科学研究所(1999),《全国国民阅读与购买倾向抽样调查报告》。
- 公羊(2003),《思潮:中国“新左派”及其影响》,北京:中国社会科学出版社。
- 王山(1996),《第三只眼睛看中国》,第9版,香港:明报出版社。
- 王蒙(1998),《“伊宁格尔”和他的眼睛》,收入刘智峰(编),《解释中国:〈第三只眼睛看中国〉批判》(页67—77),北京:经济日报出版社。
- 王瑾(2000),《中国大众文化研究中的国家问题》,《台湾社会科学季刊》第39期,页153—190。
- 王维佳、赵月枝(2010),《重现乌托邦:中国传播研究的想象力》,《现代传播》第5期,页19—26。
- 邓正来(2006),《中国法学向何处去》,北京:商务印书馆。
- 冯建三(2006),《文化的经济特性与公共政策:有关“创意产业与文化多样性”的几点思考》,“北京论坛”(2006)论文,北京,2006年10月27—29日。
- 刘亢、田舒斌(2003年4月16日),《李长春:围绕“三贴近”努力加强和改进宣传思想工作》,《人民日报》,第一版。
- 刘波(1997a),《1996年中国报纸发展概况》,收入《中国新闻年鉴1997》(页37—40),北京:中国新闻年鉴社。

- 刘波(1997b),《治理散乱现象,促进报业繁荣》,《新闻战线》第9期,取自 <http://www.peopledaily.com.cn/newsline/09/>
- 刘波(1998),《关于报业集团》,《新闻战线》第7期,页25—26。
- 刘越(2003),《中国媒体怪现象之伊拉克战争版》,取自 <http://www.cmilitary.com/forums/general/messages/217173.html>
- 吕新雨(2006),《仪式、电视与国家意识形态——再读2006年春节联欢晚会》,取自 <http://www.wyzx-sx.com/Article/Class10/200608/8917.html>
- 吕新雨(2011),《“价值无涉”与学术公共领域:重读韦伯——关于社会科学研究方法论的笔记》,《开放时代》第1期,页51—71。
- 孙五三(2002),《批评报道作为治理技术》,收入《新闻与传播评论》(页129—138),武汉:武汉大学出版社。
- 孙正一、柳婷婷(2004年12月9日),《2004中国新闻业回望》(上),取自新华网,http://news.xinhuanet.com/newmedia/2004-12/09/content_2313447.htm
- 孙立平(2003),《断裂:20世纪90年代以来的中国社会》,北京:社会科学文献出版社。
- 孙立平(2004),《失衡:断裂社会的运作逻辑》,北京:社会科学文献出版社。
- 孙旭培(1998),《需要新政策新思路的中国新闻业》,亚洲新闻与社会变迁学术讨论会论文,香港。
- 江蓝生、谢绳武(主编)(2003),《中国文化产业报告2003》,北京:社会科学文献出版社。
- 阮观荣(1998),《都市报现象探讨》,收入阮观荣、席文举(编),《都市报现象研究》(页22—30),北京:新华出版社。
- 何舟(1998),《从喉舌到党营舆论公司:中共党报的演变》,收入陈怀林、何舟,《中国传媒新论》(页66—101),香港:太平洋世纪出版社。
- 宋建武(1997),《报业经济,集团化与产业政策》,《新闻与传播研究》第4期,页19—23。
- 张天蔚(2004),《从另一个角度看郎咸平落选》,原载《江南时报》,2004年12月10日第三版,取自人民网,<http://www.people.com.cn/GB/guandian/40604/3046748.html>
- 李世涛(2000),《知识分子立场》(三卷),长春:时代文艺出版社。
- 李金铨(2004),《超越西方霸权:传媒与文化中国的现代性》,Hong Kong:Oxford University Press.
- 李培林、张翼、赵延东、梁栋(2005),《社会冲突与阶级意识》,北京:社会科学文献出版社。
- 汪晖(2006年1月19日),《改制与中国工人阶级的历史命运——江苏通裕集团公司改制的调查报告》,取自社会学人类学中国网,<http://www.sachina.edu.cn/Htmldata/article/2006/01/781.html>
- 阿尔芒·马特拉(2005),《从历史和地缘的角度看“文化多样性”》(殷芹译),收入单波、石义彬(编),《跨文化传播新论》(页11—14),武汉:武汉大学出版社。
- 陆学艺(主编)(2002),《当代中国社会阶层研究》,北京:社会科学文献出版社。
- 陈力丹(2004),《陈力丹自选集》,上海:复旦大学出版社。
- 陈崇山(2003),《谁为农民说话——农村受众地位分析》,《现代传播》第3期,页35—37。
- 罗伯特·哈克特、赵月枝(2005),《维系民主? 西方政治与新闻客观性》(沈荟、周雨译),北京:清华大学出版社。
- 吕新雨(2010),《新乡土主义,还是城市贫民窟?》,《开放时代》第4期,上网日期:2010年9月10日,取自 <http://www.wyzx-sx.com/Article/Class19/201005/153014.html>

- 吕新雨、赵月枝(2010),《中国的现代性,大众传媒与公共性的重构》,《传播与社会学刊》第12期,页1—24。
- 信息社会世界高峰会议(W SIS)(2005),《突尼斯承诺》,取自<http://www.un.org/chinese/events/wsis/promises.htm>
- 赵月枝(2005),《关于北美的传播学研究》,收入段鹏、韩运荣编,《传播学在世界》(页171—190),北京:中国传媒大学出版社。
- 赵月枝(2006),《中国与跨国资本:文化视野中的考量》,收入《新闻与传播评论》(页140—153),武汉:武汉大学出版社。
- 赵月枝、曹晋(2007),《〈传播政治经济学读本〉中文序言》,收入赵月枝、曹晋(编),《传播政治经济学读本》,上海:复旦大学出版社。
- 赵月枝、曹晋(编)(2007),《传播政治经济学读本》,上海:复旦大学出版社。
- 赵月枝(2006),《文化产业、市场逻辑和文化多样性:可持续发展的公共文化传播理论与实践(上)》,《新闻大学》冬季号,页1—7。
- 赵月枝(2007),《文化产业、市场逻辑和文化多样性:可持续发展的公共文化传播理论与实践(下)》,《新闻大学》春季号,页56—62。
- 赵月枝、邢国欣(2008),《传播政治经济学:理论渊源、研究路径和学术前沿》,收入刘曙明、洪浚浩(编),《传播学》(页511—538),北京:中国人民大学出版社。
- 赵月枝、邓理峰(2009),《中国的“美国中心论”与中国新闻业和新闻传播学术的发展》,《新闻大学》春季号,页39—44。
- 赵月枝、罗伯特·A·哈克特(2004),《媒体全球化与民主化:悖论、矛盾与问题》,收入《新闻与传播评论》(页1—15),武汉:武汉大学出版社。
- 凌志军、马立城(1999),《呼喊:当今中国的五种声音》,广州:广州出版社。
- 唐绪军(1997),《略论目前的报业市场与报业经营》,《新闻与传播研究》第4卷第4期,页2—18。
- 夏志方、高迪(1999年7月26日),《文汇—新民报业集团宣告成立》,《文汇报》,第一版。
- 席文举(1998),《研究报业市场,提高办报艺术》,收入阮观荣、席文举(编),《都市报现象研究》(页31—41),北京:新华出版社。
- 格雷姆·默多克(2005),《疆域与十字路口:全球市场时代认同与团结》(张戈浩译),收入单波、石义彬(编),《跨文化传播新论》(页15—22),武汉:武汉大学出版社。
- 郭镇之(1991),《中国电视史》,北京:中国人民大学出版社。
- 郭镇之、孙五三、卜卫(1993),《经验、认同与满足:〈渴望〉受众来信的内容分析》,Proceedings of the China—Canada Television and Film Cooperation Conference, Beijing.
- 郭镇之、赵丽芳(主编)(2004),《聚焦〈焦点访谈〉》,北京:清华大学出版社。
- 陈怀林(1998),《经济利益驱动下的中国传媒制度变革》,收入陈怀林、何舟,《中国传媒新论》(页108—152),香港:太平洋世纪出版社。
- 陈怀林(1999),《九十年代中国传媒的制度演变》,《二十一世纪》第53期,页4—14。
- 陈怀林、黄煜(1996),《中国大陆大众传媒商业化非均衡发展:以报业为案例》,收入台湾政治大学新闻研究所编《新闻学研究》第53集,页191—208。
- 曹鹏、张立宪(1997),《怎样当自由撰稿人》,北京:光明日报出版社。

- 梁衡(1998),《一支生龙活虎的生力军》,收入阮观荣、席文举(编),《都市报现象研究》(页1—3),北京:新华出版社。
- 黄升民、丁俊杰(1997),《媒体产业化研究》,北京:北京广播学院出版社。
- 龚仁、孙惠群(1997),《1996年中国工人报纸发展概况》,收入《中国新闻年鉴1997》(页54—55),北京:中国新闻年鉴社。
- 傅谨(2004),《〈文化多样性公约〉和中国的国家立场》,取自 http://www.gmw.cn/02blqs/2004--10/07/content_179411.htm
- 联合国教科文组织(2005),《保护和促进文化表现形式多样性公约》,巴黎,2005年10月20日通过,取自 <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919c.pdf>
- 新华网(2006),《中共中央国务院发出深化文化体制改革若干意见》,1月12日,取自新华网,http://news.xinhuanet.com/politics/2006-01/12/content_4044535.htm
- 谭子艺(1997),《建设报业集团研讨会综述》,收入《中国新闻年鉴1997》(页253—255),北京:中国新闻年鉴社。
- 赫伯特·席勒(2006),《大众传播与美利坚帝国》(刘晓红译)(原书:Herbert I. Schiller, *Mass Communications and American Empire*[2nd ed.], Boulder, CO: Westview Press),上海:世纪出版集团。
- 潘忠党(1997),《大陆新闻改革过程中象征资源之替换形态》,收入台湾政治大学新闻研究所编《新闻学研究》第54集,页111—139。
- 潘忠党、朱立、陈韬文(1997),《当前传播研究的课题与挑战》,收入潘忠党、朱立、陈韬文(主编),《大众传播与市场经济》(页7—20),香港:卢峰学会。
- 卜卫(2009),《倾听劳动文化论坛》,未出版文稿。
- 卜卫(2010a),《民族志教学:以第一届“打工文化艺术节”的参与式传播为例》,《新闻学研究》第102期,页229—251。
- 卜卫(2010b),《在对研究的反省中进步》,收入王怡红、胡翼青(编),《中国传播学30年 1978—2008》(页529—536),北京:中国大百科全书出版社。
- 卜卫(2010c),《“只是没有听到她的声音”——参加五二八“悼念富士康工友”民谣义演有感》,未出版文稿。
- 人民网(2006),《Amartya:全球化以及文明多元化——美国哈佛大学 Amartya Kumar Sen 教授在北京论坛上的主题发言》,上网日期:2010年6月21日,取自 <http://theory.people.com.cn/GB/40557/72701/72705/4966927.html>

英文部分:

- Adam, G. S. (1976). The journalistic imagination. In Adam, G. A. (ed.), *Journalism, Communication and the law* (3—22). Scarborough, Ont.: Prentice-Hall.
- Aginam, A. M. (2005). Media in “globalizing” Africa: What prospect for democratic communication. In Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (121—144). Lanham, Rowman & Littlefield.
- Alhassan, A. (2004). Communication and the postcolonial nation-state. In M. Semati (ed.), *New frontiers in international communication theory*. Lanham, Rowman & Littlefield.

