

中国传媒报告

CHINA MEDIA REPORT

直击中国传媒 紧追世界潮流

2013年第2期 总第46期

中国出版 全球发行



中国传媒报告杂志社
<http://www.chnmedia.com>

国际标准刊号 ISSN 1682-3362

ISSN 1682-3362



9 771682 336008

04

卷首语

信步云端

——大数据时代下信息传播形态与模式的改变

随着云时代的到来,大数据(Big Data)将奏响人类社会第三次的华彩乐章。这是继计算机、互联网变革之后的又一次IT巨变,而这一浪潮的出现绝非偶然。众多大型企业都争先恐后地研究云计算技术和基于云计算的服务,亚马逊、谷歌、微软、戴尔、IBM、百度、阿里、著云台等著名企业皆跻身前列。大数据的重大战略意义不在于掌握、占有庞大的信息资源,而在于如何对信息进行目的化、专业性的处理。换句话说,对数据的合理消化、整合、落地成为关键。云计算、大数据的发展对信息传播形态、模式产生新影响,传播研究自当应时而动,顺势而为,积极迈进云时代。从其目前在信息传播的社会应用趋势来看,大数据时代的优势日益显现,发展前景势如破竹。

大数据时代云计算的发展,拓宽了信息传播的自由时空,达成了“天涯共此时”的良愿。用户可以随时随地利用任何网络设备访问,对终端处理的负担被减轻。对繁琐终端设备的整合扩展了人类行走于网络空间的范围。电脑、手机、平板等设备通过云计算被重新整合,有线互联网的局限被冲破,多个终端设备之间的边界亦被打破,天南海北、形色各异的人群聚集到一个云端之上,真正达到“天涯若比邻”。开放的操作系统及拓展插件,降低了用户对IT专业知识的依赖。云计算搭建了网络信息技术多元化应用的个人平台。在这里,信息与人之间的勾连、人与人之间的关系、信息与信息之间的碰撞被无限可能地推动。信息传播得以在全天候、无地界、无负担中运行。

大数据时代云计算的发展,改变了信息获取及信息传播的结构模式,拥有了“坐看云卷云舒”的洒脱。用户对信息的获取是按需自助服务,“按需分配”的资源技术架构使用户得以快速且低价地获取信息。2013年3月19日,国际电信联盟(ITU)秘书长哈玛德·图埃(Hamadoun Touré)在墨西哥城举行的第七届宽带委员会会议上发表讲话说,他喜欢“远大的梦想”并且制定了一个新的目标,这个目标叫做“Goal 20-20 by 2020”,就是到2020年,世界上的每一个人都能够以每个月20美元的价格接入每秒20MB的宽带互联网。云端中央化的结构体系使得本地耗用减少,公共云端中的信息传播成本被削减,从而加快了信息流通利用的效率,简单快捷的资源提供方式实现了古人“坐看云起时”的闲适自得。建立在网络并行计算基础上数据资源、计算资源、设备资源、服务资源共筑一个浩如烟海的资源池。异构、边界被打破,资源被云端统一管理调度,用户因需求相似而聚合,就如天上的云聚云散一样,因相似的使用而聚合形成同一片云,也因需求的完成而散发到其他云层。云计算在满足多元需求的同时,提高了社会运行的效率。

大数据时代云计算的发展,革命性地将信息资源提供变更为“即时分割、即时聚合”,成全了“聚散虚空去复还”的期盼。分层分类的资源池保证了云计算服务可以深入到政府检测、企业商务、大众日常的每一个面向。虽然云计算需要大量、广泛、共享的资源,但并不排斥云计算的资源池可以分层分类,我们借用美国国家标准和技术研究院对云计算定义中的分类模型,将云计算的资源池分为公用云(Public Cloud)、私有云(Private Cloud)、社区云(Community Cloud)、混合云(Hybrid Cloud)。例如政府检测和民主监督的完成可以依靠公用云,企业商务和市场研发的进行可以采用混合云,终端消费大众的云存储可以选取私有云,社区小群体的日常行为可以利用社区云。云概念整合了多种IT技术,这使得信息传播能够架构为所有人共享的资源平台,在保护数据的同时,进行资源与信息互动,突破传统数据库的局限,达到开放与保密自由的状态。

大数据时代背景下,传播范围的自由度扩大、访问设备的便捷性提升、获取信息的成本降低、资源架构的效率提高、信息调度的同步性成为可能,这一系列跨越式的进步对未来网络信息传播发展的贡献不可估量,人类将在大数据时代飞入云端、闲庭信步、坐看云起。

(张梦吟/文)



中国传媒报告

CHINA MEDIA REPORT

本刊实行匿名评审制

China Media Report
ISSN 1682-3362
Zhongguo Chuanmei Baogao
No.2,2013

中国传媒报告杂志社

出品人:吴家平(Wu Jia-ping)

主 编:邵培仁(Shao Pei-ren)

副主编:李 岩(Li Yan)

李 杰(Li Jie)

编辑:中国传媒报告杂志社

出版:中国传媒报告杂志社

主办:浙江大学传播研究所

浙江大学跨文化研究院

社址:香港湾仔卢押道20号其康大厦808室

投稿:chnmedia@vip.sina.com

编辑部:浙江大学西溪校区

E-mail:zjcbxh@vip.sina.com

电话(传真):0571-88273032

联系人:叶盛(Ye Sheng)

北京办事处:北京华新文树传媒

顾问中心 电话:010-88561428

E-mail:hzfank@sohu.com

联系人:王晓婷(Wang Xiao-ting)

上海办事处:复旦大学内

E-mail:sqliao@263.net

电话:021-65643743

联系人:廖圣清(Liao Sheng-qing)

纽约办事处:525 Rockaway

PKWY;Brooklyn,NY 11212,U.S.A

E-mail:jjedmondson@gmail.com

编辑部主任:叶琼丰(Ye Qiong-feng)

责任编辑:吴 贇

(Wu Yun)

张梦晗

(Zhang Meng-han)

英文编辑:徐迎春(Xu Ying-chun)

廖卫民(Liao Wei-min)

法律顾问:尹士金(Yin Shi-jin)

冯 哲(Feng Zhe)

《中国传媒报告》2013 年第 2 期

目 录

卷首语 (1)

特稿

中国的老年受众与革命主体
..... [澳]史蝶飞/著 邱子桐/译(4)

媒介社会学:主导范式
..... [美]托德·吉特林/著 禹夏 曹洵/译(14)

为学之路与治学之道
——李金铨教授访谈录
..... 采访人:张永芹 展宁(43)

新闻与传播理论研究

“日常生活”之于美国主流传播学
——以英法理论为观照
..... 黄佩映 胡翼青(47)

《政治传播》杂志:全球政治传播研究的轨迹与前沿
..... 连彦乐(59)

新闻教育“密苏里方法”的零距离读解
..... 李建新 乔飞 彭威(74)

文化·社会·传媒

少数民族身份的媒介重构:转型期少数民族媒介形象呈现与身份认同研究(1979-2010)
..... 张媛(85)

我国电视业体制改革之路的理性观照
——1999~2012 年我国电视制播分离研究文献综述
..... 郝雨 张欣(100)

台湾媒体的框架策略与认同焦虑:以钓鱼岛事件为例
..... 王淑平(107)

农村青少年的互联网使用研究
——对隆里村的民族志考察 刘亭亭(115)

书评

贞励杏坛 铭勒金石
——读《台湾新闻教育家郑贞铭》
..... 张梦新(125)

China Media Report
Serial No. 46, No. 2, April. 2013
Contents

Preface

The Mode Change of Information Communication at the Age of Big Data
..... Zhang Menghan(1)

Feature Article

Senior Audiences and the Revolutionary Subject in the People's Republic of China
..... Author:Stephanie Hemelryk Donald Translator: Qiu Zitong(4)

Media Sociology: the Dominant Paradigm
..... Author:Todd Gitlin Translators:Yu Xia, Cao Xun(14)

The Road to Learn and the Way to Learn: An Interview with Professor Li Jinquan
..... Interviewers and Editors: Zhang Yongqin, Zhan Ning(43)

Journalism and Communication Studies

'Everyday Life' Studies and American Communication Research—Taking British and French Theories as the Reference
..... Huang Peiying Hu Yiqing(47)

A Literature Review on the Journal of "Political Communication": the Track and the Leading Edge of Global Political Communication Research
..... Lian Yanle(59)

A Close Interpretation of "Missouri Method" on Journalistic Education
..... Li Jianxin Qiao Fei Peng Wei(74)

Culture, Society & Media

Media Construction and the Cultural Identity of China's National Minorities during the Transitional Period (1979 – 2010)
..... Zhang Yuan(85)

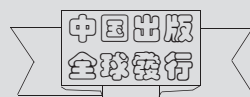
A Literature Review on the Research of TV Programs' Commission in the Years of 1999 – 2012 in China
..... Hao Yu Zhang Xin(100)

The News Framework Analysis and Identity Anxiety of Taiwan Media: A Case Study on the Event of "Diaoyu Islands"
..... Wang Shuping(107)

A Qualitative Study on the Use of the Internet for the Rural Adolescents: Based on the Field Work in Longli County of Guizhou Province, China
..... Liu Tingting(115)

Book Review

Virtues Inspiring and Name Engraved: Impressions from the Book of 'A Journalistic Educator from Taiwan: Zheng Zhenming'
..... Zhang Mengxin(125)



中国传媒报告杂志社

<http://www.chnmedia.com>

编辑顾问委员会

陈国明 罗得岛大学教授

潘忠党 威斯康星大学教授

赵月枝 西蒙弗雷泽大学教授

罗伯特·G.皮卡特 延雪平大学教授

姜 飞 中国社科院研究员

张锦华 台湾政治大学教授

张国良 上海交大教授

喻国明 中国人民大学教授

程曼丽 北京大学教授

熊澄宇 清华大学教授

单 波 武汉大学教授

黄 旦 复旦大学教授

戴元光 上海大学教授

胡正荣 中国传媒大学教授

李少南 香港中文大学教授

祝建华 香港城市大学教授

杜骏飞 南京大学教授

尹德刚 澳门大学教授

冯建三 台湾政治大学教授

范捷平 浙江大学教授

赵晶晶 浙江大学教授

郝晓鸣 南洋理工大学教授

吴 飞 浙江大学教授

CHINA MEDIA
REPORT
ISSN 1682-3362
No.2, 2013

特稿

中国的老年受众与革命主体

[澳]史蝶飞/著 邱子桐/译

(澳大利亚新南威尔士大学新闻及传媒研究中心, 悉尼 2052)

[摘要] 本文讨论了受众研究在中国的历史, 尤其关注于老年人的媒介使用。通过关注较长一段时间的现代中国人的生活, 本文选择的数据揭示了社交性和政治与媒介使用之间的关联。通过研究老年人的特殊地位及其长时间的社会经验, 本文采取了“作为受众的主体”的概念, 并将此概念在地缘政治中展开。这个概念侧重了为政策所用的主体, 而非为政策建构之前所进行的讨论的政治所用的主体。因此, 本文首先综述 1949 年建国以来‘受众’[的观念]在中国是如何被理解的, 并且, 通过例子来阐释“受众”作为一个概念在中国是如何被研究的。可以被注意到的是, 当前大多数的研究十分理论化, 但是很少有人用田野调查来支撑他们的观点。其次, 本文借鉴社会学对特殊人口分组(本文以老年人为例)的关注。这样, 成为“受众”的一份子被逐渐感知, 并成为人们生活和福祉的决定性因素。

[关键词] 老年人; 媒介使用; 受众; 革命主体; 群众; 大众路线; 呈现

Senior Audiences and the Revolutionary Subject in the People's Republic of China

Author: Stephanie Hemelryk Donald

Translator: Qiu Zitong

(Journalism and Media Research Centre, The University of New South Wales, Sydney, 2052, Australia)

Abstract: This article discusses the history of audience research in the People's Republic of China (PRC), with specific regard to media use by senior citizens. This choice of illustrative data brings sociality and politics into alignment with media use through attention to the longue durée of modern Chinese lives. Accessed through the particular capacity of older people to illuminate social experience over time, the article is particularly concerned to deliberate the concept of the subject – as – audience in a geo – politics that emphasizes the recruitment of subjects to policy, rather than to debate and determine politics in advance of policy construction. To this end, this article first summarizes how the mass audience in China has been understood since the founding of the People's Republic of China in 1949, and gives examples of the ways

[作者简介] 史蝶飞(Stephanie Hemelryk Donald), 澳大利亚新南威尔士大学电影与文化研究教授, 澳大利亚研究理事会院士(ARC Future Fellow)。个人主页: <http://www.stephaniedonald.info/>。本文作者感谢中国人民大学杜鹏教授, 研究助理 Zhou Yuxing 和 Tao Lina, 感谢 Leicia Peterson 以及齐纳百思(China Policy)的整个团队, 尤其是 David Kelly, 还要感谢澳大利亚研究理事会(ARC)对本文作者与 Harriet Evans 所进行的“文革中的海报”(Posters of the Cultural Revolution)项目的资助。

[译者简介] 邱子桐, 浙江大学宁波理工学院传媒与设计学院副教授, 博士, 新南威尔士大学新闻及传媒研究中心电影与文化研究博士后。

in which the audience as a concept has been approached, albeit noting that in most cases research has been predominantly theoretical – it has been unusual for theorists to undertake fieldwork to support ambit claims. Secondly, the paper refers to recent sociological attention to particular demographic groupings – here exemplified by the senior population – where the possibility of being part of ‘an audience’ is increasingly recognized as a defining factor in peoples lives and well – being.

Key words: Senior Citizens; Media use; Audience; Revolutionary Subjects; the Masses; Mass – line; Representation

本文讨论了受众 (audience) 研究在中国的历史, 尤其关注于老年人的媒介使用。^① 通过关注较长一段时间的现代中国人的生活, 本文选择的数据揭示了社交性 (sociality) 和政治与媒介使用之间的关联。通过研究老年人的特殊地位及其长时间的社会经验, 本文采取了“作为受众的主体” (subject – as – audience) 的概念, 并将此概念在地缘政治中展开。这个概念侧重了为政策所用的主体, 而非为政策建构之前所进行的讨论的政治所用的主体。因此, 本文首先综述 1949 年建国以来, “受众” [的观念] 在中国是如何被理解的, 并且, 通过例子来阐释“受众” 作为一个概念在中国是如何被研究的。可以被注意到的是, 当前大多数的研究十分的理论化, 但是很少有人用田野调查来支撑他们的观点。其次, 本文借鉴社会学对特殊人口分组 (本文以老年人为例) 的关注。这样, 成为“受众” 的一份子被逐渐感知, 并成为人们生活和福祉的决定性因素。

从 1949 年到九十年代中期, 中国“受众” 可以说是一个社会政治的建构, 并与社会政治规则紧紧相连, 尤其与中国共产党的建立与 [其治理] 合法性的延续紧紧相连。大致上, 人口被分成了两个群体——一方面是知识分子和党, 或者说“红色” 精英, 另一方面是群众。精英决定了受众^② 是如何被定位、呈现和认可的, 而大众却在精英所创造和定义的话语和表征的价值维度中看待自己。“大众路线” 并不由大众决定。这并不是说在精英或大众中不存在争议的话语, 但是大致说来, 在共产党的领导下, 党的政策方向已经为社会主义国家和人民服务。在五十到七十年代, 大众路线及其相关政策通过媒体、运动, 以及政治权威的一些代理人得到传播。这些代

理人通常是单位里的党代表, 学校里的政治老师。宣传海报, 故事片, 广播以及被广泛传阅的报纸成为了传播的主要方式。并且, 为了构建一个集体的社会主体, 这些被散布到了识字和不识字的, 中国农民和工人群体中。在 Gail Hershatter 对女性对五六十年代的口述史的研究中深刻地指出了这些过程的影响。这些口述史表明, 通过与共产党提供的模范主体相比较, 这些女性拥有 (或认为缺少) 自我历史和自我价值。另外, 最近一项由本文作者和人民大学的学者所进行的研究显示了同样的结果。受访者 (采用融合一对一采访和小型小组讨论的混合方法论) 在通过回忆媒介使用重述他们的个人历史的时候, 或多或少地体现了自信。这种自信源于他们的个人故事在不同程度上与党史和被接受的集体记忆相连。这个发现显示了中国受众研究, 尤其是受众的历史研究存在的两个问题。首先, 在一个共享的媒介领域中, 国家主体与媒介主体结盟。因此, 非标准的、政治敏感的媒介记忆未被很多受访者所提及。其次, 知识分子和党员 [比大众] 更可能理解, 从而分享或面对主流的历史理解。因此, 由于知识分子和党员的社会地位, 以及他们对历史话语在语言上和知识层面上的拥有, 他们的观点再次被置于优先的位置上。

为描绘出在被偏好的社会政治领域内外的媒介主体的社交性, 同时也描绘出更加广义的作为“受众的一员” 的经验, 本文讨论的焦点是那些被认为拥有“较长的” 记忆的人群。“老年” 指的是在 1949 年建国之前出生的人群。这个人口群体见证了 [历史的] 巨变。也许, 更重要的是,

① 译者注: 本文将 audience 翻译成受众。但是需要注意的是, 由于 audience 在英文中的历史语境和意涵, 它在中文中并没有精确对应的翻译。参见本文作者在后文中对 audience 的翻译和历史进行的阐释。

② 读者可以参考 Xu Guiquan 在中国传播理论中对“受众” 的使用。

这个人群被要求将他们自己视为不同类型的“主体”(政治的、集体的、社会的)。而在本文的讨论中,他们是不同类型的受众。受 Xu Guiquan 的启发,我认为在此必须注意到的是,“受众”(audience)在任何情况下都不是一个被完美地翻译了的概念。比如说,“群众”(the whole populace)这个词语是一个政治建构。它表明了一个未被区隔的“大众”,但不一定是大众受众(mass audience)。“革命群众”(revolutionary masses)这个词语表明了大众所采取的道路(革命道路),但是这并非真正包含[大众对]自我管理,能动或者选择的期待。

然而,媒介与媒介使用者在邓小平的经济改革之后经历着变迁。这个变化在毛泽东去世后、七十年代晚期发生。在过去的35年中,媒介公司已经逐渐依赖分众市场和广告盈利。同时,媒体被期待仍然能够管控媒体讨论议题的政治性。中文里的“受众”这个词语与英文语境中的“audience”一词的内涵不同。根据 Xu 的研究,“受众”(receiving - populace)这个新词在传播学研究中被广泛使用。这个词有许多类似的词语:听众(hearing - populace),看众(disputed),观众(seeing - populace)。这三个概念表示了一个电子播放型模式的传播和接收,但没有一个词与西方理论中的受众共享同样的历史背景。与 audience 这个词在其它语言的论争相比,没有一个词[在中国历史中]指涉了公共领域、市民或主动受众等概念。

在一个没有市民社会的体系中,术语就显得尤其问题化。在该体系中,市民活动在很大程度上被政府管理和影响。媒体的“公共性”(publicness)在同种程度上被全面管理。这种管理让媒体成为了政府话语的一个部分,并且/或者让媒体成为[宣泄]不满的阀门。值得注意的是,在中文中有表示“公共”的词语。但是,这些词语与美国,欧洲,或者大洋洲和非洲表示“公共”的词语的语境和着重点不同。

比如说,市民(字面是 city - market people)表示了公民的归属并不仅限于国家。这个词语在1979年后开始的改革中被使用,但是它在1949年解放前是一个都市术语。在本体论和历

史层面上,这个词指涉了形塑中国未来的某种都市期待。该词在1980年代非常流行。不过,这并不一定与西方民主的概念相连,同时,它通常不与农村人群,或群众中的边缘人群(liminal populations)相连。另外,“公民”这个词,并不在国家这个概念之外,而是强调了一种市民性,爱国主义,以及个人的和集体的义务。这给予“公民”以能动,而非仅是群众的一部分,同时,它所指涉的公共性并未超越国家的框架。反过来说,“民工”这个词指的是广大流动迁移的工人人口。这个流动人口已经逐渐破坏了任何一个“革命群众”所设想的同质性。

尽管上述这些词语都与人口和特性相连,但我不认为我可以将这些词语作为受众(audience)的翻译。但可以认为,很多词语中的“公”,表明了“公共”(比如“公民”)的意思。它试图捕捉住一个特定的混合的共同体(community),且该共同体与国家并行不悖(尤其考虑到“公”的另外一个含义是国有)。这个矛盾对反思中国媒体体系尤为有用。该体系有一个深刻的从上至下的管理系统,同时也存在着围绕某些事件和追求而出现的利益集团的各种声音。因此,办事是可以的,而官方的办事方式就是“公事公办”。尽管存在着局限性,“公共性”这个词通常被用来定义和说明理想的政府治理的某种特定形式。这样一来,这个词成为不断增长的、通过媒体(尤其是网络媒体)所进行的论争的一个指示器。需要强调的是,“公共性”这个概念的范畴特定于一个相对封闭的政治体系。[因此]它并不是第四权,或一个哈贝马斯意义上所存在的自由民主的公民社会。本文中所探讨的老年人见证了巨大的变迁:他们的角色从政策的主体成为了一个话语的和逐渐被协商的媒体空间的成员。最后,民间社会通常被翻译成公民社会。同上所述,这不是一个精准的翻译。“社会”的概念并未质询是什么构成了社会自身。但这个词的确为理解“群众”提供了另一种方式。

老年人既是群众,又是媒介消费者,或者可以视为受众群体。但是,历史和政治(或政治史)究竟在何种程度上形塑了那些老年人的媒

介使用?对这个问题的解答又是如何让受众的研究者学习怎样做受众的实证工作,并理解研究结果的?要回答这个问题,我们必须理解当今中国的情境化的权力结构和阶级的框架。

红色精英的建立可以追溯到毛泽东确定其在党内领导地位的延安时期(尤其在1941-1942年整风运动之后)。毛泽东和他的集团建立了红色地位的家族王朝。他们中包括了那些老革命和那些后来成为省级领导的人,还有那些在各个区、县、乡等级的子集团。时至今日,还有很多知名的大将军、政治家和干部的子女是二十、三十和四十年代英雄的子女,而很少的干部家庭进入商圈或进行行政工作(Scalapino, 1972; Lee, 1991:229)。Bonnin(2006)指出,相较于文革失落的一代,中国学者、革命家和军事家共享着某一代人的一些东西,即他们的身份和他们共有的一些东西。而这些东西并不与那些大众共享。而大众关于革命的记忆,战争,改革的建立都是藉由精英的中介所决定的。