- Ali, T. (2003). *The clash of fundamentalisms: Crusades, Jihads and modernity*. London: Verso.
- Altheid, D. L. and Snow, R. P. (1979). *Media logic*. Beverly Hills, Sage.
- Althusser, L. (1965). *For Marx*. New York: New Left Books.
- Althusser, L. (1971). Ideology and Ideological State Apparatuses. In *Lenin and philosophy and other essays*. (trans.), Ben Brewster (127—186). New York: Monthly Review Press.
- Amin, S. (1993). Social movements in the periphery. In Wignaraja, P. (ed.), *New social movements in the South: Empowering the people*. London: Zed Books.
- Anderson, W. I. (1990). *Reality isn't what it used to be*. San Francisco, CA: Harper & Row.
- Ang, I. (1982/1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen & Co.
- Angus, I. (1989). Media beyond representation. In Angus, I. and Jhally, S. (eds.), *Cultural politics in contemporary America* (333—346). New York: Routledge.
- Angus, I. (2001). *Emergent publics: An essay on social movements and democracy*. Winnipeg: Arbeiter Ring.
- Appadurai, A. (1990). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Aronowitz, S. , and Bratsis, P. (eds.) (2002). *Paradigm lost: State theory reconsidered*. Minneapolis, MN. : University of Minnesota Press.
- Aufderheide, P. (1999). *Telecommunications policy and the public interest*. New York: Guilford Press.
- Arrighi, G. (2007). *Adam Smith in Beijing*. London: Verso.
- Arrighi, G. (2009). The winding path of capital; Interview by David Harvey. *New Left Review*, 56, 61—94.
- Ayis overcome discriminatory shuttle bus rules. (2006, May 28). *China Daily*, p. National.
- Bagdikian, B. (1992). *The media monopoly* (4th Edition). Boston: Beacon.
- Bailie, M. (1997). Critical communication pedagogy; Teaching and learning for democratic life. In Bailie, M. , & Winseck, D. (eds.). *Democratizing communication? Comparative perspectives on information and power*. Hampton Press.
- Baker, C. E. (2002). *Media, markets and democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baker, E. (1994). *Advertising and a democratic press*. Princeton, N. J. : Princeton University Press.
- Barber, B. R. (1995). *Jihad vs. McWorld: How the planet is both falling apart and coming together—and what this means for democracy*. New York: Times Books.
- Barmé, G. (1998, September). Spring clamor and autumnal silence: Cultural control in China. *Current History*, 257—262.
- Barmé, G. (1999). CCP™ and ADCULT PRC. *The China Journal* 41, 1—23.
- Barmé, G. (1999). *In the red*. New York: Columbia University Press
- Barringer, F. (2002, February 21). “Reality TV” about G. I. ’s on war duty. *New York Times*.
- Barthes, R. (1967). *Elements of semiology*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1973). *Mythologies*. London: Paladin.

- Baudrillard, J. (1983). *Simulations* (trans. Patton, P. and Beitchman, P.). New York: Semiotext(e).
- Baum, R. and Shevchenko, A. (1999). The "State of the State". In Goldman, M. and MacFarquhar, R. (eds.), *The paradox of China's Post-Mao reforms* (333—360). Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Beeman, W. (1981). *Renewed debate: Covering the aftermath of victory*. In Graduate School of Journalism, University of California, Berkeley, *The media and the Gulf; a closer look* (Conference proceedings, May 3—4).
- Beeson, M. and Robison, R. (2000). Introduction: Interpreting the crisis. In Robison, R., Beeson, M., Jayasuriya, K. and Kim, H. R. (eds.), *Politics and markets in the wake of the Asian crisis*. London: Routledge.
- Beijing calling (2001, September 7). *Wall Street Journal*, A14.
- Bell, D. (1960). *The End of ideology*. New York: Free Press.
- Bennett, L. (2001, December). One nation, one mind. *Vanity Fair*, 176—182.
- Bennett, T. (1990). *Outside literature*. London: Routledge.
- Bernstein, R. (1983). *Beyond objectivism and relativism: Science, hermeneutics, and praxis*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Bettig, R. V. (2002). The Frankfurt School and the political economy of communications. In Bettig, R., Nealon, J. T. Nealon and Irr, C. (eds.), *Rethinking the Frankfurt School* (81—94). Albany: State University of New York Press.
- Blumler, J. G. and Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. London: Routledge.
- Bobin, F. (2002, January 2). China's anti-globalisation voices struggle to be heard. *The Guardian*, 9.
- Boorstin, D. J. (1980). *The image: A guide to pseudo-events in America*. New York: Atheneum.
- Bourdieu, P. (1998a). *Acts of Resistance: Against the Tyranny of the Market* (trans. R. Rice). New York, the New Press.
- Bourdieu, P. (1998b). A reasoned utopia and economic fatalism. *New Left Review* 227, 125—130.
- Brady, R. A. (1937). *The spirit and structure of German fascism*. New York: Viking (Reprinted by Howard Fertig, 1969).
- Brady, R. A. (1943). *Business as a system of power*. New York: Columbia University Press (reprinted by Books for Libraries Press, 1972).
- Brecher, J., Costello, T., and Smith, B. (2000). *Globalization from below: The power of solidarity*. Cambridge, MA: South End Press.
- Burawoy, M. (2000). *Grounding globalization*. In Burawoy, M., Blum, J. A., George, S., Gille, Z., Gowan, T., Haney, L., Kalwiter, M., Lopez, S., H., Riain, S. O., Thayer, M. *Global ethnography: Forces, connections, and imaginations in a postmodern world* (337—350). Berkeley, CA: University of California Press.
- Burawoy, M. (2003). For a sociological Marxism: The complementary convergence of Antonio Gramsci and Karl Polanyi. *Politics & Society* 31(2), 193—261.
- Calabrese, A. (2004). Stealth regulation: Moral meltdown and political radicalism at the Federal Commu-

- nications Commission. *New Media & Society* 6(1), 103—113.
- Canadian Journal of Communication (2006). *Special issue on the laboring of communication*, vol. 33, no. 3.
- Carroll, W. K. and Hackett, R. A. (2004, July). Democratic media activism through the lens of social movement theory. Paper presented to International Association for Media and Communication Research, Porto Alegre.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Castells, M. (1998). *End of Millennium*. Malden, Mass. : Blackwell.
- Chakravartty, P. (2006). Who speaks for the governed? WSIS, civil society and the limits of “multistakeholderism.” *Economy and Political Weekly*.
- Chakravartty, P., Zhao, Y. Z. (2007). *Global communication: Toward a transcultural political economy*. Lanham, MD, Rowman & Littlefield.
- Chan, A. (1993). Revolution or corporatism? Workers and trade unions in post-Mao China. *The Australia Journal of Chinese Affairs* 29, 39—61.
- Chan, A. (2002). From propaganda to hegemony, Jiaodian Fangtan and China’s media policy. *Journal of Contemporary China* 11(3), 35—51.
- Chan, J. (1993). Commercialization without independence: Trends and tensions of media development in China. In Cheng, J., Brosseau, M. (eds.), *China review* 1993(25. 1—15. 21). Hong Kong: The Chinese University Press.
- Chan, J. (1995). Calling the tune without paying the pipers: The reassertion of media controls in China. In Lo, C. K., Pepper, S., and Tsui, K. Y. (eds.), *China review* 1995(5. 1—5. 16). Hong Kong: The Chinese University Press.
- Chan, J. (2003). Administrative boundaries and media marketization: A comparative analysis of the newspaper, TV and Internet markets in China. In Lee, C. C. (ed.), *Chinese Media, Global Contexts* (159—176). London: Routledge/Curzon.
- Chan, V. P. K. (2001, November 13). WTO: Chinese economist’s fear favored West, may threaten sovereignty. *South China Morning Post*. Internet edition.
- Chang, L. and Hutzler, C. (2003, March 27). CCTV aims to be China’s CNN. *Globe and Mail*, B12.
- Chang, T. K., Chen, C. H., and Zhang, G. Q. (1993). Rethinking the mass propaganda model: Evidence from the Chinese regional press. *Gazette* 51(3), 173—95.
- Chatterjee, P. (1986). *Nationalist thought and the colonial world: A derivative discourse?* London: Zed Books.
- Chen, F. & Gong, T. (1997). Party versus market in post-Mao China: The erosion of the Leninist organization from below. *Journal of Communist Studies and Transition Politics* 13, 148—166.
- Chen, H. L. & Chan, J. (1998). Bird-caged press freedom in China. In Cheng, J. (ed.), *China in the Post-Deng era* (645—667). Hong Kong: The Chinese University Press.
- Chen, H. L. & Guo, Z. S. (1998). Opposites apart: Explaining differential revenues between China’s party and mass-appeal newspapers. *Asian Journal of Communication* 8(2), 70—99.

- Chen, H. L. & Huang, Y. (1997). Reversal of fortune; Uneven development in China's press commercialization. Paper presented at the International Communication Association conference, Montreal.
- Chen, H. L. and Lee, C. C. (1998). Press finance and economic reform in China. In Cheng, J. (ed.), *China review* 1998(577—609). Hong Kong: The Chinese University Press.
- Chin, Y. C. (2003). The nation-state in a globalizing media environment; China's regulatory policies on transborder TV drama flow. *Javnost/the Public* 10(4): 75—92.
- China Mainland Marketing Research Co. (1998). An overview of Phoenix TV's audience rating in Mainland China. Brochure provided by a Phoenix TV source.
- China News Agency (2003, March 8). Changed fashion; Young people worship anything French. *The World Journal* (Vancouver), A9.
- China Sets up security net for the urban poor(2000, April 4). *Qiaobao*, A2.
- Chomsky, N. (1992). The media and the war; What war? In Mowlana, H., Gerbner, G. and Schiller, H. I. (eds.), *Triumph of the image; The media's war in the Persian Gulf-A global perspective* (51—63). Boulder; Westview.
- Chu, L. (1994). Continuity and change in China's media reform. *Journal of Communication* 44(3), 4—21.
- Chu, L. (1997). The political economy of the communication system in China. In P. S. N. Lee(ed.), *Telecommunications and Development in China* (89—110). Cresskill, N. J: Hampton Press.
- Chua, A. (2004). *World on fire; How exporting free market democracy breeds ethnic hatred and global instability*. New York; Anchor Books.
- Ci, J. (1994). *Dialectic of the Chinese revolution; From utopianism to hedonism*. Stanford, CA; Stanford University Press.
- Civil Society Statement on the World Summit on the Information Society(2005, December 18) *Much more could have been achieved. Tunis*, http://www.worldsummit2003.de/download_en/WSIS-CS-summit-statement-rev1-23-12-2005-en.pdf.
- Clement, W. (1975). *The Canadian corporate elite*. Toronto; McClelland and Stewart.
- Connell, I. (1980). Television news and the social contract. In Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. and Willis, P. (eds.), *Culture, media, language; Working papers in cultural studies 1972—79* (136—156). London; Hutchison.
- Connell, I. (1992). Personalities in the popular media. In Dahlgren, P. and Sparks, C. (eds.), *Journalism and popular culture*. Thousand Oaks, CA; Sage.
- Cook, P. G. and Ruggles, M. A. (1992). Balance and freedom of speech; Challenge for Canadian broadcasting. *Canadian Journal of Communication* 17(1), 37—59.
- Couldry, N. and Curran, J. (eds.) (2003). *Contesting media power: Alternative media in a networked society*. Lanham; Rowman & Littlefield.
- Curran, J. (1978). The press as an agency of social control; A historical perspective. In G. Boyce, J. Curran & P. Wingate (eds.), *Newspaper history; From the Seventeenth Century to the present day* (51—75). London; Constable.