这两个大的集团之间的关系是很复杂的。并且,在某个特定时期,尤其在文革和文革之后,1966年到1969年,1970年到1976年间,知识分子和很多党派元老受到了攻击。这些攻击大多由支持毛泽东发起红卫兵(大多由城市知识青年组成)的党内派别发起,以此反对知识分子和学者政治家所提倡的发展路线和政治路线。

不管是左翼还是自由主义的知识分子,不管是不是红色精英家庭的出身,中国的知识分子拥有很高的地位。这也许与明清时期的士大夫阶层类似。不过,现代知识分子接受教育,并受到了十九世纪和二十世纪的革命家、作家和民族主义的改革家的影响。知识分子的地位在六十年代的晚期荡到谷底(文革的其中一个口号是“知识分子最没用”(“Intellectuals are most useless”)。在这之后,知识精英重新组成。他们的权威性是混合的。这种权威性是建立在他们的政治信用,对中国状况的评论能力,以及通过党内或大学对社会政策提供批判意见之上的(Zhang, 2008; Perry and Selden, 2010)。

建国之后,或是受益于高等级的教育,或是受益于被拔高的,有时是继承的革命资本,知识分子和党内精英结盟,成为特权的阶级。这个广泛的阶级中也许存在深刻的冲突,但是他们共享阶级的特权,也共享不断[造成阶级]紧张(tension)的来源。同时,大众[似乎是]由那些没什么道德和知识的人组成(这似乎在经济改革时期的中国也同样如此)。因此,大众没法在有用信息,娱乐和其它知识的传播中来声称他们的优势和领导地位。

在我们的研究中,我们发现那些拥有普通背景且较年长的老年人对现在可以全面接触国际新闻和评论感到十分高兴。尽管,我并不是要叙述美国传播学理论中的大众/注射模式(mass/injection-model)中的受众,而是要强调大众路线(mass-line)及其管理专政(managing dictatorship)和思想管理(thought-management)的后果(这些词语来自Brady, 2008, 2011)。这三个是政策工具,并得到的软性和硬性的说服和实施机制的支持。从五十到八十年代,大众路线持续地结合了传播与政策。比如说,六十年代的海报传播存在着对思想和趋势的[媒介]呈现的极其严格的管控。海报艺术家甚至还能回忆在海报批准和发行之前,[海报中的人物的]皮肤颜色的细节(多少红,哪一种红色)要得到相关机构的批准。^①

就建立一个垄断的传播空间而言,媒介控制是成功的。但是反抗、例外和异见的例子也存在着。在五十年代,农民倾向于认为他们被期待追求中央政策,然而在八十和九十年代,知识分子们期待冲破党的领导权对各种论争的限定。但应该被考虑到的是,大致而言,[将中国与]国际观点相连的时候,作为集体空间而发声的国家框架仍旧是一个最重要的框架。对老年观众的媒介使用的研究同样显示了这个观点:“我宁可不看电视。它非常烦人。有一些广告很无聊,我们一点儿都不想买那些产品。每天看《新闻联播》是我的习惯,从中我知道了很多国际事务。我喜欢央视二套,一个很全面的频道。‘社会与法’

① 本文作者的采访,2009。

节目反映了真实的生活,而且也不夸张”(Y女士,1935年出生,农村长大,地质学教师,北京)。

尽管比过去更加多元,中国的媒体环境仍然受政策严格管制。大众是那些被呈现为国家媒体受益人的受众,但同时也是社会制约和控制的目标(而且他们并未意识到那些制约与控制的存在)。然而,他们已经享受了国家话语中的修辞特权(rhetorical privilege),并且在过去六十年的改革中受益。当然,他们在改革的其它方面受到伤害,同时,他们作为公民的地位受到了严重损害。受众作为一个区隔的大众需要国家引导的这个认知在国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要中被重申:“面对人民群众精神文化需求快速增长的新形势,我国文化产品无论是数量还是质量,都还不能很好满足人民群众多方面、多层次、多样化的精神文化需求,进一步解放和发展文化生产力、提高文化产品和服务供给能力的任务更加紧迫。面对经济发展方式加快转变、社会结构深刻调整的新形势,推动全民族文明素质提高,发挥文化引领风尚、教育人民、服务社会、推动发展的任务更加紧迫”(国家广播电影电视总局,2012)。

这其中的矛盾是显而易见的,并且必须回溯到将受众作为媒体和艺术资源和主体的呈现中去。对中共而言,艺术实践和媒体政策最基本的准则是在1942年毛泽东《在延安文艺座谈会上的讲话》中建立的。这个非常有名的讲话要求文艺为大众服务,即为工农兵服务。艺术应该源于人民,依靠人民,为了人民(from the people, by the people, for the people),但它同时应该被政治社会的领导者所调解和形塑。电影《黄土地》(陈凯歌,1984)展现了接受训练的收集[民歌]的党员与作为民歌创造者的农民之间的互动。如果在中国有受众的话,那么大众就是受

众,尽管中国的城市化将以前的农民或工人阶级变成了城市居民。^①工人与农民同时也是他们自身被观看的主体。从新中国的一开始,他们被呈现为他们作为农民、工人、士兵、或者少数民族应该在这个崭新的世界中呈现的样子,以及他们在旧社会中所受的苦难。

我们最近对四个省份的老年人的媒介使用的研究表明^②,受访者认为他们作为社会主体,社会主义受众的首要任务更多的是感召(inspiration)而非娱乐,尽管这两个方面很多时候是重叠的。这个共同的渴望被认为是值得的,并且是中国发展所需要的。Cheng先生(1930年出生)出生于一个山区的不识字的农民家庭。由于他的家庭位于沿海的福建省,他们躲过了日本人的侵略。他在雅加达做报童期间学会了阅读。1945年,15岁的他参加了革命,并在部队里呆到了1956年。他对媒体的主要记忆就是当兵时观看苏联电影。他觉得那些电影非常有趣,但同时意识到他作为受众的角色就是“讨论电影并进行评论,而这与现在不同。现在,看电影就是为了娱乐”。另外一位参与者,来自河北农村的Li爷爷(1932年出生)回忆起他看电影《白毛女》(1950)的情境。他认同电影中呈现出的他的阶级(贫穷的农民):“电影描述了我们的个人经验。我们怎能不被触动呢?观看电影之后,我们进行了讨论。我们不讨论白毛女漂不漂亮,而是认为它对我们有教育意义”。^③

尽管有着教育的目的,延安讲话让那些民间(在地的或区域的)艺术和平民的音乐得到呈现,并鼓励强调“当地英雄”的生活。对民间/在地艺术的强调旨在为农民提供他们能够理解和欣赏的文艺形式,并改变内容以适应当代的政治和政策目标。《白毛女》就是一个将民间传说变

① Vanessa Fong(2004)对大连的文化现代化的研究很好地分析了三代人从农民到城市居民的变化。

② 参与者是从以下四个地区挑选出来的:北京、上海、哈尔滨和广州。124位老年人同意参与该研究,其中45.2%为男性,64.7%的参与者居住在城市,超过70%的参与者已婚并与他们的配偶生活在一起。研究方法包括了讨论小组,一对一采访和调查。参与者的平均年龄超过79岁(最年轻的是60岁,最长的是79岁)。参与者跨越了很多的社会群体。26.6%为专业工作人员;16.1%为行政工作人员;26.6%为工厂工人和一般文员;22.6%为农民;2.4%为军人;5.6%为其它职业。大多数的参与者认为他们比较富裕(36.3%)或收入正好(52.4%)。

③ 在一个更长的讨论中,我们甚至可以发现,如果那些中农和富农在土地改革中被剥夺了财产,他们同样认为他们是早期中国电影中的农民-受众/主体(peasant-audience/subject)。

成一个革命寓言的例子。一方面,这是一个有关一个消失在山林里的女孩的鬼故事。另外一方面,这是一个在党的帮助下进行的有关革命反抗,游击战和女性解放的故事。^①海报参考了中国民间艺术的新年样式和苏联革命传播,内容关注在共产党领导下的农民和工人为新中国所进行的革命(Evans, 1999)。^②

通过毛泽东的教导,即通过借鉴人民的艺术形式将内容带给人民,党和国家维持了对在地和高雅文艺的控制。这创造了一种原真性(authentic),或用一个更好的说法,创造了一个活力的混合的人民的声音。但这似乎误解了强健的在地叙述和形式之间的关系。如果词语没法与演唱者共鸣的话,光把调子借来是没有用的。因此,新的内容是对既有讲故事的形式和艺术实践进行的文人化和政治化。同时,知识分子阶层还是限制了艺术家和作家[的创作]。国家对大众所看、所读和所想所进行的思想管控限制了很多主题、叙述和视觉[呈现]的可能性(Liu, 1993)。对艺术的创作和消费的框架同样需要自身对大众进行呈现,而这个呈现是通过媒体呈现的类似的阶级主体应该如何行动和思想来达到的。当党内讨论大众的时候,他们讨论的是受众,而不是内容的共同创作者。钟惦棐曾在1956年就提出这个问题。尽管钟惦棐认同共产党为革命电影建设新的受众以巩固政策的重要性(文艺应该为人民服务),他同时指出“为人民拍电影并不是只拍有关工农兵的电影”。钟惦棐也许是一个典型的知识分子精英。他更担心受教育的艺术家和作家的可能被认可的美学[创作]的萎缩,而并未充分意识到中国受众的多样性,以及这种多样性可能会激起文化生产的可能性。他似乎接受了“大众”这个词语,并认为这些大众对一个生机勃勃的文化环境而言不是重要的资源。如果我们回到文章开头中对群众的评论,就可以理解为什么受教育的城市精英,或者任何城市的中产和工人阶级并不希望[革命电影被]如此描写。一些年后,在没有采

访或调查农村受众的情况下,评论家 Jia Ji (1962/2005) 写了关于家庭戏剧《李双双》(1962)的评论,并认为它是一部对农村受众而言很好的电影。现在看来,这部电影故事情节被认为来自大众,或农村贫民。它讲述了有关村委会先锋李双双的故事。李双双试图让农活的工分分配更加透明,但却发现自己的丈夫也是腐败的。故事结局皆大欢喜:她的丈夫最终意识到了他的思想错误并劝其他人都能够改正。电影中表达了某种受众的意味。电影中,其他农村女性在李的同意下阅读她的海报。但是,对城市观众来说,电影的幽默体现在了两个重要表演中。因此,对农民而言的这个关于工分分配和性别平等的电影在城市观众眼中成为了一个婚姻喜剧。

而从1966年开始的文革让受众与电影和胶片产生了精神联系。由于内容的政治化,要讨论受众的呈现就显得很难。根据我们最近的研究,可以说,媒体成为了政治派别的工具,而除了那些认为他们的渴望与不断变化的大众路线保持一致的那些人,受众从文本和讨论中消失了。其中一个受访者,毕业于山西高中的 Xu 先生(1954年出生)指出,“当权的派系把他们的材料给我们,并让我们学习那些材料。所有这些宣传都是政治化的[作者注:而非意识形态的]。普通人根本就不知道发生了什么。”接着,他重新定义了自己作为受众的一员,并认为自己的思想已经得到改变:“我年轻的时候相信所有这些宣传。我缺少更加深层次地思考问题的能力。现在我有自己的判断力,并且我已经意识到了媒体主张是出于政治和权力的需要”。另外一位受访者 X 教授(1922年生)是一个知识分子,即反右倾斗争的目标。据 X 教授回忆,与那些五六十年代在全国范围内的村子和工厂播放的电影相比,二三十年代的电影就是都市“富人”的“娱乐”。五十年代后期整风运动之后,他放弃阅读任何东西,并认为“它们不值得读”。文革期间,由于被认为张贴蓄意破坏的海报,他被关了起来。而如今,他非常喜欢从电视上获取社会

① 对此更长的一个讨论请参见 Donald, 2000: 28-31 和 Donald (2000a)。

② 参见 Stefan Landsberger 的收集, <http://www.iisg.nl/publications/chinese-posters.pdf>, 2011年3月20日读取。

信息(并将信息用于他的教学),也喜欢看抗日的旧电影。[从这两个例子中可以得出,]就什么时候,为什么,以何种方式信任媒体操作者,这两位受访者是不同的。但是他们在政治教育,社会能力等不同的情境中被作为社会和政治主体,从而获得了自身的发展。

在四人帮下台,毛泽东去世之后,尽管大众路线在政治调整下被重新理解,但是它还持续地存在着。有两个因素影响了原有大众路线的范式。首先是改革开放带来的媒体生产和日常生活的市场化。其次是八十和九十年代的来自外部理论和学者的影响。由于不断加深的经济现代化,邓小平的改革将受众变成了一种市场的力量。社会心理学,接收理论,以及产业研究方法和理解开始影响学术讨论和政府实践。尽管教育心理学(尤其是杜威的作品)在二十年代就在中国建立,但是社会心理学在中国学术界较晚开展。虽然在三十年代中国人对西方社会心理学并不陌生,但是它在1949年后开始被排斥,因为它被认为渗透了个人主义,并未能把阶级特性考虑进来。如同L. B. Brown(1982: 364)所说,甚至连“实验性的心理学都是作为自然科学在中国开展的,以避免任何卷入社会心理学或政治意识形态的可能性。”另外,在中国,心理学作为一个学科与其它社会科学的准则不相符,尤其考虑到“西方社会科学家常为了控制和压迫而误用他们的研究成果,[而]研究结果必须是作为研究人员对向大众学习的反馈”(1982: 364)。

尽管大众被呈现为优先的受众和社会的动力,但大众与领导精英之间的鸿沟仍然存在。很多情况下,人们接受社会心理学就是因为它不需要马克思的阶级理论,也因为关注个人的问题——包括去社会主义化进程中出现的个人的问题。社会心理学并不直面市场化给集体福祉和工人阶级带来的某些危害,同时它并不迫使精英们承认他们的权力继续影响着社会期待。在最近的一个对农民工的民族志学的调查中,研究者发现社会心理学的技术已经开始训练让那些农民工女性学着对她们生活现状满意。^①

同时,尽管对国家和审美的讨论带有本质主义的倾向并过分的倚重原真性(authenticity)这个保守的概念,但这些讨论开始欢迎那些关于中国多样人口构成的问题。比如说,Li Shaobai在1988年认为“民族”(national)为理解中国电影受众提供了新的视角。Li强调少数民族(ethnic group)拥有自己的审美标准(Li, 2005(1988), 321-322; Yang, 2007)。[人口多样性问题的提出]打破了原有的思想定势。

1978年中国启动改革开放以来对社会心理学的采用逐渐开始形成了一种观点,即比起受众的身份结构,更重要是他们做选择的机制。根据诺尔曼(Norman Triplett)的研究,Xu Jianhai(1989)认为社会易化(social facilitation)能够让人们做出一个关于观众(spectatorship)的愉悦和注意力的集体决定。尽管是自我指涉的且凭直觉的,Xu大胆推断知识分子更加倾向于流行电影而不是艺术电影,因为他们从其它的媒体中搜索信息,而在电影院中获得乐趣!而在Xu做出该论断的10年前,电影学者Cheng Gu(1979)认为受众的心理学必须被管理和呈现,以在大众媒体中传达政治和道德信息。[这两个论点体现的]变化是因为Xu认识到了他自身阶级是受众分类的一部分。

通过《读书》杂志和从美国归来的博士生的工作(Zhang 2008),精神分析学和后现代主义逐渐兴起,并且,激进模式的批判开始进入中国知识分子的讨论。对这些理论的重新运用并不意味着要为它们原来的语境或目的服务。比如在毛泽东时代,在中国的任何理论化都会改变[原有理论]。而在九十年代早期,被动受众和主动受众[的理论]开始被运用,而这些运动打破了共产党历史和革命艺术理论的惯有思维。这个受众理论运用同样暗示着精英成为了受众的一部分。Wang Tugen(1990)运用精神分析理论解读在江青领导下的文革期间生产的样板戏。他认为,只要受众认同那些叙述中的革命主角,那么那些电影就建构了一个让人愉悦的历史。《红色娘子军》的开场部分也许就是一个例子。

^① Cara Wallis 与本文作者在2012年的对话。

女主角被枷锁绑在一个柱子上,呈现一种受虐状的姿势。^①这种脆弱性很快地变成了一种对革命舞蹈的认同。比如说,[她紧握的]拳头打破了经典的女性芭蕾的阿拉贝斯克舞姿(arabesques)。并且,在电影中,只有革命人物的视线才能够与电影镜头接触,从而直接召唤(hail)观众。而地主阶级就是被看的(to-be-looked-at)和被藐视的。Wang的分析重新发展了劳拉·穆尔维(Laura Mulvey)对好莱坞电影中的男性凝视所做出的女性主义论述,并对红色文艺进行了激进批判。Wang认为,如果毛泽东的教导(源于人民,依靠人民,为了人民)被真正贯彻的话,那么凝视应该是多元的和流动的。在Zhang Baiqing 2009年进行的对八十年代电影受众的研究通过社会心理学分析了媒介偏好和媒介记忆之间的关系。Zhang接受了经济、意识形态和观众品味的审美的作用。但是Zhang同时对七十年代晚期和八十年代早期的讲述六十年代创伤记忆的伤痕电影(scar or wound films)是如何满足了人们从令人疑惑的过去中“寻找真相”感兴趣。这同样被我们的受众研究所证实。很多六十至八十岁参与者表明在八十年代,它们非常享受那些伤痕电影,并认为它们具有深刻意义。

通过学术圈和媒介产业对受众研究的实证和历史研究方法,对受众的呈现已经变得越来越多元。Ding Yaping打破了高雅-低俗/大众-知识分子的连续体。Ding的研究将三十年代的小市民带入研究视野。他认为,尽管五十到七十年代是一个宣传的年代,但是改革开放后,受众成为了愉悦的消费者与信息 and 资讯的接受者。Ding所暗示的是小市民阶层是观众分类中的一种,而观众分类不能真正反映他们的行为或注意力形式。她并没有关注到媒介条件的融合(宣传的和市场的)。但是在英国受到学术训练的Guo Dawei(2009)的试探性研究发展了法兰克福学派,并开始考虑到媒介条件的融合。然而,Ding的主要贡献就是她打破了共产党所认可的历史分野(比如说1949年),而这种分野曾常常

作为唯一的研究中国受众构成和意义的标准。

我们的研究并未发现参与者的叙述中存在的、另类的国家历史。但是我们发现,在几乎所有的采访和小组讨论中,受访者对媒介内容和形式具有批判性视角。这表明,消费并不等同于愉悦,但是,尽管多年来存在着被限制的选择,但是老年参与者所接受的训练,信息和批判性让他们成为非常复杂的、富有经验的受众。比如说,大部分人认为电视提供了很多的选择,但是电视的总体质量却不如他们早年观看的电影(经常被提及的电影有《一江春水向东流》,《十字路口》,《李双双》和《小兵张嘎》,还有一些人提起《列宁1918》和一些朝鲜电影)。广州的退休知识分子们认为当代的电影和电视反响平平,也没有深刻的意义:“现在的电影都是导演和编剧胡诌一下午的结果”;“这些年的电视剧都是关于人与人之间的口角。这并不好。30集40集的,又长又无聊”;“这些年的电影和电视剧脱离现实。它们太商业化了,简直就和观众无关。还有很多不切实际的爱情”(这位采访者在文革的时候是学校革命委员会的成员。他能够很好地回忆起这个时期是因为他可以观看很多的外国电影)。

同时,在广州疗养院的一群退休工人提及他们喜欢看相亲节目。他们喜欢看人们是如何找到他们的生活伴侣的并变得开心。尽管那些老年人将电视节目看成一种娱乐消遣,他们还是会根据以前的媒介习惯从媒体中寻找信息与启发,并认为那些节目还是具有某些社会价值的。

还有很多研究关注了受众分化。Chen和Jiang(1987)的实证研究探讨了逐渐萎缩的歌剧观众,Chen Bo和Fan Guobao(2003)的实地调查、Chen Chongshan(2004),以及Li Shangshang(2009)的研究都关注了中国老年公民的媒介经验。Li关于因特网的研究证明了老年网民,包括那些活跃的毛泽东思想的复兴者,通常是那些居住北京或其它大城市的受过很好教育的人。我们不应该把Li的研究观点认为是将老年网民与网络民主等同起来的观点(webocracy)。那些有电

① 这个姿势指涉了受折磨的塞巴斯蒂安(San Sebastian)。

脑并与宽带相连的人大多是从高校退休的老师,或城市中的专业人员。同样,尽管因特网是全球化的,但是网络的无国界并不意味着自由和共识的政治。传播学者 Chen Bo 和 Fan 研究表明,比起网络,老年受众更加倾向于使用电视、报纸和广播等其它的新闻平台。这个发现与我们 2011 年的研究相符。Chen Chongsha 的研究关注了老年受众更加可信,比较富裕且拥有较多时间。

中国老年人的呈现在历史的角度看来是十分重要的,同时,它也显示了这个国家的变迁和连续性。精英和大众之间的分野继续存在着,尽管经济阶级和教育特权的巨大变化开始挑战这个分别。两位哈尔滨(分别出生于 1922 年和 1925 年)的老年女性告诉我们,她们发现没有何媒体是针对她们的。这是因为(1)她们从不识字;(2)尽管她们家在九十年代通上了电,但是她们从来没有任何时间看电视;(3)现在她们的听力和视力严重衰退,所以无法观看任何东西。另外一位老年人(1958 年出生,广州,22 岁结婚)记得在七十年代的时候,村子里有大喇叭广播。但是她从不知道那些歌是关于什么的,而且她觉得那“不关她的事”。

中国广播电影电视总局在 2012 年出台的发展纲要中明确了国家对于内容的追求,并意识到现在的中国观众对媒体能提供什么内容十分感兴趣。我们的研究中的媒介使用者认为媒体是一种个人愉悦[的体验]和社会利益的来源。比如观看相亲节目可以让一位老年女性感到高兴,并且,她观看节目是因为她想看到年轻人是如何实现[他们的追求]并感到高兴的。这样,从一个更加宽广的角度来说,老年受众保持了他们作为在社会上相联的主体的集体身份,而不仅仅是他们自身的福祉。当然,尽管提倡多元性,用一种单一的方式讨论受众很可能会重新生产大众路线这个概念,而这个难题值得被继续关注。

[参 考 文 献]