- Curran, J. (1991). Mass media and democracy; A reappraisal. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society* (82—117). London: Edward Arnold.
- Curran, J. (1996). Mass media and democracy revisited. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society*, 3rd edition (81—119). London: Edward Arnold.
- Curran, J. and Leys, C. (2000). Media and the decline of liberal corporatism in Britain. In Curran, J. and Park, M. J. (eds.), *Dewesternizing media studies* (221—236). London: Routledge.
- Curtin, M. (2003). The future of Chinese cinema. In Lee, C. C. (ed.), *Chinese media, global contexts* (237—256). London & New York: Routledge Curzon.
- Chakrabarty, D. (2000). *Provincializing Europe: Postcolonial thought and historical difference*. Princeton: Princeton University Press.
- Curran, J., & Leys, C. (2000). Media and the decline of liberal corporatism in Britain. In J. Curran & M. J. Park (eds.), *Dewesternizing media studies* (221—236). London: Routledge.
- Dahl, R. A. (1998). *On democracy*. New Haven & London: Yale University Press.
- Dahlgren, P. (1992). Introduction. In Dahlgren, P. and Sparks, C. (eds.), *Journalism and popular culture*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the public sphere: Citizenship, democracy and the media*. London: Sage.
- Dale, S. (1996). *McLuhan's children: The Greenpeace message and the media*. Toronto: Between the Lines.
- Darnovsky, M., Kauffman, L. A. and Robinson, B. (1991). What will this war mean? In Sifry, M. L. and Cerf, C. (eds.), *The Gulf War reader* (480—486). New York: Times Book/Random House.
- Davis, B. (2000, March 15). Gore to lobby for Chinese trade accord. *Wall Street Journal*, A2.
- Derrida, J. (1972). Structure, sign and play in the discourse of the human sciences. In Macksey, R. and Donato, E. (eds.), *The structuralist controversy: The languages of criticism and the sciences of man* (247—264). Baltimore: John Hopkins University Press.
- Desbarats, P. (1990). *Guide to Canadian news media*. Toronto: Harcourt Brrace Jovanovich.
- Dirlik, A. (2005). *Marxism in the Chinese revolution*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Dorfman, A. and Mattelart, A. (1971[1975]). *How to read Donald Duck: Imperialist ideology in the Disney comics*. (trans. Kunzle, K.). New York: International General.
- Downing, J. (1996). *Internationalizing media theory: Transition, power, culture: Reflections on media in Russia, Poland and Hungary, 1980—95*. Thousand Oaks: Sage.
- Downing, J. H. D., with Ford, T. V. Gil, G. and Stein, L. (2001). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dupre, L. (1983). *Marx's social critique of culture*. New Haven: Yale University Press.
- Durham, M. G. and Kellner, D. M. (2001). *Media and cultural studies: Keywords*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Dyer-Witheford, N. (1999). *Cyber-Marx: Cycles and circuits of struggle in high-technology capitalism*. Chicago: University of Illinois Press.

- Eagleton, T. (1983). *Literary theory: An Introduction*. Oxford: Basil Blackwell.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology: An Introduction*. London: Verso.
- Eckholm, E. (1998, January 10). Detectable materialism catching on in China. *New York Times*, A4.
- Eckholm, E. (2003, March 31). China Disallows an Antiwar Protest. *New York Times*.
- Eley, G. (1992). Nations, publics and political cultures: Placing Habermas in Nineteenth Century. In Craig Calhoun (ed.), *Habermas and the public sphere* (289—339). Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Epstein, E. J. (1973). *News from nowhere*. New York: Random House.
- Ericson, R. V., Baranek, P. M. and Chan, J. B. L. (1991). *Representing order: crime, law and justice in the news media*. Toronto: University of Toronto Press.
- Ericson, Richard V., Baranek, P. M. and Chan, J. B. L. (1987). *Visualizing deviance: A study of news organizations*. Toronto: University of Toronto Press.
- Ericson, Richard V., Baranek, P. M. and Chan, J. B. L. (1989). *Negotiating control: A study of news sources*. Toronto: University of Toronto Press.
- Ermert, M. (2005). Intellectual property issues kept off WSIS agenda. *IP—Watch*. <http://www.ip-watch.org/weblog/wp-trackback.php/158>.
- Erwin, K. (2000). Heart-to-heart, phone-to-phone: Family values, sexuality, and the politics of Shanghai's advice hotlines. In Davis, D. S. (ed.), *The consumer revolution in urban China*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Elizabeth J. Perry and Sebastian Heilmann (eds.), *Chairman's Visible Hand: China's Party-State Resilience in Historical Perspective*, Cambridge: Harvard University Press, in press.
- FAIR[Fairness and Accuracy in Reporting](1991). Who appeased Saddam Hilter? *Extra!* 4(3), 10.
- Fanon, F. (1968[1961]). *The wretched of the earth*. New York: Grove Press.
- Fejes, F. (1981). Media imperialism: An assessment. *Media, Culture & Society*. 3(3), 281—298.
- Feng, C. S. (2003). Is it legitimate to imagine China's media as socialist: The state, the media, and "market socialism" in China. *Javnost/the Public* 10(4), 37—52.
- Ferment in the Field(1983, Summer). *Journal of Communication* 33(3).
- Fewsmith, J. (1999). China and the WTO: The politics behind the agreement. *NBR Analysis* 10(5), <http://www.nbr.org/publications/analysis/vol10no5/index.html>.
- Fewsmith, J. (2001). *China since Tiananmen: The politics of transition*. Cambridge: University of Cambridge Press.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. London and Austin: University of Texas Press
- Fiske, J. (1991). Postmodernism and television. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society* (55—67). London and New York: E. Arnold.
- Fiske, J. (1992). Popularity and the politics of information. In Dahlgren, P. and Sparks, C. (eds.), *Journalism and popular culture*. London: Sage.
- Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge*. London: Tavistock.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings 1972 — 1977*. Brighton: Harvester.

- Fraser, N. (1989). *Unruly practices: Power, discourse, and gender in contemporary social theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In Calhoun, C. (ed.), *Habermas and the public sphere* (109—142). Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Friedman, E. and Scott, J. C. (1993). Forward to Barrington Moore Jr., *Social origins of dictatorship and democracy*. New York: Beacon.
- Friedman, T. L. (1997, January 14). China and the stock market: A study in pressure. *Global and Mail*, A 21.
- Friedman, T. L. (2000). *The Lexus and the olive tree*. New York: Anchor Books.
- Fukuyama, F. (1992, 1993 printing). *The end of history and the last man*. New York: Free Press.
- Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In C. J. Calhoun (ed.), *Habermas and the public sphere* (109—142). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Friedman, E. (2009). How economic superpower China could transform Africa. *Journal of Chinese Political Science*, 14, 1—20.
- Fukuyama, F. (1992). *The end of history and the last man*. New York: Avon Books.
- Gandy, O. H. Jr. (2004). Audience on demand. In Calabrese, A. and Sparks, C. (eds.), *Toward a political economy of culture: Capitalism and communication in the Twenty-First Century* (327—341). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Gandy, O. H. Jr. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and information policy*. Norwood, NJ: Ablex.
- Gans, H. J. (1980). *Deciding what's news*. New York: Vintage.
- Garnham, N. (1986). Contribution to a political economy of mass communication. In Collins, R., et al (eds.), *Media, culture and society: A critical reader* (7—32). London: Sage.
- Garnham, N. (1997). Political economy and the practice of cultural studies. In Ferguson, M. and Golding, P. (eds.), *Cultural studies in question* (56—73). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Gates, B., with Myhrvold, N. and Rinearson, P. (1996). *The road ahead*. New York: Penguin Books.
- Geras, N. (1987). Post-Marxism? *New Left Review* 163, 40—82.
- Geras, N. (1988). Ex-Marxism without substance: Being a real reply to Laclau and Mouffe. *New Left Review* 169, 34—62.
- Gerbner, G. (1995). Television violence: The power and the peril. In Dines, G. and Humez, J. M. (eds.), *Gender, race, and class in media: A critical text reader* (547—557). London: Sage.
- Gerbner, G. and Signorielli, N. (1978). The world of television news. In Adams, W. and Schreiberman, F. (eds.), *Television network news: Issues in content research* (198—96). Washington, D. C.: School of Public and International Affairs, George Washington University.
- Giddens, A. (1977). *Studies in social and political theory*. London: Hutchinson.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.

- Gilsdorf, W. Q. and Bernier, R. (1991). Journalistic practice in covering federal election campaign of Canada. In Fletcher, F. J. (ed.), *Reporting the campaign: Election coverage in Canada*. Toronto: Dundurn.
- Gitlin, T. (1979). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society* 6(2), 205—253.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Gitlin, T. (1989). Postmodernism; Roots and politics. In Angus, I. and Jhally, S. (eds.), *Cultural politics in contemporary America* (347—360). New York: Routledge.
- Gitlin, T. (1991a, January/February). Dissent crosses the threshold. *Deadline*, 7—8.
- Gitlin, T. (1991b). Toward a different peace movement. In Sifry, M. L. and Cerf, C. (eds.), *The Gulf War reader* (320—322). New York: Times Books/Random House.
- Golding, P. and Elliott, P. (1979). *Making the news*. London: Longman.
- Golding, P., Murdoch, G. (1978). Theories of Communication and theories of society. *Communication Research* 5(3), 339—356.
- Golding, P., Murdoch, G. (2000). Culture, communication and political economy. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society* (70—92), 3rd edition. London: Arnold.
- Gordon, K. (1997). Government allows a new public sphere to evolve in China. *Media Development* 4, 30—34.
- Graduate School of Journalism, University of California, Berkeley (1991, May 3—4), *The media and the Gulf: A closer look* (Conference proceedings).
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks* (trans. and eds., Hoare, Q. and Nowell-Smith, G.). New York: International Publishers.
- Gruneau, R. (1988). Notes on popular cultures and political practices. In Gruneau, R. (ed.), *Popular cultures and political practices* (11—27). Toronto: Garamond Press.
- Guangzhou Daily looking at overseas listing. (1999, September 30). *South China Morning Post* (Internet ed.). http://www.scmp.com/News/Business/Article/Full_Text.asp_ArticleID=19990903.
- Guback, T. (1969). *The International film industry: Western Europe and American since 1945*. Bloomington: Indiana University Press.
- Gultung, J. (1987). *United States foreign policy: As manifest theology*. La Jolla: Institute on Global Conflict and Cooperation, University of California, San Diego.
- Guo, Z. Z. (2003). Playing the game by the rules? Television regulation around China's entry into WTO. *Javnost/the Public* X, 4, 5—18.
- Gussman, G. (2001). Telecommunications after NAFTA: Mexico's Integration Strategy. In Mosco, V. and Schiller, D. (eds.), *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism* (136—162). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Gramsci, A. (1979). Analysis of situations, relations of force. In A. Mattelart & S. Siegelau (eds.), *Communication and class struggle: An anthology in 2 volumes* (Vol. 1, 108—112). New York: International General.
- Habermas, J. (1987). *The theory of communicative action*. Boston, MA: Beacon Press.

- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms*. Cambridge: The Polity Press.
- Hackett, R. A., Gilsdorf, W. O. and Savage, P. (1992). New balance rhetoric: The Fraser Institute's political appropriation of content analysis. *Canadian Journal of Communication* 17(1), 15—36.
- Hackett, R. A. (1991). *News and Dissent: The Press and the Politics of Peace in Canada*. Norwood, NJ: Ablex.
- Hackett, R. A. (1993). *Engulfed: Peace protest and America's press during the Gulf War*. New York: NYU Center for War, Peace and the News Media.
- Hackett, R. A. (2000). Taking back the media: Notes on the potential for a communicative democracy movement. *Studies in Political Economy* 63, 61—86.
- Hackett, R. A. and Carroll, W. K. 2006. *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. London: Routledge.
- Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (1998). *Sustaining democracy? Journalism and the politics of objectivity*. Toronto: Garamond.
- Hackett, R. A. , Zhao, Y. Z. (1994). Challenging a master narrative: Peace protests and opinion/editorial discourse in the US press during the Gulf War. *Discourse & Society* 5(4), 509—541.
- Hackett, R. A. (1984). Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Mass Communication* 1(3), 229—259.
- Hackett, R. A. (1984). The depiction of labour and business on national television news. *Canada Journal of Communication* 10(1), 5—50.
- Hackett, Robert A. (Forthcoming). Is there a democratic deficit in Anglo-American journalism? In Allan, S. (ed.), *Journalism: Critical issues*. UK: Open University.
- Hagen, I. and Wasko, J. (eds.). (2000). *Consuming audiences? Production and reception in media research*. Cresskill, N. J. Hampton Press.
- Hall, S. (1975). Introduction. In Smith, A. C. H. (ed.), *Paper Voices: The Popular Press and Social Change, 1935—1965* (11—24). London: Chatto and Windus.
- Hall, S. (1977). Culture, the media and the “ideological effect.” In Curran, J. , Gurevitch, M. and Woollacott, J. (eds.), *Mass communication and society* (315—348). London: Arnold.
- Hall, S. (1982). The Rediscovery of “ideology”: Return of the repressed in media studies. In Gurevitch, M. , Bennett, T. , Curran, J. and Woollacott, J. (eds.), *Culture, society and the media* (56—90). London: Methuen.
- Hall, S. (1985). Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates. *Critical Studies in Mass Communication* 2(2), 91—114.
- Hall, S. (1986). Cultural studies: Two paradigms. In Bennett, T. , Martin, G. , Mercer, C. and Woollacott, J. (eds.), *Popular culture and social relations* (19—37). Milton Keynes: Open University Press.
- Hall, S. (1989). *The hard road to renewal*. London: Verso.
- Hall, S. , Critcher, C. , Jefferson, T. , Clarke, J. , and Roberts, B. (1978). *Policing the Crisis: Mugging,*

- the State, and Law and Order*. London: Macmillan.
- Hallin, D. C. and Gitlin, T. (1992, May). *Prowess and community: The Gulf War as popular culture and as television drama*. Paper presented to International Communication Association, Miami.
- Hallin, D. C. (1992). The passing of the "high modernism" of American journalism. *Journal of Communication* 42(3), 14—25.
- Hallin, D. C. (1986). *The uncensored war: The media and Vietnam*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Hallin, D. C. (2000a). Commercialism and professionalism in the American news media. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society*, 3rd edition (218—237). London: Arnold.
- Hallin, D. C. (2000b). Media, political power, and democratization in Mexico. In Curran, J. and Park, M. J. (eds.), *Dewesternizing media studies* (97—110). London and New York: Routledge.
- Hallin, D. C. (2000c). La Noto Roja: Popular journalism and the transition to democracy in Mexico. In Sparks, Colin and Tulloch, John (eds.), *Tabloid tales*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Halloran, J. and Elliott, P. and Murdock, G. 1970. *Demonstrations and communications: A case study*. Harmondsworth: Penguin.
- Hamelink, C. J. (1995). The democratic ideal and its enemies. In Lee, P. (ed.), *The democratization of communication* (15—37). Cardiff: University of Wales Press.
- Hao, X. M., Huang, Y., & Zhang, K. W. (1998). Free market vs. political control in China: Convenience or contradiction? *Media Development* 1, 35—38.
- Hardt, M. and Negri, A. (2000). *Empire*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Harris, M. (1992). The language of Dwarf-Killing: Orwell and victory in the Gulf. In Briemberg, M. (ed.), *It was, it was not: Essays and art on the war against Iraq* (62—76). Vancouver: New Star.
- Harris, S. (1997). China's role in the WTO and APEC. In Goodman, D. S. G., and Segal, G. (eds.), *China rising: Nationalism and interdependence* (134—155). London and New York: Routledge.
- Hartley, J. (1980). *Understanding news*. London: Methuen.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Oxford: Basil Blackwell.
- Harvey, D. (2003). *The New Imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
- He, Z. (2000). Working with a dying ideology: Dissonance and its reduction in Chinese journalism. *Journalism Studies* 1(4), 599—616.
- Held, D. and McGrew, A. (2002). *Globalization/anti-globalization*. Cambridge: Polity.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. and Perraton, J. (1999). *Global transformations: Politics, economics and culture*. Cambridge: Polity Press.
- Herman, E., Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- Herman, E. and McChesney, R. (1997). *The global media: The new missionaries of global capitalism*. London and Washington: Cassell.

- Herman, E. S. (1982). *The real terror network; Terrorism in fact and propaganda*. Boston: South End Press.
- Hill, J. (1998). US rules. OK? Telecommunications since the 1940s. In McChesney, R., Wood, E. M., and Foster, J. B. (eds.), *Capitalism and the information age: The political economy of the global communication revolution* (99—122). New York: Monthly Review Press.
- Hindess, B. and Hirst, P. (1977). *Mode of production and social formation*. London: Macmillan.
- Ho, A. (2001 January 23). Book ban highlights reasons behind rural plight. *South China Morning Post*.
- Hong, J. H. (1998). *The internationalization of television in China: The evolution of ideology, society, and media since the reform*. Westport, Conn.: Praeger.
- Horkheimer, M. and Adorno, T. W. (1972). The culture industry; Enlightenment as mass deception. In *Dialectic of Enlightenment* (120—167) (trans. Cumming, J.). New York: Continuum.
- Hu, Andy (2006). *Swimming against the tide: Tracking and locating Chinese leftism online*. M. A. Thesis, School of Communication, Simon Fraser University, Burnaby, B. C. Canada.
- Hu, Z. R. (2003). The post-WTO restructuring of the Chinese media industries and the consequences of capitalisation. *Javnost/the Public* X, 4, 19—36.
- Huang, P. C. C. (1993). “Public sphere/civil society” in China? *Modern China* 19(2).
- Huang, Y. & Chen, H. L. (1997). Towards media democratization; The Chinese experience and a critique of the neo-authoritarian model. *China Report* 33(3), 313—327.
- Huang, Y. (1994). Peaceful evolution: The case of television reform in post-Mao China. *Media, Culture & Society* 16, 217—241.
- Huang, Y., Hao, X. M. & Zhang, K. W. (1997). Challenges to government control of information in China. *Media Development* 2, 17—22.
- Huntington, S. P. (1996). *Clash of civilizations and the remaking of world order*. New York: Simon & Schuster.
- Huyssen, A. (1984). Mapping the postmodern. *New German Critique* 33, 5 — 52.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere; An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Hackett, R. A., & Carroll, W. K. (2006). *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. London: Routledge.
- Hackett, R. A., & Zhao, Y. (1998). *Sustaining democracy? Journalism and the politics of objectivity*. Toronto: Garamon Press.
- Hong, Y. (2010). The politics of a socialist harmonious society in the aftermath of China’s neoliberal development. *Chinese Journal of Communication*, 3, 311—328.
- Hung, H. — F. (2009). America’s head servant? The PRC’s dilemma in the global crisis. *New Left Review*, 60, 5—25.
- Innis, H. (1951). *The Bias of communication*. Toronto: University of Toronto Press.
- International Commission for the Study of Communication Problems (MacBride Report) (1980). *Many voices, one world: Communication today and tomorrow*. Unesco: Paris.

- Jameson, F. (1981). *The political unconscious: Narrative as a socially symbolic act*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Jameson, F. (1984). Postmodernism or the cultural logic of capitalism. *New Left Review* 146, 53 — 92.
- Jayasuriya, K. (2000). Authoritarian liberalism, governance and the emergence of the regulatory state in post-crisis East Asia. In Robison, R., Beeson, M., Jayasuriya, K. and Kim, H. R. (eds.), *Politics and markets in the wake of the Asian crisis*, London: Routledge.
- Jensen, C. (1993). *Censored: The news that didn't make the news — and why*. Chapel Hill: Shelburne Press.
- Jhally, S. (2000). Advertising at the edge of the apocalypse. In Andersen, R. and Strate, L. (eds.), *Critical Studies in Media Commercialism* (27—39). New York: Oxford University Press.
- Kahn, J. (2004, December 31). China's haves' stir the 'have nots' to violence. *New York Times*.
- Keane, J. (1991). *The media and democracy*. Cambridge, Mass: Blackwell.
- Keane, M. (2002). Facing off on the final frontier: The WTO accession and the rebranding of China's national champions. *Media International Australia* 105, 130—47.
- Keane, M. (2002a). As a hundred television formats bloom, A thousand television stations contend. *Journal of Contemporary China* 11(30), 5—16.
- Keane, M. (2002b). Television drama in China: Engineering souls for the market. In Craig, T. J. and King, R. (eds.), *Global goes local: Popular culture in Asia* (120—137). Vancouver: UBC Press.
- Keane, M. (2002c). Facing off on the final frontier: The WTO accession and the rebranding of China's national champions. *Media International Australia* 105, 130—147.
- Keen, S. interviewed by R. Cox (1991). *Propaganda review* 7, 19—21.
- Kellner, D. (1992). *The Persian Gulf TV war*. Boulder: Westview.
- Kemenade, W. (1998). *China, Hong Kong, Taiwan, Inc.: The dynamics of a new empire*. New York: Vintage Books.
- Klein, Naomi, K. (2003, September 29). Once Strip-mined, Twice Shy. *Globe and Mail*. A11.
- Kwang, M. (1998, June 11). *People's Daily* to lose state subsidies. *The Strait Times*, 18.
- Kellner, D. (2005). *Media spectacle and the crisis of democracy: Terrorism, war, and election battles*. Boulder: Paradigm.
- Labor Department Appeals to Peasant Workers not to Blindly Enter the City (2003, February 8). *World Journal* (Vanouver), A9.
- Laclau, E. (1976). *Politics and ideology in Marxist theory*. London: New Left Books.
- Laclau, E. and Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. London: Verso.
- Laclau, E. and Mouffe, C. (1987). Post-Marxism without Apologies. *New Left Review* 166, 79 — 104.
- Lakoff, G. (1992). *Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the Gulf*. In Kreiser, H. (ed.), *Confrontation in the Gulf: University of California professors talk about the war*, 1—19. Berkeley: University of California Institute of International Studies.
- LaMay, C., FitzSimon, M. and Sahadi, J. (eds.) (1991). *The media at war: The press and the Persian*