- [1] Bonnin, Michael (2006). The “Lost Generation”: Its Definition and its Role in Today’s Chinese Elite Politics. *Social Research*, 73(1), pp. 245–274.
- [2] Brady, A – M. (2011). State Confucianism, Chineseness, and Tradition in CCP Propaganda. In A – M. Brady (ed.). *China’s Thought Management*. London: Routledge, pp. 57–75.
- [3] Brady, A – M. (2008). *Marketing Dictatorship: Propaganda and Thought Work in Contemporary China*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- [4] Brown, L. B. (1983). Social Psychology in China. *British Journal of Social Psychology*, 22, pp. 363–372.
- [5] Chen Bo & Fan Guobao (2003). Investigation and analysis of seniors’ contact with media. *Social Sciences (Shehui Kexue)*, (12), pp. 68–74.
- [6] Chen Chongshan (2004) (update 2010). Media Behaviour in the Senior/Ageing Population. *News and Practice (Xin Wen Shi Jian)*, (4), pp. 23–25.
- [7] Cheng Gu (1979). Bixia changyou guanzhong (Bearing the Audience in Mind When You Write). *New Film*, (5), pp. 88–89.
- [8] Ding Yaping (2005). Lun zhongguo dianying yu tongsu wenhua chuantong (Discussion on Chinese Cinema and Popular Cultural Traditions). In Ding Yaping (ed.) (2005), pp. 690–719.
- [9] Ding Yaping (ed.) (2005). *Bainian zhongguo dianying lilun wenxuan (Selected Essays on a Century of Chinese Cinema)*. Beijing: Culture and Art Press.
- [10] Ding Yaping & Wu Jiang (eds.) (2009). *Kuawenhua yujing de zhongguo dianying (Chinese Cinema in the Context of Cross-culture)*. Beijing: Chinese Film Press.
- [11] Donald, Stephanie Hemelryk (2000). *Public Secrets, Public Spaces: Cinema and Civility in China*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- [12] Donald, Stephanie Hemelryk (2000a). Seeing white: female whiteness and the purity of children in Australian, British and Chinese visual culture. *Social Semiotics*, 10(2), pp. 157–171.
- [13] Fong, Vanessa (2004). *Only Hope: Coming of Age under China’s One-Child Policy*. Stanford: Stanford University Press.
- [14] Guo, Dawei (2009). Contemporary Chinese Historical Drama TV Audience: a Critical Sociology Approach. Available at: <http://www.studa.net/xinwen/090727/1504443-2.html> (accessed 3 October 2011).
- [15] Hershtatter, Gail (2011). *The Gender of Memory: Rural Women and China’s Collective Past*. Berkeley: University of California Press.
- [16] Huang, Huilin (2007). The central position of the

- audience in film. *Film Art*, 3.
- [17] Jia Ji (first published 1962). New Topic, New Characters, New Achievement. In Ding Yaping (ed.), pp.546-555.
- [18] Lee, Hong Yung (1991). *From Revolutionary Cadres to Party Technocrats in Socialist China*. Berkeley: University of California Press.
- [19] Li Daoxin (2005). *History of Chinese Film Culture 1905 to 2004*. Beijing: Peking University Press.
- [20] Li Shangshang (2009). Study of Beijing's senior netizens. *New Media Focus*, (3), pp.76-90.
- [21] Li Shaobai (1988/2005). Re-thinking Nationality in Film. In Ding Yaping (ed.), pp.309-336.
- [22] Liu Naikang (2009). After fulfilling their basic needs, allow the poor to have their dreams: low-income urbanites and contemporary Chinese film research. In Ding Yaping and Wu Jiang (eds.), pp.208-222.
- [23] Perry Elizabeth J. & Mark Selden (eds.) (2010). *Chinese society: change, conflict and resistance* (3rd ed). London: Routledge.
- [24] SARFT (State Administration for Radio, Film and Television) (February 2012). Translation Roger Creemier (some alterations by the present author), Outline of the Cultural Reform and Development Plan during the National "12th Five Year Plan" Period, <http://chinacopyrightandmedia.wordpress.com/2012/02/16/outline-of>, accessed March 2, 2012.
- [25] Scalapino, Robert A. (ed.) (1972). *Elites in the People's Republic of China*. Seattle: University of Washington Press.
- [26] Shan Ouyang (2006). *Analysis of a strategy for television for seniors, based on their usage*. Master's Dissertation, Nanchang University.
- [27] Wang Tugen (1990/2005). The history, narrative and ideological discourse of the Great Proletarian Cultural Revolution. In Ding (ed.), pp.379-405.
- [28] Xu, Jianhai (1989). A Few Points to be Noticed in Audience Research. *Movie*, 6, pp.36-39.
- [29] Yang, Dongmei (2007). Expecting Images, The Beauty of Receiving: Discussion on Film and TV Audience Reception. *Journal of Kang Nationality Teachers College*, 16(1), pp.51-53.
- [30] Zhang Baiqing (2009). Accept and Change: Observation on Contemporary Chinese Film audience. In Ding and Wu (eds.), pp.196-207.
- [31] Zhang Yongle (2008). No Forbidden Zone: Dushu and the Chinese Intelligentsia. *New Left Review*, 49, Jan-Feb, pp.6-29.
- [32] Zhong, Dianfei (2005/1956). The Gong and Drum of Film. In Ding (ed.), pp.439-455.

[责任编辑 吴赞]

媒介社会学:主导范式

[美]托德·吉特林/著

禹夏 曹洵/译

(美国哥伦比亚大学新闻学院,纽约,10027)

[摘要] 该文系托德·吉特林写于“有限效果理论”主导着媒介研究的1978年。吉特林首先揭示“有限效果论”转移了人们对媒介机构属性的关注,即它首先是商业组织,一定程度上受制于国家。其次,从有限效果研究基本假设中的缺陷入手,批评这种研究方法、研究目的以及研究结果对广播电视网、市场调查研究公司、政治候选人有所助益;并从行政管理视角、市场取向及社会民主主义思潮三方面深入分析了有限效果研究成为媒介社会学主导范式的原因。最后,强调大众媒介研究的社会责任是揭示日益发展的大众媒介如何对政治生活的结构、对社会文化结构以及人们日常的语言、概念、符号产生深远的影响。

[关键词] 媒介效果研究;主导范式;行政管理;市场取向;批判的媒介社会学

Media Sociology: the Dominant Paradigm

Author: Todd Gitlin

Translators: Yu Xia Cao Xun

(School of Journalism, Columbia University, New York 10027, USA)

Abstract: Todd Gitlin had this article published in 1978 when limited effects theory of communication had become the dominant paradigm in media studies. In his paper, firstly, Gitlin disclosed that the limited effects theory transferred people's concern from the fact that mass media were commercial organizations, being subject to the government; then, he listed and analyzed the major weaknesses in basic assumptions of this theory, criticizing its methods, objects and findings, which were designed to work for broadcasting networks, marketing research firms and political candidates, and analyzing the reasons that this theory was turned into the dominant paradigm from three aspects including administrative, marketing-orientation, and social democracy; finally, he emphasized the responsibility of mass media studies was to reveal that how the mass media imposed their profound effects on the structures of political, social, cultural, and everyday's language,

[作者简介] 托德·吉特林(1943—),美国当代著名的社会学家、政治评论家、小说家,曾任加州大学伯克利分校与纽约大学社会学、传播学方向教授,目前任教于哥伦比亚大学,为该校传播学博士项目的负责人。立足美国的政治、经济与文化现状,吉特林多年致力于媒介批评与媒介社会效果的研究工作,发表大量学术论文,并出版15部专著。撰写于1980年的《新左派运动的媒介镜像》(The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the Left)一书,最为国内学者熟悉,这也是吉特林唯一被翻译成中文的著述。其著述中贯穿了他对于媒介的批判态度,也体现出其作为媒介批判学派的代表,立足政治经济学的角度,探讨媒介与政治、经济权力之间关系的学术立场与旨趣。作者原文载于《社会与理论》,1978年9月,第205-253页。

[译者简介] 禹夏(1980—),男,汉族,湖南怀化人,吉首大学文学与新闻传播学院讲师,浙江大学传媒与国际文化学院在读博士。研究方向:媒介批评。电子邮箱:274313525@qq.com;曹洵(1983—),女,汉族,广东潮州人,浙江大学传媒与国际文化学院在读博士。研究方向:媒介批评。电子邮箱:caoxunxun@163.com。

原文无摘要与关键词,为译者所加。

concepts and symbols.

Key words: Media Effects Research; Dominant Paradigm; Media Sociology

二战以来,随着美国大众媒介的所有权日益集中,日常运作日渐集权化,影响的范围扩及全国与现实生活的方方面面,广播机构相对无权的声音在媒介社会科学研究中占据主导地位。当历史上的第一家全国电视网正式运作之时,美国社会学开始远离宣传研究。在此文中,笔者认为,上述诸事之间的奇怪联系,并非缺乏逻辑。限于知识、意识形态与机制上的约束,社会学家已经不再触及批判性问题;这种认为大众媒介相对不重要的观念的背后,存在一种扭曲与错误地定义“重要”的主张,正如为政治社会学家所坚信的有关“权力”的错误观念一样,这一观念在同一时期的多元主义者身上尤为显见;正如多元主义所推崇的一样,主流的大众传播社会学一直没能把握住其研究对象的基本特征。不仅如此,主流的大众传播学掩盖、限制,甚至有意识地忽视研究对象,因此,其达到了这样的目的——为现存的大众媒介所有权、控制与目标体制辩解。

媒介社会学中的主导范式,亦被丹尼尔·贝尔称为有关“个人影响”^①的“被普遍接受的知识”,关注视野已从媒介权力转向阐释正常与非正常的社会和政治行为;区别哪些行为在政治上是切实可行与合法的,哪些不是;为两党制政体

辩护;为吸引社会关注而制定特定的政治议程,控制、引导并排除其他的议程;以及塑造反对派运动的形象。基于这种研究方法,媒介社会学强调了受众的顽抗——其对于媒介生成的信息的抵制,而非对媒介的依赖、服从与轻信。这种研究方法以一种明确的行为主义方式研究广播节目的“效果”,认为“效果”如此有限、微小和直接,很可能使调查研究最多只显示那些轻微的影响。其视短期“效果”为“重要性”的“标尺”,主要是因为这些“效果”,从一种严格的、可重复的行为意义上来说,是可测量的,因此,不再关注大众媒介产品的宏大社会意义。其倾向于寻找混合各种结果的“可靠数据”,企图让所有人满意,如果没有人满意,他们会去寻找更为丰富确凿问题。这种对于通过实验或调查的方式而测定到的“效果”的专注研究,就如将方法论的马车置于理论马匹的前方。更精确地说,就如获得了一匹可以拉动特定马车的马。你是否会觉得惊诧,过去三十年对于大众媒介效果的系统研究鲜有提出理论,且缺乏前后一致的研究成果。其严重的后果是风行一时的研究范式在令人惊异的悖论中开始分崩离析。^②

① Daniel Bell, "The End of American Exceptionalism," *The Public Interest* Fall 1975, p. 218.