- Gulf conflict*. New York, Gannett Foundation Media Center[now the Freedom Forum].
- Larrain, J. (1979). *The concept of ideology*. London: Hutchinson.
- Lazarsfeld, P. (1941). Remarks on administrative and critical communication research. *Studies in Philosophy and Social Science*, 9(1), 2—16.
- Lee, C. C. (1994). Ambiguities and contradictions: Issues in China's changing political communication. In Lee, C. C. (ed.), *China's media, media's China* (3—20). Boulder, CO: Westview Press.
- Lee, C. C. (2000). Chinese communication: Prisms, trajectories, and modes of understanding. In Lee, C. C. (ed.), *Power, money, and media: Communication patterns and bureaucratic control in cultural China* (3—44). Evanston, Ill: Northwestern University Press.
- Lee, C. C. (2003). The global and the national of the Chinese media: Discourses, market, technology, and ideology. In Lee, C. C. (ed.), *Chinese media, global contexts* (1—31). London and New York: Routledge Curzon.
- Lee, K Y. (1998, October 29). *Asian governments and the Internet*. Speech at the Media in the Asia Pacific World Conference, Los Angeles, CA.
- Lerner, Daniel, (1958). *The passing of traditional society; Modernizing the Middle East*. New York, Free Press.
- Li, X. P. (2002). "Focus"(Jiaodian Fangtan) and the changes in the Chinese television industry. *Journal of Contemporary China* 11(30), 17—34.
- Lichtenberg, J. (1991). In defense of objectivity. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society*. London: Edward Arnold.
- Liebes, T, and Katz, E. (1990). *The export of meaning; Cross-cultural readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Link, P., Madsen, R. P., Pickowicz, P. G. (2002). Introduction. In Link, P., Madsen, R. P., Pickowicz, P. G. (eds.), *Popular China: Unofficial culture in a globalizing society* (1—8). Lanham, Rowman & Littlefield.
- Liu, B. Y. & Link, P. (1998, October 8). A great leap backward? *The New York Review of Books*, 19—23.
- Liu, H. (1998). Profit or ideology? The Chinese press between party and ideology. *Media, Culture & Society* 20, 31—41.
- Lovell, T. (1980). *Pictures of reality; Aesthetics, politics, pleasure*. London: British Film Institute.
- Lukacs, G. (1971). *History and class consciousness*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Lukes, S. (1974). *Power; A radical view*. London: Macmillan.
- Lull, J. (1991). *China turned on; Television, reform, and resistance*. London: Routledge.
- Lull, J., and Sun, S. W. (1988). Agent of modernization: Television and urban Chinese families. In Lull, J. (ed.), *World families watch television*. Newbury Park, C. A., Sage Publication.
- Lummis, C. D. (1966). *Radical democracy*. Ithaca & London: Cornell University Press.
- Lynch, D. C. (1999). *After the propaganda state; Media, politics, and "thought work" in reformed China*. Stanford, CA: Stanford University Press, 1999.

- Lynch, D. C. (1999, March). Dilemmas of "thought work" in fin-de-siecle China. *China Quarterly* 157, 173—201.
- Lyotard J. F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge* (trans. Bennington, G. and Massumi, B.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- MacBride, S. and Roach, R. (1993). The New International Information Order. In Gerbner, G. Mowlana, H. and Nordenstreng, K. (eds.), *The global media debate: Its rise, fall, and renewal* (3—11). Norwood, NJ: Ablex.
- Li, M. Q. (2008). *The rise of China and the demise of the capitalist world-economy*. New York: Monthly Review Press.
- Lin, C. (2006). *The transformation of Chinese socialism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Madsen, R. (1993). The public sphere, civil society, and moral community; A research agenda for contemporary Chinese studies. *Modern China*, 19, 183—198.
- Macdonell, D. (1986). *Theories of discourse: An introduction*. London: Basil Blackwell.
- Macpherson, C. B. (1977). *The life and times of liberal democracy*. Oxford: Oxford University Press.
- Madsen, R. (1993). The public sphere, civil society, and moral Community. *Modern China* 19(2).
- Madsen, R. (2000). Epilogue. In Davis, D. S. (ed.), *The consumer revolution in urban China* (312—318). Berkeley, CA: University of California Press.
- Manthorpe, J. (2000, September 23). Asian media heirs run into financial reality. *Vancouver Sun*, H3.
- Martin, M. (1991). "Hello Central?" *Gender, technology, and culture in the formation of telephone systems*. Montréal: McGill-Queen's University Press.
- Martín-Barbero, J. (1991). *Communication, culture and hegemony: From the media to mediations*. Elizabeth Fox and Robert A. White (trans.). Newbury Park: Sage.
- Marx, K. and Engels, F. (1970). *The German ideology: Part one*. London: Lawrence and Wishart.
- Mattelart, A., Mattelart, M. (1998). *Theories of communication: A short introduction*. London: SAGE Publications.
- Mattelart, A. (1979). *Multinational corporations and the control of culture: The ideological apparatuses of imperialism* (trans. Chanan, M.). Sussex: Harvester Press; Atlantic Highlands, N. J. : Humanities Press.
- Mattelart, A. (1994). *Mapping world communication: War, progress, culture* (trans. Emanuel, S. and Cohen, J. A.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mattelart, A. (2000). *Networking the world, 1794—2000* (trans. Libbrecht, L. C. and Cohen, J. A.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mattelart, A. , Delcourt, X. and Mattelart, M. (1984). *International image markets: In search of an alternative perspective* (trans. Buxton, D.). London: Comedia.
- Mattelart, A. , Siegelau, S. (1978—1983). *Communication and class struggle: An anthology in 2 volumes*. New York: International General; Bagnolet, France: International Mass Media Research Center.
- Maxwell, R. (2003). *Herbert Schiller*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Mazepa, P. A. (2003). *Battles on the cultural front: The (de) Labouring of culture in Canada 1914—*

1944. Ph. D. Dissertation, Carleton University.
- McChesney, R. (1999). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. Urbana, University of Illinois Press.
- McChesney, R. W. (1994). *Telecommunications, mass media, & democracy: The battle for the control of U. S. broadcasting, 1928—1935*. New York: Oxford University Press.
- McChesney, R. W. (2000). The political economy of communication and the future of the field. *Media, Culture and Society* 22, 109—116.
- McCormick, B. L. (2003). Recent trends in Mainland China's media: Political implications of commercialization. *Issues & Studies* 38, 4/39: 1, 175—215.
- McDonald, V. (2004, July 1—8). Works help makes sense of Middle East mess. *The Georgia Straight* (Vancouver).
- McKercher, C. and Mosco, V. (Forthcoming). *Knowledge workers in the information age*. Lanham: Lexington Books.
- McNair, B. (2000). Journalism and democracy: A Millennial audit. *Journalism Studies* 1(2), 197—211.
- McNair, B. (2000). Power, profit, corruption, and lies: The Russian media in the 1990s. In Curran, J. and Park, M. J. (eds.), *Dewesternizing media studies*. London: Routledge.
- McPherson, C. B. (1965). *The real world of democracy*. Toronto: The Canadian Broadcasting Corporation.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and public interest*. London: Sage.
- McSmith, A. and Harnden, T. (2002, April 8). British PM backs US push to oust Saddam. *Vancouver Sun*.
- Meehan, E. R. (1984). Ratings and the institutional approach: A third answer to the commodity question. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(2), 216—225.
- Meehan, E. R. (2002). Gendering the commodity audience: Critical media research, feminism, and political economy. In Meehan, E. R. and Riordan, E. (eds.), *Sex and money: Feminism and political economy in the media* (209—222). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Meehan, E. R. and Riordan, E. (eds.) (2002). *Sex & money: Feminism and political economy in the media*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Meisner, M. (1996). *The Deng Xiaoping era: An inquiry into the fate of Chinese socialism, 1978—1994*. New York: Hall and Wang, 1996.
- Meisner, M. (1999, September). China's Communist revolution: A half-century perspective. *Current History*, 243—248.
- Melucci, A. (1980). The new social movements: A theoretical approach. *Social Science Information* 19.
- Miliband, R. (1973). *The state in capitalist society*. London: Quartet Books.
- Miller, M. C. (2002, January 7/14). What's wrong with this picture? *The Nation*.
- Miller, T. (2002). Consuming citizen: The new international division of cultural labor and the trade in screen texts. In Chan, J. and McIntyre, B. (eds.), *In search of boundaries: Communication, nation-states, and cultural identities* (34—57). Westport, Conn., Ablex Publishing.

- Mills, C. Wright (1959/2000). *The sociological imagination*. New York: Oxford University Press.
- Mitchell, K. (2001, May). Transnationalism, neo-liberalism, and the rise of the shadow state. *Economy and Society*, 30(2), 165—189.
- Mitchell, T. (2000, July 12). Mainland ties bind pioneer publisher. *South China Morning Post*. <http://www.scmp.com/News/Template/PrintArticle.asp>
- Moore, B. Jr. (1993). *Social origins of dictatorship and democracy*. 2nd edition. New York: Beacon.
- Morgan, M., Lewis, J. S., Jhally, S. (1992). More viewing, less knowledge. In Mowlana, H., Gerbner, G., and Schiller, H. (eds.), *Triumph of image: The media's war in the Persian Gulf—A global perspective* (216—233). Boulder: Westview Press.
- Mosco, V. (1983). Critical research and the role of labor. *Journal of Communication* 33(3), 245—245.
- Mosco, V. (1996). *The Political economy of communication*. London & New York: Sage.
- Mosco, V. (2004). *The digital sublime: Myth, power and cyberspace*. Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Mouffe, C. (1979). Hegemony and ideology in Gramsci. In Mouffe, C. (ed.), *Gramsci and Marxist Theory* (168—203). London: Routledge.
- Mowlana, H., Gerbner, G. and Schiller, H. I. (eds.) (1992). *Triumph of the image: The media's war in the Persian Gulf—A global perspective*. Boulder: Westview.
- Municipal party committee held a seminar on guiding public opinion on reemployment (1998, May 22). *Hangzhou ribao*, 1.
- Murdoch, G., Golding, P. (2004). Dismantling the digital divide: Rethinking the dynamics of participation and exclusion. In Calabrese, A. and Sparks, C. (eds.), *Toward a political economy of culture: Capitalism and communication in the twenty-first century* (244—260). Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Murdock, G. (1978). Blindspots about Western Marxism: A reply to Dallas Smythe. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 2(2), 109—119.
- Mattelart, A. (1979). Introduction: For a class analysis of communication. In A. Mattelart & S. Siegelau (eds.), *Communication and class struggle: An anthology in 2 volumes* (Vol. 1, 23—70). New York: International General.
- McChesney, R. (1999). *Rich media, poor democracy*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- McChesney, R. W., & Foster, J. B. (2010). Capitalism, the absurd system: A view from the United States. *Monthly Review*, 62(2), 1—16. Retrieved August 5, 2010, from <http://monthlyreview.org/100601mcchesney-foster.php>
- Mosco, V. (1998). Political economy, communication, and labor. In G. Sussman & J. A. Lent (eds.), *Global productions: Labor in the "information society"* (13—38). Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Murdock, G. (2006). Cosmopolitans and conquistadors: Empires, nations and networks. In O. Boyd-Barrett (ed.), *Communications media globalization and empire* (17—32). Eastleigh: John Libbey.
- Nennett, W. L. (1988). *News: The politics of illusion*. 2nd Edition. New York: Longman.
- Nordenstreng, K. (1999). The context: Great media debate. In Vincent, R. C., Nordenstreng, K. and Traber, M. (eds.), *Towards equity in global communication: MacBride update* (235—268). Cresskill,