② Some recent American departures from the dominant paradigm are the papers in Steven H. Chaffee, ed., *Political Communication* (Beverly Hills: Sage, 1975); and, more basically, Oscar H. Gandy, "The Economics and Structure of Bias in Mass Media Research," paper delivered to the Leipzig meeting of the International Association for Mass Communications Research, 1976. Against the Lazarsfeldian emphasis on the limited and mediated influence of the mass media, the wide-spread interest in agenda-setting functions of the media (following Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of the Mass Media," *Public Opinion Quarterly* XXXVI [Summer 1972], pp. 176-187) is promising, but still too narrow and ahistorical; analytically it abstracts both media and audiences from their social and historical matrix. In England, the alternative

approach of cultural studies, influenced by Marxist cultural theory and semio-logical "readings" of content, seems to me the most promising angle of analysis. For a fine example, see Stanley Cohen, *Folk Devils and Moral Panics* (London: MacGibbon & Kee, 1972); the papers gathered in Cohen and Jock Young, eds., *The Manufacture of News* (London: Constable, and Beverly Hills: Sage, 1973), and Stuart Hall's essays, gathered in a forthcoming collection from Macmillan in London. See also the discussion of the field in Todd Gitlin, "The Whole World is Watching: Mass Media and the New Left, 1965-70," unpublished Ph. D. dissertation, Sociology Department, University of California, Berkeley, 1977, pp. 15-23 and Ch. 10. The Lazarsfeld paradigm retains considerable force and prestige despite all this; for a recent study in that tradition, see Thomas E. Patterson and Robert D. McClure, *The Unseeing Eye: The Myth of Television Power in National Elections* (New York: Putnam, 1976).

在积聚其令人印象深刻的大多数经验主义成果的过程中,大众传媒研究的领域必然被证实为:该如何普遍精确地对问题进行调查,也就是对大众广播电视传播手段进行大范围地研究,尤其是电视。通过强调“态度”的精确效果以及微观细致地定义“行为”,这一领域已经有目共睹地忽视这样一个事实的重要性——大众广播电视业首先是一个商业组织,并受到一定程度的国家管制。人类的文明史上也未曾有过这一现象。谁需要广播电视业,以及它又会朝着哪种结局发展?由于大众广播电视业的存在,哪些制度性配置已经生成,哪些正在形成的机构——政治的、家庭的、学校教育的、体育的——已经在结构、目标、社会意义上发生转变,以及这些机构如何影响了广播电视对其产品的制作?广播电视业的日益发展如何改变了政治行为、政治生活的结构、人们的希望与期冀?其如何对社会结构施压?哪种流行的认识论在广播电视行业中大行其道?从特定阶层延伸到任何一天的成千上万起居室的媒介到达率,如何改变了常用的语言、概念与符号?通过绕开这些问题,通过想当然地认同现存秩序,这一研究领域已经能够绕开实质性的评价问题:电视究竟是否如同其所存在的那样,满足还是阻挠了人们的需要与社会的利益?但是,正是因为没能提出这些问题,这一研究使其自身之于广播电视网、之于市场调查研究公司、之于政治候选人变得有所助益。

一、主导范式与其缺陷

二战后,这一领域里的主导范式在研究理念、方法与成果上与保罗·F·拉扎斯菲尔德与其学派明显地联系在一起:研究之于媒介内容的具体的、可测量的、短期的、个体的、之于态度与行为方式的影响,其结论为:媒介之于大众舆论

的形成并不重要。整个知识体系中,最有影响力的单一理论可能就是“两级传播”理论:这一理念认为媒介信息并非直接传递至受众,而是经过“意见领袖”有选择、有政治倾向与复杂的诠释后才到达的。《人际影响》一书的副标题^①提到,艾利休·卡茨与拉扎斯菲尔德于40年代中期伊在利诺伊州迪凯特市进行了闻名于世、极具影响的关于舆论传播的研究,他们开始关注“大众传播过程中受众所起的作用”。^②“行为科学领域中似乎只有少数几个阐述公式能与两级传播模式相提并论。”^③丹尼尔·贝尔,一位敏锐而有资历的专业评论员评论道。他以其特有的方式断言《人际影响》是部“权威性的著述”。^④

就像在所有的社会学中,提出的问题和注意的领域甚至在结果被揭晓之前就定义了范式。在为拉扎斯菲尔德和他的同事标注出的传统中,研究者最为关注那些在信息生产者和信息接受者之间的“变量”,特别是那些人际关系的变量。他们把受众定义为一个类似于个体间相互联系的组织,而不是大众社会中孤立的靶心。他们把大众传媒仅仅看作几个影响“态度”或投票选择的变量中的一种,而且他们感兴趣于测量传媒的“效果”,特别是与其他“变量”,如“人际接触”相比较。正如其在调查报告中所陈述的一样,他们在受调查者随时间而改变的态度与具体行为中测量“效果”。在始于《人民的选择》^⑤的一系列研究中,拉扎斯菲尔德与其他同事发展了一套方法论(强调固定样本追踪研究与社会测量法),该方法适合用于研究社会地位、年龄、群集性等中介“变量”。但是,在何种意义上,其全部的研究手段构成了一种“范式”,而且,凭什么这种范式就占据了“主导地位”?

我只想宽泛(不考虑科学发展历程)地使用“范式”一词来定义一种思想倾向:(1)将某一领

① 该书标题为《人际影响:个人在大众传播中的作用》。译者注。

② Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (New York: Free Press, 1955).

③ J. Arndt, "A Test of the Two - Step Flow in Diffusion of a New Product," *Journalism Quarterly* 47 (Autumn 1968), pp. 457 - 465.

④ Bell, loc. cit.

⑤ Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet, *The People's Choice*, Second Edition (New York: Columbia University Press, 1948).

域内重要的具体调查区域划分出来(2)使用一种或多或少与众不同的方法论(3)更为重要的是,得出一系列与众不同且举世公认的结果。在这个意义上,一种范式是一种基本看法与观点,不单由其创立者创造,而且是由将其奉若圭臬的使用者与同行确立起来的。

在这一范式中,卡茨与拉扎斯菲尔德关于“传播中的两级流动”的具体理论——有关“意见领袖”在传播者与受众之间发挥决定性调节作用的观念,已成为学术界关注的焦点。在任何有关大众媒介效果的讨论中,对于《人际影响》一文的引用几乎是义不容辞的。由于是对这一观念的首次深入涉及——“两级流动”理论看起来像是在日后逐渐得到补充说明与完善的,在当时(早期的《人民的选择》一书中)没有过多阐述,《人际影响》已被解读为是对整个领域进行探究的奠基石般的著述。如果这种理论近来因其实证依据而广受质疑,^①那么批评者则不会忽视这一事实——这种范式作为一个整体依旧占据着观念结构的中心位置。约瑟夫·T·克拉珀的《大众传播效果》(1960)是这一研究领域早期思想最权威的汇编;迪凯特研究虽然在资料方面铺展得过分细致,对我而言更像是一块重新审视整个范式的试验田。由于能使其他学者在这一研究领域的普遍水平上引用与批评,该理论维持了研究领域的中心位置。20年来重复性的研究都只是在扩散、复杂化与扩大迪凯特研究的各个分支,寻找不同类型的行为,不同类别的“新

闻功能”(“接替”、“通知”等等),其中的一些研究在小范围^②证实了信息的两级流动,但是大多数却在驳斥或者严格地限定它。^③ 这些研究始于对于孤立社会体系中的单一人造物进行介绍——一件产品、一种“态度”、一张图像。“效果”经常体现为一种控制实验(至少是一种类似的渴望),但其趋向于没有根据地推断,从对单一人工制品“效果”的研究推及到受到公司与国家赞助的广播公司的更为普遍与意义重大的“效果”。在“两级流动”理论显赫声名的光环下,不管有什么特别的发现,从结构性影响到体制性变迁的一般问题都显得黯然失色。

保罗·拉扎斯菲尔德的身影贯穿在整个“近代社会学”发展历程中,这一现象或许是一种“个人传奇事迹”——有助于解释其范式的权威地位,这甚至超越了他自己偶尔要求的相对适度的学术地位。但是一个人所创的非凡魅力,哪怕是家喻户晓的,也不能说明全部。例如,他不能解释“个人影响”范式如何能被一本评论类书籍全然接受,比如安东尼·吉登斯的《现代社会的阶级结构》^④:

大众媒介的影响与“大众文化”的扩散,通常被认为是消费方式、需求结构与品位模式所谓“同质化”的主要根源。但是对“两级传播”理论的研究显示,在大众媒介上传播的形式上相同的内容,可能会被受众以截然不同的方式解读与响应。社会结构存在形态中的差异性,不但没有因为媒介

① See the following studies: Paul J. Deutschman and Wayne A. Danielson, "Diffusion of Knowledge of the Major News Story," *Journalism Quarterly* 37 (Summer 1960), pp. 345-355; V. C. Troidahl and R. Van Dam, "Face to Face Communication about Major Topics in the News," *Public Opinion Quarterly* 29 (1965), p. 634; V. C. Troidahl, "A Field Test of a Modified Two-Step Flow of Communication Model," *Public Opinion Quarterly* 30 (Winter 1966-67), pp. 609-623; Arndt, op. cit.; I. L. Allen, "Social Relations and the Two-Step Flow: A Defense of the Tradition," *Journalism Quarterly* 46 (Autumn 1969), pp. 492-498; L. R. Bostian, "The Two-Step Flow Theory: Cross-Cultural Implications," *Journalism Quarterly* 47 (Spring 1970), pp. 109-117; and Nan Lin, "Information Flow, Influence Flow and the Decision-Making Process," *Journalism Quarterly* 48 (Spring 1971), pp. 33-40. In the Chaffee volume cited in note 2 above, Lee B. Becker, Maxwell E. McCombs and Jack M. McLeod ("Development of Political Cognitions," pp. 29-31) reinterpret data from Lazarsfeld's own *The People's Choice* and its successor, *Voting*, to show that the media are more influential than Lazarsfeld concluded. For a collation of empirical criticisms of the two-step flow, citing later studies that tend to show direct media impact especially on the poor, the isolated, and the highly anomic, see Morris Janowitz, "Mass Communication: Study," *International Encyclopedia of the Social Sciences* (New York: Macmillan and The Free Press, 1968), Vol. 10, p. 51.

② F. Z. Rosario, "The Leader in Family Planning and the Two-Step Flow Model," *Journalism Quarterly* 48 (Summer 1971), pp. 288-297, in particular.

③ See all the other studies cited in note 7.

④ Anthony Giddens, *The Class Structure of the Advanced Societies* (New York: Harper Torchbooks, 1975), p. 222.

信息的同质化而消亡,作为此类有选择性感知与反应的后果,反而可能因其而得到有效巩固。

当然,阶级结构的问题既不在于其能被连根拔除(就像个稻草人)也不在于能被“简单”地加固(好像加固是件很简单的事一样),而在于通过带有阶级偏见的既定方式进行转换——来解读任何给定的媒介材料。^① 但我的观点是,在1973年,卡茨—拉扎斯菲尔德的学说仍然足以使一个原本冷淡的理论家对他们的研究方式动心。

如梅尔文·L·德弗勒^②与罗杰·L·布朗^③曾经强调的,大众媒介理论的发展轨迹必须被理解作为一种历史变迁,学者面对的不仅仅是社会现状,还有现存的种种学说。当然,学者们以当时流行的社会研究语言来响应这些既有的学说——一种目前作为“规范”,正在成为“规范”或挑战“规范”的社会科学世界观。

他们依据(或回顾)历史(的明暗)、世界上新崛起的社会、政治与技术力量(对现行理论)做出直接或间接的回应。因此,有三种元理论层次的条件,塑造着各种假定的理论观点:一是理论的源头或理论的前提(在我们的讨论中指的是“皮下注射”理论);二是目前盛行的抑或挑战意识形态立场的“标准”社会学世界观(本文指行为主义);以及现实的社会、政治、技术条件。两级流动理论以及这一理论所折射的对于“效果”的特定理解,扎根于行为主义的世界观。这种世界观对两级流动理论的影响是决定性的,但方法论层面的微观假设却试图隐藏这种影响。主导范式必须作为所有因素相互作用的交集点来理解。

在接下来的评论中,我将关注一些证据与实例,以此证明探究大众媒介“效果”的更为主要与常规的“标准”方法源自于《人际影响》,这是贯穿第一部分始终的问题;另外,我也想指出这

一独特理论中存在的瑕疵,但更为主要的,要想探究他们的研究之于整个传播研究领域究竟意味着什么。在第二部分,我会探索其整个学术事业的根源。

(一)“皮下注射”理论

“个人影响”的范式能在一篇批评早期“皮下注射”理论的文章中找到,这一理论既是一种社会学理论,也是一种有关大众媒介如何运作的学说^④。在“皮下注射”模式中,社会是大众社会,大众传媒将观念、态度和支配行为的品性“注射”到被动、原子化、极易受影响的个体中去。卡茨与拉扎斯菲尔德,首次命名了“个人影响”范式,为他编订概念规则,将它带入到传播学研究的中心位置,旨在废黜“皮下注射”理论。^⑤

传播媒介被看作是一种新型的凝聚力——一种简单的神经系统——在一个以无定形的社会组织和人际关系匮乏为特征的社会中,延伸到每一只眼睛和耳朵。

社会与传播过程的“模式”——这似乎是大众媒介研究在创立伊始——广播诞生之后的19世纪20年代——所苦思冥想的问题。这种“模式”部分地来源于流行观念中之于大众媒介潜力的想象图景。同时,某些有关社会学与心理学的学派,在思想观念上也提供了支持。19世纪后期欧洲学派中的古典社会学曾强调人际关系在工业社会城市中的逐渐瓦解消失,取而代之的是远程、冷漠无情的新型社会控制。

整个20年代,卡茨与拉扎斯菲尔德论及到的“大众心理”学说因一战期间民族主义的宣传,以及广播首次大范围的使用,而遭遇到了空前的质疑。他们所参考的“社会与心理学理论学派”仍然为相对简单的刺激—反应心理学所

① Stuart Hall, "Encoding and Decoding in the Television Discourse," mimeographed paper, Centre for Cultural Studies, University of Birmingham, 1973; and Raymond Williams, *Marxism and Literature* (New York: Oxford University Press, 1977), pp. 121-127.

② Melvin L. DeFleur, *Theories of Mass Communication*, Second Edition (New York: McKay, 1970), pp. 112-154.

③ Roger L. Brown, "Approaches to the Historical Development of Mass Media Studies," in Jeremy Tunstall, ed., *Media Sociology: A Reader* (Urbana: University of Illinois Press, 1970), pp. 41-57.

④ For more on "personal influence" theory as a critique of the earlier "hypodermic" theory, see Elihu Katz, "Communication Research and the Image of Society: Convergence of Two Traditions," *American Journal of Sociology* 65 (March 1960), p. 113, and DeFleur, op. cit., pp. 112-117.

⑤ Katz and Lazarsfeld, op. cit. pp. 16-17.

主导^①。正是“皮下注射”模式,使卡茨与拉扎斯菲尔德将研究的注意力引向决定受众接受媒介信息的社会背景上,以此消除“皮下注射”模式的影响。作为一种对于被透支使用的“皮下注射”观念进行矫正的理论,作为一种对社会传播研究中的社会现实进行还原的学说,新的主张对于调解过程复杂性的强调颇具意义。

(二)行为主义者的假设与受损的调查结果

但“个人影响”理论建立在一些有局限的假设上,所以,即便其触及了问题的实质,其理直气壮的断言都会将人带入歧途。正如事实上发生的,这种理论甚至都不能自圆其说;迪凯特研究最大的缺陷在于:缺乏一种至关重要的方式去证实其声称要证明的理论。此外,这种反常行为本身也帮助我们领会这一理论的社会背景,具有一定的启示意义。现在,我想把这些理论上的假定从整个范式中抽离出来,看看它们是如何被应用到《人际影响》里的。接下来的论述中,我将集中探讨这一理论中有所限定的那些假设,一些经验主义中的相互龃龉之处,更为重要的是,我们还要能适时地把理论的局限性——这些假设和矛盾之处置于一边。

值得再次强调的是,这种理论根植于严格的行为主义之上。大众媒介的“效果”只是在表面上得以呈现;这种短期“效果”只是在可测量的有关“态度”或不连贯行为方面寻找到的精确变化。不管是在拉扎斯菲尔德的调查或者是在卡尔·霍夫兰及其助手的实验室实验中,研究的目的都只是形成之于受众反应的可预见的理论,这一研究必然有着极强的主观性,或者站在行政管理的视角上,将信息管理者置于中心位置,利用其所掌控的大量信息,权衡其选择的后果,做出最为周全的决定,以此影响其操控的领域。

如今,无可否认的是,在众多的脚注中,卡茨

与拉扎斯菲尔德确实标注出(使用此词是恰当的)其研究与概念中自我强加的限制因素。其后发展、使用、推广这一理论的人并没有仔细地列举其工作的界限。“被默认的知识”,“两级流动”与“意见领袖”作为概念往往不被加以限定。^②在一处脚注中,卡茨与拉扎斯菲尔德依照一个模糊的时间维度划分了四种不同的“效果”：“即刻反应,短期效果,长期效果与体制上的改变”。^③在下一页的脚注中,他们写道:^④

必须要指明,部分很少被研究的时间跨度更长的效果较之“战役式的宣传”(比如单一、短期的促销或者竞选活动)更能彰显大众媒介的影响力。而后者,正如我们将要在下面提到的一样,会给人留下这样的印象:媒介就社会与政治劝说活动(非市场销售行为)而言是完全徒劳无效的。

几页之后的某处,他们又告诫道:^⑤

这是个错误……从大众媒介扮演的角色中直接概括归纳,如果一些长期且更为直接的效果能被概念化并成为研究对象,那么媒介效能所发挥的短期效果就能够被揭示。

在其理论阐述的第一部分的最后几句话中,他们以暗示的形式做出结论,这与脚注具有同样的说服力。^⑥

在开始部分提出的观点也许值得重申一次:大众媒介研究几乎排它性地只关注对于一种效果的研究——企图短期内(“竞选”)改变观念与态度……在这种研究方法里,不应该忽视的因素是其他的没被研究过的大众媒介效果,这种效果很可能对社会产生了极大的影响。

因此,大众媒介应该要助益于各种心理满足感与社会“用途”;看起来,大众媒介对于个体“参与”不同种类文化与政治活动中的角色,有着直观的影响,其常被视为传播文化价值观的主

① See DeFleur, loc. cit.

② For example, Raymond Bauer, "The Communicator and the Audience," *Journal of Conflict Resolution* 2 (March 1958), p. 67: "... attempts to establish the effects of mass communication forced Lazarsfeld and his associates. ... to accord a larger role to informal personal influences."

③ Katz and Lazarsfeld, op. cit., p. 18, n. 5.

④ Ibid., p. 19, n. 6.

⑤ Ibid., p. 24, n. 16.

⑥ Ibid., p. 133, n. 20.

要中介者,等等。这些章节并没有明确地涉及这些(显而易见长期存在的)事项。

但是我们的纠正方式主张传播研究必须充分考量大众媒介被所在的人际情境——之于急切进行得不那么明显,但更为有效的研究,这样可能会产生好的大众传播效果。

最后,为了避免任何可能存在的误解,他们在文章中附上了一番陈述,用以定位这种体现在任何充满雄心壮志的研究程序中的个人影响分析——“短期改变与面对面的影响”:^①

我们希望随着时间的流逝,日渐渗透进生活的日常影响链条里的链接将会被研究……读者将不会混淆目前我们审慎稳重的从业态度与对无视更广范围、更复杂问题的无视态度。混为一谈。但是,如果我们对这些非常具体的调查行为——例如上文提到过的那种——失去耐心的话,这些问题将永远得不到探究与解决。

最后一句话一定意味着:个人影响力的分析对于大众媒介效果的日常研究来说是必须且相应的。

虽然,在研究个人影响力的方法上,已经附上了免责声明,创始者与继承者,在研究视角上仍旧一意孤行。不仅继承者在用个人影响力的模式开展研究,而且卡茨自己^②与后来诸多评论者都将其视为一种不言自明的假设。这种模式期冀自身能够成为一种更为成熟的理论,同时,它亦与从不具体化的一般理论划清界限。只需要从想当然的假设中进行符合自身的批评。

假设 1. 各种影响方式能用同一标准衡量:大众媒介发挥的影响力与个体在人际交往情境中施加的影响力是等量齐观的。“个人”在“大量信息的流动”中“发挥作用”。“一般影响链条”里的联系呈现出同样的秩序;其影响之间的关系能用诸如“更强”或“更弱”之类的词语来概括。在《人际影响》中,这一观点并没有被明确

阐述,只是一种假设,尽管这种假设在文中(例如第 96 页)只是以一种轻描淡写的方式被提及。为了获得一般效果,而将两种“形式的效果”相提并论——将其视为同等功效或认为两者能适用于同一标准。

彼此不同的社会进程在结构上的化繁为简,能被视为行为主义者主要的操作规则。这两个过程显而易见的区别在于:每个人都有机会在他人身上实施直接的“个人影响”,虽然是非正式地,而且通常这种影响也是相互的;而大众媒介的直接影响却为统治集团安排好的一小撮人所掌握,只有他们有权力掌控,这也被视为是行业陈规与专业主义。这一链条的最佳印证物是对于中世纪“伟大的存在之链”的回忆,在其中每一个人,甚至每一件事物,都有其自身职责与为神指认的位置。这种类别的语言揭示了此种大音希声的工作准则。

假设 2. 将影响力视作各不相同的偶然因素的产物:影响力在个案研究中被看作是离散独立的事物。卡茨与拉扎斯菲尔德探讨并否定了其他两种确定影响可能存在的标准:通过声望的方式与统计面对面接触次数的方法,其认为前者(1)不能显示影响的频率,同时(2)可能会将受访者引用与提及的某个声名显赫,但并未影响受访者的人包括在内。第二种情况,统计面对面接触次数的方法,有可能会漏掉最具决定性的接触行为。他们放弃了上述手法,决定要求受访者回忆“影响交流的事件”和卷入其中的具体影响因素^③。特别是,他们会从四个方面,询问调查对象诸如其如何改变自身主见的问题;然后他们会访谈影响链条中的下一个链接。影响产生的时机被认为是在面对面交际的过程中,在这一交际过程中,个体 A 将态度 a 或行为 b 推荐给个体 B。在这一过程中实施影响的人就被定义为“意见领袖”。

需要注意的是,这种从行为主义的视角分析

① Ibid., p. 163.

② Elihu Katz, "The Two - Step Flow of Communication: An Up - to - Date Report on an Hypothesis," Public Opinion Quarterly XXI (Spring 1957), pp. 61 - 78.

③ Katz and Lazarsfeld, op. cit., p. 146.