- NJ: Hampton Press.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O' Siochru, S., Girard, W. B., with Mahan, Amy. (2002). *Global media governance: A beginner's guide*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- O' Siochru, S. (2005). Global media governance as a potential site of civil society intervention. In Hackett, R. A. and Zhao, Y. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (205—221). Lanham: Rowman & Littlefield.
- O'Neill, M. (1998, April 3). Titanic fever sweeps Beijing. *South China Morning Post*.
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D. and Fiske, J. (1983). *Key concepts in communication*. London: Methuen.
- Ohmann, R. (1996). *Selling culture: Magazines, markets and class at the turn of the century*. London: Verso.
- Ong, A. (1999). *Flexible citizenship: The cultural logic of transnationality*. Durham & London: Duke University Press.
- Pan, Z. D. (1997, May). Spatial configuration in China's journalism reforms. Paper presented at the International Communication Association Conference, Montreal.
- Pan, Z. D., Lu, Y. (2003). Localizing professionalism: Discursive practices in China's media reform. In Lee, C. C. (ed.), *Chinese media, global contexts* (215—236), London: RoutledgeCurzon.
- Panitch, L. and Gindin, S. (2004). Global capitalism and American empire. In L. Panitch and C. Leys (eds.), *Socialist Register 2004: The new imperial challenge* (1—42). London: The Merlin Press.
- Paxman, A. and Alex M. Saragoza, A. M. (2002). Globalization and Latin Media powers: The case of Mexico's Televisa. In Mosco, V. and Schiller, D. (eds.), *Continental Order? Integrating North America for Cybercapitalism* (64—85). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Pearson, M. (1997). *China's new business elite: The political consequences of economic reform*. Berkeley: University of California Press.
- Pei, M. X. (1994). *From reform to revolution: The demise of communism in China and the Soviet Union*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Pendakur, M. (1991). A political economy of television: State, class and corporate confluence in India. In Sussman, G. and Lent, J. (eds.), *Transnational communications: Wiring the Third World* (234—262). Newbury Park, CA: Sage.
- Pendakur, M. (2003). *Indian popular cinema: Industry, ideology, and consciousness*. Cresskill, N. J.: Hampton Press.
- Perry, E. J. (1999). Crime, Corruption, and Contention. In Goldman, M. and MacFarquhar, R. (eds.), *The paradox of China's post-Mao reforms* (308—329). Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Perry, E. J. and Selden, M. (2003). Introduction: Reform and resistance in contemporary China. In Perry, E. J. and Selden, M. (eds.), *Chinese society: Change, conflict and resistance* (1—22), 2nd edition. London and New York: Routledge Curzon.

- Petras, J. and Veltmeyer, H. (2001). *Globalization unmasked: Imperialism in the 21st Century*. London and New York: Zed Books.
- Polanyi, K. (1944). *The Great transformation: The political and economic origins of our time*. New York, Beacon Press.
- Polumbaum, J. (1994). Striving for predictability: The bureaucratization of media management in China. In Lee, C. C. (ed.), *China's media, media's China* (113—128). Boulder, CO: Westview Press.
- Polumbaum, J. (1998). Review of the book *Media, Market, and Democracy in China: Between the Party Line and the Bottom Line*. *Journal of Communication* 49(4), 170—172.
- Preston, W. Jr., Herman, E. S. and Schiller, H. I. (1989). *Hope and folly: The United States and Unesco, 1945—1985*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Price, M. E., Rozumilowicz, B. and Verhulst, S. G. (2002). *Media reform: Democratizing the media, democratizing the state*. London and New York: Routledge.
- Palat, R. A. (2008). A new bandung? Economic growth vs. distributive justice among emerging powers. *Futures*, 40, 721—734.
- Qiu, J. L. C. (2009). *Working class network society: Communication technology and the information have-less in urban China*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Qiu, J. L. C. (2010). Class, communication, China: A thought piece. *International Journal of Communication*, 4, 531—536.
- Repo, S. (1986). *Journalistic objectivity, the discourse on democracy, and the birth of the popular press*. Unpublished Ph. D. dissertation. University of Toronto.
- Roach, C. (1997). Cultural imperialism and resistance in media theory and literary theory. *Media, Culture & Society*, 19(1), 47—66.
- Roberts, A. (1993, October). All the news we can manage. *New Directions*.
- Robinson, D. C. (1993). Taking “freedom of the press” seriously: Critical media sociology and the challenging of democracy. *Alternative Routes* 10, 57—83.
- Robison, R., and Goodman, D. (1996). The new rich in Asia: Economic development, social status and political consciousness. In Robison, R. & Goodman, D. (eds.), *The new rich in Asia: Mobile phones, McDonald's and middle-class revolution* (1—16). London and New York: Routledge.
- Rorty, R. (1985). Habermas and Lyotard on postmodernity. In Bernstein, R. (ed.), *Habermas and Modernity* (160—75). Cambridge: Polity Press.
- Rosen, S. (2000). Seeking appropriate behavior under a socialist market economy: An analysis of the *Beijing Youth Daily*. In Lee, C. C. (ed.), *Power, money, and media: Communication patterns and bureaucratic control in cultural China* (45—67). Evanston, Ill.: Northwestern University Press.
- Rosenthal, E. (1999, January 24). Women's suicides reveal rural China's bitter roots. *New York Times*, A12.
- Rustin, M. (1988). Absolute voluntarism: critique of a post-Marxist concept of hegemony. *New German Critique* 43, 146 — 71.
- Ryan, A. (1992, March 26). Professor Hegel goes to Washington. *New York Review of Books*, 7 — 13.

- San Francisco Media Alliance(1991). Covering the war; A mediafile roundtable. *Mediafile* 12(1), 6.
- Saunders, D. (2001, October 19). Hollywood goes to bat for nation. *Globe and Mail*.
- Schell, O. (1995). Maoism vs. media in marketplace. *Media Studies Journal* 9(3), 33—43.
- Schell, O. (1999). Learning and teaching. *Media Studies Journal* 13(1), 90—100.
- Schiller, D. (1981). *Objectivity and news; The public and the rise of commercial journalism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schiller, D. (1996). *Theorizing communication; A history*. New York: Oxford University Press.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism; Networking the global market system*. Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Schiller, D. (1999). The legacy of Robert A. Brady: Antifascist origins of the political economy of communication. *Journal of Media Economics*, 12(2), 89—101.
- Schiller, D. (2003). Communications and power; Interpreting China's emerging role. *Media Development* 3, 12—15.
- Schiller, D. (2005). Poles of market growth? Open questions about China, information and the world economy. *Global Media and Communication* 1(1), 79—103.
- Schiller, D. (2007). *How to think about information*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schiller, D. and Mosco, V. (2001). Introduction; Integrating a continent for a transnational world. In Mosco, V. and Schiller, D. (eds.), *Continental order? Integrating North America for cybercapitalism* (1—34). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Schiller, H. (1996). Information deprivation in the information rich society. In Gerbner, G., Mowlana, H., Schiller, H. I. (eds.), *Invisible crisis*. Boulder, CO: Westview Press.
- Schiller, H. I. (1969). *Mass communications and American empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schiller, H. I. (1973). *The mind managers*. Boston: Beacon.
- Schiller, H. I. (1976). *Communication and cultural domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Schiller, H. I. (1976). *Communication and cultural Domination*. White Plains, NY: M. E. Sharpe.
- Schiller, H. I. (1983). Critical research in the information age. *Journal of Communication* 33 (3), 249—257.
- Schiller, H. I. (1984). *Information and crisis economy*. New York: Oxford University Press.
- Schiller, H. I. (1989). *Culture, Inc: The corporate takeover of public expression*. New York: Oxford University Press.
- Schiller, H. I. (1991). Not yet the post-imperialist era. *Critical Studies in Mass Communication* 8(1): 13—28.
- Schiller, H. I. (1993). Transnational media; Creating consumers worldwide. *Journal of International Affairs* 47(1), 48—58.
- Schiller, H. I. (1996). *Information inequality; The deepening social crisis in America*. London and New York: Routledge.
- Schiller, H. I. (2000). *Living in the number one Country; Reflections from a critic of American empire*.

- New York: Seven Stories Press.
- Schlesinger, P. (1978). *Putting "reality" together*, *BBC News*. London: Constable.
- Schlesinger, P. (1999). Changing spaces of political communication; The case of the European Union. *Political Communication* 16(3), 163—279.
- Schlesinger, P. (2001). Tensions in the construction of European media policies. In Morris, N. and Waisbord, S. (eds.), *Media and globalization: Why the state matters* (95—115). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Schramm, W. (1964). *Mass media and national development: The role of information in the developing countries*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news: A social history of American newspapers*. New York: Basic Books.
- Schudson, M. (1994). The "public sphere" and its problems; Bringing the state (back) in. *Notre Dame Journal of Law, Ethics, and Public Policy* 8(2), 529—546.
- Schudson, M. (2000). The sociology of media revisited (again). In Gurevitch, M. and Curran, J. (eds.), *Mass media and society* (4th ed.). London: Arnold.
- Schumpeter, J. (1942/1976). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper & Row.
- Siebert, F. S., Peterson, T., Schramm, W. (1963). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana: University of Illinois Press.
- Sivard, R. L. (1985). *World military and social expenditures 1985*. Washington: World Priorities.
- Sklair, L. (2001). *The Transnational Capitalist Class*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Smith, H. (1992). *The media and the Gulf War*. Washington, DC: Foreign Policy Institute of the School of Advanced International Studies, Johns Hopkins University/Seven Locks Press.
- Smyth, F. (2002, March 21). The price of propaganda. www.franksmyth.com.
- Smythe, D. (1981). *Dependency road: Communications, capitalism, consciousness and Canada*. Norwood, N. J.: Ablex.
- Smythe, D. W. (1977). Communications; Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1(3), 1—27.
- Smythe, D. W. (1978). Rejoinder to Graham Murdock. *Canadian Journal of Political and Social Theory* 2(2), 120—127.
- Smythe, D. W. (1994). After bicycles, what? In Gubeck, T. (ed.), *Counterclockwise: Perspectives on communication* (230—244). Boulder, CO: Westview Press.
- Smythe, D. W. (1994). *Counterclockwise: Perspectives on Communication* (ed. Guback, T.). Boulder: Westview Press.
- Solinger, D. (1992). Urban entrepreneurs and the state; The merger of state and society. In Rosenbaum, A. (ed.), *State and society in China: The consequences of reform* (121—141). Boulder: Westview Press.
- Soper, K. (1991). Postmodernism, subjectivity and the question of value. *New left review* 186, 120—28.

- Sparks, C. (1992). Popular journalism: Theories and practices. In Dahlgren, P. and Sparks, C. (eds.), *Journalism and popular culture*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sparks, C. (1998). "Introduction." *Javnost/the Public* 5(3), 5—10.
- Sparks, C. (1998). Is there a global public sphere? In Thussu, D. (ed.), *Electronic empires: Global media and local resistance* (136—162). London, Arnold.
- Sparks, C. (2003). Are the Western media really that interested in China? *Javnost/the Public* 10(4), 93—108.
- Sparks, C. (2005). Civil society as contested concept: Media and political transformation in Eastern and Central Europe. In Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (37—56). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Sparks, C., with Reading, A. (1998). *Communism, capitalism, and the mass media*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sreberny, A. (2000). The global and the local in international communications. In Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.), *Mass media and society*, 3rd edition (93—119). London, Arnold.
- Sreberny, A. (2005). Globalization, communication, democratization: Toward gender equality. In Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (245—266). Lanham: Rowman & Littlefield.
- State Council, PRC (1997). Chuban guanli tiaoli [Publication management ordinance]. In Law and Regulations Research Office of the Central Propaganda Department of the Chinese Communist Party Central Committee (ed.), *Xuanchuan wenhua zhengce fagui xuanbian* (1996—1997) (25—35). Beijing: Xuexi Press.
- State Press and Publications Administration, PRC. (1997). Guanyu baoye zhili gongzuo de tongzhi [Circular on restructuring the press]. In Law and Regulation Research Office of the Propaganda Department of the Chinese Communist Party Central Committee (ed.), *Xuanchuan wenhua zhengce fagui xuanbian* (1996—1997) (240—242). Beijing: Xuexi Press.
- Sumner, C. (1979). *Reading ideologies: An investigation into the Marxist theory of ideology and law*. London: Academic Press.
- Sun, W. N. (2002). *Leaving China: Media, migration, and transnational imagination*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Sussman, G. (1997). *Communication, technology, and politics in the information age*. Newbury Park, CA: Sage.
- Sussman, G. (1999). Introduction to special issue on political economy of communications. *Journal of Media Economics*, 12(2), 85—87.
- Sussman, G. (2005). *Global electioneering: Campaign consulting, communications, and corporate financing*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Sussman, G. and Lent, J. A. (1998). *Global productions: Labor in the making of the "information society"*. Cresskill: Hampton Press.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. New York: Vintage.

- Santos, de S. B. (2006). *The rise of the global left: The world social forum and beyond*. New York: Zed Books.
- Schiller, D. (2008). China in the United States. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 5, 411—415.
- Schlesinger, P. (1999). Changing spaces of political communication; The case of the European Union. *Political Communication*, 16, 263—279.
- Sen, A. (2006a). *Identity and violence: The illusion of destiny*. New York: W. W. Norton.
- Sen, A. (2006b). What clash of civilizations? Why religious identity isn't destiny. Retrieved August 7, 2010, from <http://www.slate.com/id/2138731>
- Suzanne, F., & Ribet, K. (2009). China—Africa media relations. *Global Media and Communication*, 5, 129—136.
- Thomas, P. (2005). Contested futures; Indian media at the crossroads. In Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (81—100). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and modern culture*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Thussu, D. K. (2000). *International Communication: Continuity and Change*. London: Arnold.
- Tomlison, J. (1991). *Cultural imperialism: A critical introduction*. London: Printer Publishers.
- Tuchman, G. (1971/1972). Objectivity as strategic ritual; An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology* 77, 660—79.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Turow, J. (1997). *Breaking up America: Advertising and the new media world*. Chicago: University of Chicago Press.
- Valle, C. A. (1995). Communication; International debate and community-based initiatives. In Lee, P. (ed.), *The democratization of communication* (197—216). Cardiff: University of Wales Press.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Associates.
- Vincent, R. C., Kordenstreng, K. and Traber, M. (eds.) (1999). *Towards equity in global communication: MacBride update*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Waisbord, S. and Morris, N. (2001). Introduction; Rethinking media globalization and state power. In Morris, N. and Waisbord, S. (eds.), *Media and globalization: Why the state matters* (vii—xvi). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Wakefield, N. (1990). *Postmodernism: The twilight of the real*. London: Pluto Press.
- Walker, R. B. J. (1984). Contemporary militarism and the discourse of dissent. In R. B. J. Walker (ed.), *Culture, ideology and world order* (302—322). Boulder: Westview.
- Wallace, C. and Miliband, R. (1975). *The Canadian corporate elite: An analysis of economic power*. Toronto: McClelland and Stewart.
- Wang, H. (2003). *China's new order: Society, politics and economy*. Theodore Hunter (ed.). Cambridge: Harvard University Press.
- Wang, J. (1996). *High culture fever: Politics, aesthetics, and ideology in Deng's China*. Berkeley, CA:

University of California Press.

- Wang, J. (2001). Culture as leisure and culture as capital. *Positions: East Asia Cultures Critique* 9(1), 69—104.
- Wang, K. (1993). 1992 nian Zhongguo nongmin baozhi fazhan gaikuang [An overview of developments in the Chinese peasant press in 1992]. In *Zhongguo xinwen nianjian 1993* (19—20). Beijing: China Journalism Yearbook Press.
- Wank, D. (1999). *Commodifying communism: Business, trust, and politics in a Chinese city*. Cambridge, Mass: Cambridge Press.
- Wasko, J. Philips, M. and Meehan, E. R. (eds.) (2001). *Dazzled by Disney? The global Disney audiences project*. London: Leicester University Press.
- Weber, I. (2002). Reconfiguring Chinese propaganda and control modalities: A case study of Shanghai's television system. *Journal of Contemporary China* 11(30), 53—75.
- Wehrfritz, G. (1998, April 13). Beijing spring. *Newsweek*, 38—40.
- White, R. A. (1988). NIWCO has become a People's Movement. *Media Development* 34(1), 20—25.
- Williams, R. (1957). Working class culture. *Universities and Left Review* 1(2).
- Williams, R. (1961). *The long revolution: An analysis of the democratic, industrial and cultural changes transforming our society*. New York: Columbia University Press.
- Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. London: Oxford University Press.
- Witheyford, N. and Gruneau, R. (1992). Between the politics of production and the politics of the sign: Post-Marxism, Gramsci, and "New Times". *Current Perspectives in Social Theory*.
- Wong, J. (2003, April 5). How China failed the world. *Globe and Mail*, F6.
- Wood, E. M. (1995). *Democracy against capitalism: Renewing historical materialism*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Wright, L. (1989). Peace, living without enemies. *Rolling Stone* 560, 54—65, 82—88.
- Wu, G. (2000). One head, many mouths; Diversifying press structures in reform China. In Lee, C. C. (ed.), *Power, money, and media: Communication patterns and bureaucratic control in cultural China* (45—67). Evanston, Ill.: Northwestern University Press.
- Wu, G. (2003, March 29). US magazines violates rules. *China Daily*, <http://www.Chinadaily.com.cn/HK/2003-03-29/110157.html>.
- Wallerstein, I. (2010). Structural crisis. *New Left Review* 62, 133—142.
- Wen, J. M., Zhang, X. M., Zhang, T., & Qu, K. M. (1997). *Zhongguo 1997 [China 1997]*. Beijing: Social Sciences Literature Press.
- Wen, M. J., Zhang, X. M., Zhang, T., Qu, K. M., Zhao, R. (1998). 1998 nian Zhongguo fazhan zhuangkuang yu qushi [1998 Chinese development conditions and trends]. Beijing: Central Party School Press.
- Xinhua News Agency. (1998, January 17). PRC to establish publishing, newspaper groups by 2010. In Foreign Broadcasting Information Service, *Daily Report: PRC*.
- Xia, J. (1998). Yong xingzheng guangli shouduan, cu baoye fangrong (Use administrative measures to

- promote the prosperity of the newspaper industry]. *Zhongguo baokan yuebao* 2(2), 9—10.
- Xu, H. (2000). Morality discourse in the marketplace: Narratives in the Chinese television news magazine *Oriental Horizon*. *Journalism Studies* 1(4), 637—647.
- Yang, M. F. (1997, January 23). Li Tieying addresses national press and publications bureau director conference. *The People's Daily* (Overseas ed.), p. 5.
- Yatsko, P. (1997, January 23). Not the People's Daily. *Far Eastern Economic Review*, 52.
- Yin, H. (2002). Meaning, production, consumption: The history and reality of television drama in China. In Donald, S. D., Keane, M. and Yin, H. (eds.), *Media in China: Consumption, content, crisis* (28—39). London: Routledge/Curzon.
- Yu, X. (1994). Professionalization without guarantees: Changes in the Chinese press in the post-1989 years. *Gazette* 53(1—2), 23—41.
- Zaharom, N. (1994). Commercialization and control in a “caring society”: Malaysian media “towards 2020”. *Sojourn*, 9(2), 178—199.
- Zha, J. (1995). *China pop: How soap opera, tabloids and bestsellers are transforming a culture*. New York, New press.
- Zhang, X. (1993). The market versus the state: The Chinese press since Tiananmen. *Journal of International Affairs* 47, 195—221.
- Zhang, X. D. (1998). Nationalism, mass culture, and intellectual strategies in post-Tiananmen China. *Social Text* 55, 16(2), 109—140.
- Zhao, B. (1998). Popular family television and party ideology: The Spring Festival Eve happy gathering. *Media, Culture & Society* 20, 43—58.
- Zhao, Y. Z. (1996). Toward a propaganda/commercial model of journalism in China? The case of *Beijing Youth News*. *Gazette* 58(3), 143—57.
- Zhao, Y. Z. (1998). *Media, market, and democracy in China: Between the party line and the bottom line*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Zhao, Y. Z. (2000a). Watchdogs on party leashes? Contexts and limitations of investigative reporting in post-Deng China. *Journalism Studies* 1(4), 577—597.
- Zhao, Y. Z. (2000b). Caught in the web: The public interest and the battle for control of China's information superhighway. *Info* 2(1), 41—65.
- Zhao, Y. Z. (2001). Media and elusive democracy in China. *The Public/Javmost* 8(2), 21—44.
- Zhao, Y. Z. (2004a). The Media matrix: China's integration into global capitalism. *Socialist Register* 2005; *The Empire Reloaded* (197—217). London: Merlin Press.
- Zhao, Y. Z. (2004b). The state, the market, and media control in China. In Thomas, P. and Nain, Z. (eds.), *Who owns the media? Global trends and local resistances* (179—212). Penang, Southbound and New York: Zed Books.
- Zhao, Y. Z. (2004c). Underdogs, lapdogs and watchdogs: Journalism and the public sphere problematic in China. In Gu, X. and Goldman, M. (eds.), *Chinese intellectuals between state and market* (433—74). London: RoutledgeCurzon.

- Zhao, Y. Z. (2005). Who wants democracy and does it deliver food? Communication and power in a globally integrated China. In Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (57—79). Lanham; Rowman & Littlefield.
- Zhao, Y. Z. and Schiller, D. (2001, April). Dances with wolves: China's integration with digital capitalism. *Info* 3(2), 137—151.
- Zhao, Y. Z. and Sun, W. S. (2007). "Public Opinion Supervision": The Role of the Media in Constraining Local Officials. In Perry, E. J. and Goldman, M. (eds.), *Grassroots political reform in China*. Cambridge, Mass; Harvard University Press.
- Zhao, Y. Z., Hackett, R. A. (2005). "Media democratization: Problems, issues, and paradoxes." In Hackett, R. A. and Zhao, Y. Z. (eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (1—33). Lanham, MD; Rowman & Littlefield.
- Zheng, Y. N. (2004). *Globalization and state transformation in China*. Cambridge; Cambridge University Press.
- Zhao, Y. Z. (2008). *Communication in China: Political economy, power, and conflict*. Lanham, MD; Rowman & Littlefield.
- Zhao, Y. Z. (2009). Rethinking Chinese media studies: History, political economy and culture. In D. K. Thussu (ed.), *Internationalizing media studies* (175—195). London; Routledge.
- Zhao, Y. Z. (2010a). China media colloquium: An introductory and overview essay. *International Journal of Communication* 4, 573—583. Retrieved August 8, 2010, from <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/821/433>
- Zhao, Y. Z. (2010b). Chinese media, contentious society. In J. Curran & M. Gurevitch (eds.), *Media and society* (5th ed., 252—270). London; Hodder Education.
- Zhao, Y. Z. (2010c). For a critical study of communication and China: Challenges and opportunities. *International Journal of Communication* 4, 544—551. Retrieved August 8, 2010, from <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/756/430>
- Zhao, Y. Z. (in press). The challenge of China: Contribution to a transcultural political economy of communication in the 21st century. In J. Wasko, G. Murdock & H. Sousa (eds.), *The handbook of political economy of communications*. Malden; Blackwell.
- Zhao, Y. Z., & Duffy, R. (2007). Short-circuited? The communication and labour in China. In C. McKercher & V. Mosco (eds.), *Knowledge workers in the information society* (229—247). Lanham, MD; Lexington Books.
- Žižek, Slavoj (2009a). *First as Tragedy, Then as Farce*. London; Verso, 2009.
- Žižek, Slavoj (2009b). How to begin from the beginning. *New Left Review* 57, 43—55.

后 记

做学问是孤独的。那帧我在“出国”后第一次“回国”，然后又回加拿大时用当年的“外汇券”在机场购买的“野渡孤舟”字幅，依然伴着我。然而，任何一部著作，又必然是学术共同体的结晶和特定学术公共领域的一部分。这部文集更是如此。这不仅仅因为文集中有我与其他学者的合作文章，更不仅仅因为我自己的许多文章得益于译者和编者的劳动，而且是因为中文学术共同体对我的包容、接纳、鼓励和鞭策，这是我在国外开始用中文写作，并出版此书的动力。

本书第6章的第一个版本，是我的第一篇中文学术文章。该文章写于1997年秋，也就是我博士毕业后去美国加州大学圣迭哥分校任教的第一学期。当时，我还没有接触到中文电脑输入，而长期在电脑上用英文写作的过程又使我养成了边写边改的习惯。在阳光灿烂的几天里，我——一位“抛夫别女”，孤身一人在美国加州做跨国知识劳工的华人学者——在家旁一个充满南欧情调的棕榈树婆娑的购物广场角上的一家咖啡馆里，五易其稿，用颇受英语长句式影响的学术中文，写成这篇文章的手稿。后来，时任《新闻与传播研究》编辑的孙五三教授安排了电脑输入，郭镇之教授为我做了中文润色。就这样，这篇文章终于成了中文传播学术大海中的一滴水。再后来，当时在温哥华做短期访问的中国传媒大学博士生李娜，在我家的客房里，按《新闻与传播研究》上的文本重新进行电脑文字输入，从而形成此文我自己的第一个电子版。

当然，不是所有文章的成文过程都像第6章那么艰辛，那么直接得益于学术共同体中的诸多同仁的劳动，因而那么值得记忆。我慢慢学会了用中文在电脑上写作。不过，南方口音，加上小学时就先天不足的汉语拼音训练使我中文电脑写作速度极慢。我这个在中国土生土长的妈妈的中文打字水平常常是我在加拿大成长的女儿的笑料。所以，直到2002年，当我应邀参加在北京广播学院举办的“国际传播与国际关系”国际学术讨论会的时候，为了更好更快地表达自己，我不得不选择用英文写作，向会议提供了一篇英文论文。这篇论文就是本书的第8章。而本书的最后一章，是基于我于2010年7月在台湾中华传播学年会上的主题发言。到了这时，我这个首先学会用英文做学术的华人学者，已在学术语言的选择上基本完成了“重新本土化”的过程——对我来说，在华语学术圈发表论文，用中文写作是当然的选择。

具体到本书的成书过程,我首先要感谢潘忠党教授。大概是在2004年,他邀我参加他计划主编的一套丛书。虽然这套丛书由于种种原因至今未能问世,潘教授的邀请为我编辑此书提供了初衷。此书的出版工作由于主观与客观的原因断断续续多年,文稿的不同版本也在一些同行与学生中流传过。最后这个版本的许多文章或这些文章的最初版本,也已陆续发表在其他中文学术刊物中。这些期刊包括2007年第2期的《传播与社会学刊》(第3章)、1998年第2期的《新闻与传播研究》(第6章)、2003年第2期的《现代传播》(第7章)、2003年卷的《新闻与传播评论》(第9章)、2010年第7期的《开放时代》(第12章)、2005年第3期的《中国传媒报告》(第14章)、2009年第4期的《全球传媒学刊》(第15章)、2006年冬季号和2007年春季号的《新闻大学》(第17章)和2010年第12期的《中华传播学刊》(第18章)。这些文章的发表得益于以下编辑与稿件推荐人的努力:孙五三,陈韬文,胡正荣,夏倩芳,李艳红,郭镇之,吕新雨,张锦华,罗世宏,以及另一位我不知其姓名的编辑或稿件推荐者。另外,第1章最初出版在刘曙明和洪浚浩主编的《传播学》(中国人民大学出版社,2007年版)一书中,第8章出版在陈卫星主编的《国际关系与国际传播》(北京广播学院出版社,2003年版)一书中,第14章的一个缩写本最初收在单波和石义彬主编的《跨文化传播新论》(武汉出版社,2005年版)一书中。感谢这些同仁与朋友。

本书有一半的章节是在已经出版的英文原文的基础上经译者翻译和我自己在翻译文本的基础上进行文字和内容方面的修改而成的。其中,第2章和第5章的译者是沈荟,第4、第10、第12、第13和第14章的译者是高玮,第9章的译者是朱怡岚和靳泽清,第15章的译者是曹书乐,第11章和16章的译者是郭镇之。郭镇之教授还为第3章、第6章的原初版本提出过文字修改意见。在此,谨向我的合作者和译者致谢。为了方便有兴趣的读者查阅,这些文章相应的英文原文的出处提供如下:

- 第2章: Yuezhi Zhao, "The 'End of Ideology' Again? The Concept of Ideology in the Era of Post - Modern Theory," *Canadian Journal of Sociology* 18: 1 (1993), 70—85.
- 第4章: Robert A. Hackett, Yuezhi Zhao, "Challenging a Master Narrative: Peace Protests and Opinion/Editorial Discourse in the US Press during the Gulf War," *Discourse & Society* 5: 4 (October 1994), 509—541.
- 第5章: Robert A. Hackett, Yuezhi Zhao, "Are Ethics Enough? 'Objective Journalism' Versus Sustainable Democracy," in V. Alia, Brian Brennan and Barry Hoffmaster (eds.), *Deadlines and Diversity: Journalism Ethics in a Changing World* (Halifax: Fernwood, 1996), 44—58.
- 第9章: Yuezhi Zhao and Robert A. Hackett, "Media Globalization, Media Democratization: Challenges, Paradoxes, Issues," in Robert A. Hackett and Yuezhi Zhao (eds.), *Democratizing Global Media: One World, Many Struggles* (Lanham: Rowman

- & Littlefield, 2005), 1—28.
- 第 10 章: Yuezhi Zhao, “From Commercialization to Conglomeration: The Transformation of the Chinese Press within the Orbit of the Party State,” *Journal of Communication* 50:2 (Spring 2000), 3—26.
 - 第 11 章: Yuezhi Zhao and Guo Zhenzhi, “Television in China: History, Political Economy, and Culture,” in Janet Wasko (ed.), *A Companion to Television* (Oxford: Blackwell Publishers, 2005), 521—539. Reprinted in Hakan Lindhoff and Lena Rydholm (eds.), *Media Cultures and Globalization in China* (Stockholm: Stockholm University, 2007), 71—90.
 - 第 12 章: Yuezhi Zhao, “The Rich, the Laid - off, and the Criminal in Tabloid Tales: Read All about It!” in Perry Link, Richard Madsen, and Paul Pickowicz (eds.), *Popular China: Unofficial Culture in a Globalizing Society* (New York: Rowman and Littlefield, 2002), 111—135.
 - 第 13 章: Yuezhi Zhao, “‘Enter the World’: Neo - liberalism, the Dream for a Strong Nation, and Chinese Press Discourse on the WTO,” in Chin - Chuan Lee (ed.), *Chinese Media, Global Contexts* (London: Routledge Curzon, 2003), 32—56.
 - 第 14 章: Yuezhi Zhao, “Transnational Capital, the Chinese State, and China’s Communication Industries in a Fractured Society,” *The Public/Javnost: Journal of the European Institute for Communication and Culture* 10:4 (2003), 53—74.
 - 第 15 章: Yuezhi Zhao, “After Mobile Phones, What? Re - embedding the Social in China’s ‘Digital Revolution’,” *International Journal of Communication* 1:1 (January 2007): 92—120, January 2007. <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/5/20>
 - 第 16 章: Yuezhi Zhao, “Between a World Summit and A Chinese Movie: Visions of Information Society,” *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 66:3—4 (2004), 275—280.

另外,虽然第 8 章的原文是英文,但是我没有在英文学术界发表过。前文提到,此文最初是提交给 2002 年北京广播学院“国际传播与国际关系”学术会议的论文。作为这个会议组织者邀请的国外学术顾问,我在参加会议议程的安排中注意到会上发表机会有限,所以就放弃了宣读论文的机会。感谢陈卫星教授把这篇文章收集在会议的论文集,即《国际关系与国际传播》一书中。也感谢文章的译者刘宏。

另外,我要特别感谢上海社会科学院的吴畅畅博士和中国传媒大学博士生龚伟亮,他们二位先后对整部书稿的文字进行了精心的编辑和修改,使其表达更清晰,也更符合中文的语境。黄樱菜博士为我的序言部分提出了很好的修改意见,我很感谢她。最后,我还要感谢参与我 2010 年在中国传播大学开设的“传播政治经济学: 中国与世界”暑期

课程的同学,他们不但阅读了书稿,而且作为他们作业的一部分,就部分章节写了非常精彩的评论。是他们对我的课程的热情参与和对本书的期望和鼓励,是他们所表达的那份学术真诚,使我决定,2010年暑期我无论如何要完成自己的书稿这一作业。终于,2010年8月28日,在去机场赶搭回温哥华的飞机的前十分钟,我向我的编辑交上了作业。

本书的出版几经周折。我的书稿最后交给了我母校的出版社——中国传媒大学出版社,而且能以我自己所认定的面目与读者见面,好像一切是冥冥中的安排。感谢出版社总编辑闵惠泉教授对出版我的著作的支持。赵丽华博士为本书的编辑和出版付出了辛勤的劳动。2010年酷暑与严冬,我们先后两次在传媒大学校园见面。我为我们之间有这么多的共识和默契而高兴,我更被她热心和细致的工作态度而感动。我还要感谢本书的特约编辑王维佳博士,他对本书的内容进行了把关。当然,一切书中的缺陷和不足之处,由我个人负责任。

赵月枝

2011年4月于温哥华