影响力的做法,与在1950年代凸显影响^①,并开始占据主流地位,进行社区政治分析的多元主义学派所创立与坚持的观点相类似。却区别于早期强调精英份子力量(一方面是皮下注射模式,另一方面是庸俗马克思主义或者精英理论)的范式。这是一种否定影响力的结构维持模式的观点(后来又被称作“非决定论”^②)。也有很多人坚持研究影响发生过程中的非连续片段,仿佛影响力或多或少是一种市场中的货物,在均衡状态中自由流动。由此,我们在下文中可以看到,就像多元主义对于影响这一概念的认知一样,意见领袖的影响总是具体而非逐渐叠加的^③。“意见领袖”在某一领域内的影响并不会跨越到其他领域,就如达尔《新天堂》的声势并不会扩大其的影响。这两种范式——个人影响与多元主义在结构上的一致性,揭示了比碰巧雷同的结果更为重要的现象——其发现了诸多问题与方法论中的相似性,以及两个领域的共同趋势。

假设3.将购买商品的行为与政治活动用同一标准进行衡量:影响的单位一种是短期的“态度改变”或者是一种个别的行为,或者更为准确地说,是由被调查者反映出的诸如此类的“改变”或行为,其中的一种能由受调查者归因为某种外界的干涉。卡茨与拉扎斯菲尔德关注过“日常选择的四个场所:购物、时尚、公共事务与最新电影。”^④在单一理论里,这些领域被假定是可等同视之的。

扫视相关问卷的条目,就能精确地发现其所关心的领域:^⑤

关于购物

大约在最近的一个月里,你曾买过新产品或者你不常买的品牌吗?(我不是说你必须去买的东西,因为往往没有其他可供选择的对象。)有或者没有(如果没有)在以下物品中你最近曾尝试购买一种新品牌的产品么? a. 早餐麦片 b. 肥皂 c. 咖啡 d. 以上都不会。

关于时尚

你最近曾变换过发型、衣服的款式、配饰、化妆品或者可能让你看起来更为时尚的其它方面?有或者没有(如果有)请问你做了哪些类型的改变?

关于电影。“我们的出发点在于要求被调查者告诉我们她最近看过的一部电影的名字。”(受调查者均为女性,至于原因,参见本文第236页)

关于公共事务,提问者询问了一系列最近有关民意调查的问题,然后询问受调查者之于其所“支持”的人物,最近是否改变了对他们的态度。前两个方面明确关注的是消费行为的改变;第三个关注的是消费选择领域的个别行为;而第四个关注的是观点的变化。选择这些议题是为进行相互比较,而政治观点和产品偏好之间的这种假定的可比性扭曲了某些实际调查结果。而且,对购物和政治活动进行等量齐观的盲目假设,这一

① See especially Robert Dahl, *Who Governs?* (New Haven: Yale University Press, 1961), and Nelson Polsby, *Community Power and Political Theory* (New Haven: Yale University Press, 1963). Of course the literature on pluralism and elite theory is vast. For an earlier critique of pluralist theory along the present lines, see Todd Gitlin, "Local Pluralism as Theory and Ideology," *Studies on the Left* 5 (Summer 1965) pp. 21-45. For an interesting critique of both pluralism and its (248) "nondecision" critique, culminating in a proposal for a "three-dimensional" approach which integrates the strengths of each, see Steven Lukes, *Power: A Radical View* (London: Macmillan, 1974). There arises the question of whether the structural homology between pluralism and the two-step flow reflects an actual homology in their subject matters as well as, or rather than, in the respective theoretical problematics. In other words: Is there, or was there in the Fifties, an actual plurality of communication influence-sources parallel to an actual plurality of power sources? I cannot defend my answer to this question at length within the confines of the present essay, but I do want to put it forth: the answer is a qualified No. The actual plurality of sources in both communities and media chains was actually drying up as both were becoming centralized and homogenized in the Fifties. The networks and the huge national security state were major national features of that decade: prima facie evidence of the growing weight of nationalizing forces and therefore of the ideological nature of the two paradigms.

② Peter Bachrach and Morton S. Baratz, "The Two Faces of Power," *American Political Science Review* 56 (1962), pp. 947-952, and their *Power and Poverty: Theory and Practice* (New York: Oxford University Press, 1970).

③ Katz and Lazarsfeld, op. cit., pp. 107-8, 332-334.

④ Ibid., p. 138.

⑤ Ibid., p. 341.

行为的合理性,从未得到明确阐明,也从未被公开质疑,其像一团悬置半空的思想迷雾,笼罩在《人际影响》的整个论述过程中。

假设4.“态度转变”作为因变量:更引人关注的是,对“态度转变”的细微关注牢固建立在对影响力本质的狭隘认知之上。在《人际影响》中,影响力是驱使一种行为——购买行为发生的能力,或在“公共事务”方面,这是针对当下的某些时事,驱使态度发生改变的一种力量。”受访者被问及最近是否已改变对当前问题的态度,如果是,则会询问他们是受到了谁的影响。^① 如果他们自己没有改变自己的态度,则认为不曾受到影响。

目前,这种影响在两方面展开得并不充分。首先,受访者可能已对某个问题开始改变看法,只是受到某个人的影响或受到大众媒介的更为直接的劝说,而回到态度转变之前的起点。更值得关注的,仍旧是那些态度根本未发生转变的情况。如果我们不将这种不变性视为理所当然,而是有待阐释的对象,那么,我们又该如何去理解这种“没有决定”的结果? 没有令人信服的理由能够解释,为何在资本主义时代,一成不变的态度乃理所当然之事。实际上,当今时代所谓的恒定不变的态度在以往可能就是反复无常本身。变化无常的忠诚是资本主义社会的先决条件,其中私有财产通常服从于对财富和积累的要求。特别是在高消费的资本主义社会,当“新鲜”代表积极,“守旧”象征落后,“改变”一个人对产品的“看法”已是司空见惯之事。^② 而在一般公共生活领域,人们经常要面对不断更新的政治议程(有如,生态学),更不用说技术发明、社会“趋势”、名人及艺术品,某些观点会在个体中悄然成形。国家政策的调整改变,要求舆论亦随之变动转换。

在这种历史语境下,理所当然地认为(个体的)态度恒定不变意味着一种选择,一种根本性

的选择,这种选择忽视了在变动的环境中维持观点不变的起因。因而,卡茨和拉扎斯菲尔德的调查受到限制,无法探究大众媒介的制度性权力:哪种程度的权力可以让其影响公众议程,动员广播网支持国家和政党的政策,因自身的体制安排而谋求公众支持。它们甚至也不会去讨论诸如权力从何而来的问题。

但这种缺失并没有因拉扎斯菲尔德著述中的另一主要术语——强化的提出,而得到弥补,对于拉扎斯菲尔德与其的学派,特别是约瑟夫·T·克拉珀来说,强化是媒介加强自身影响的方式。与改变态度相比,媒介对于“既有观点的强化”作用更被人认可。在克拉珀的一部总结式的著作——《大众传播的效果》^③一书中,存留着有关这一争论(强化既有观点而非改变态度)的最具权威的章节,勉力用此来废黜那些视媒介影响为无效的批评。克拉珀与其他一些持相同意见者认为:与劝服、调动相比,强化只是较低层次的效果。然而,强化观点却是连接态度与行为的一个不可或缺的一环。如果媒介“只是”强化“既有观点”,那么,这些观点会被有效地转化为行动,或者成为即将开展的日常事务中的指导性意见。此外,“强化”也能被理解作为一种至关重要的凝固器,旨在将态度转变为意识形态——一种相对持久的意识结构,这种结构在人们如何观察与回应新环境时将起到至关重要的决定性作用。但是“意识形态”与“意识”这两个概念是行为主义与刺激—反应心理学研究领域中的漏网之鱼。其在主流媒介研究的限制性概念世界中缺乏本体论的地位。^④

尽管在早期的研究中他曾忽略了这些要点,在新近提出的论点中,克拉珀加以弥补,有力地消除了过去理论中的陈规陋见:^⑤

(态度的)强化与转变当然只发生于已存在支持或反对意见的地方。其不能发生在态度缺

① Ibid., p. 271, n. 2.

② See Hannah Arendt, *The Human Condition* (Garden City: Anchor, 1958).

③ Joseph T. Klapper, *The Effects of Mass Communication* (New York: The Free Press, 1960).

④ Thanks to William Kornhauser for pointing this out to me in conversation.

⑤ Joseph T. Klapper, "Mass Communication: Effects," in *International Encyclopedia of the Social Sciences* (New York: Macmillan and The Free Press, 1968), p. 85. Emphasis added.

失的地方。尽管之于这一问题还缺乏相对深入的研究,但媒介之于舆论的生成,似乎非常有效。举个通俗易懂的例子,在菲尔德·卡斯特罗执政的几个月前,可能只有不到2%的美国人知道他的名字。然而一年后,美国公众对其与其政治行为有了充分了解,并且对此大多持相同立场。实际上,这些见识的来源和认识的基础都受到大众媒介的严格控制。

当然,这样的情形在国内与国际政治生活中是司空见惯的事:人们总是期望知道一些他们了解甚少但却又是存在的事物。以这种方式呈现出的事物一般都意义重大:比如涉及战争与和平、国际局势、经济政策的事件。媒介社会学系统地丧失了对于这些事件政治意义的敏感度,因而错过了这一要点。

在没有提出上述问题的情况下,作为效力于CBS^①电视台进行研究工作的首要成员与拉扎斯菲尔德最为得意的门生,克拉珀继续论述道:

要发现为什么大众传媒能非常有效地形成之于新事物的舆论,这一点并不难。在这种情形下,受众并没有一个既有的观点,需要通过有意或者无意识地选择性接触、选择性保留或选择性感知来捍卫。能与其交换意见的群体同样没有生成自己的看法,而意见领袖的作用暂时未能发挥。总之,通常赋予大众传播以强化代言人角色的要素都没有发挥作用,所以媒介可以直接作用于其的受众。

在当下,由于这种排他性(媒介能直接影响受众)没有探讨那些“既有观点”在“通常情况”下流行的源头,所以不能视为对媒体影响条件的有效论述。同样,其也未能探究构成独立“见解”的信仰根基。克拉珀坚守个人影响的范式。但他的评论却显示,其所搜集的有关舆论变化的资料,因为来源于自我归因,而不可能为其的理论提供牢固的基石。更进一步地说:尽管拉扎斯菲尔德和其的弟子确实致力于向人展示态度可能根植于社会中的某个位置(社会经济地位等

等),但他们在实践中却将态度视为分散与独立的单元,这将在观念结构或者说意识形态中无法确定态度所在的位置。

假设5. 跟风者被视为“意见领袖”:卡茨与拉扎斯菲尔德将媒介的结构、内容视为已知的、确定的与固有的。他们给予“意见领袖”的密切观察无意识地从广播网和有线服务的重要性中转移出来,其将“舆论引导”定义为一种无意识的跟风行为,这种混淆让人不禁莞尔。他们拿反了望远镜,从错误的一端观察意识在社会中的流动过程。

特别需要指出的是,迪凯特研究项目中的女性受访者被要求依照外在世界发生的新闻来推荐“意见领袖”。卡茨与拉扎斯菲尔德要求她们依照这样一个标准,即“他们发表意见的范围应该包括一系列国内与国际问题,以及新近发生的新闻,例如杜鲁门的外交政策、有关军队的复原政策等等”来确定谁是一位“意见领袖”。之后,这些女性受访者被询问她们是否“在最近更变过自己的看法”,以及其是否被征求过意见。^②与此同时,根据(受访者)对这一问题的回答——“你知道自己身边的哪个人让你密切关注时事,并让你毫无疑问地接受其对于这些新闻事件的解析”,^③那些在社会事务的各个领域中都有影响的被提名者,被定义为“专家”。那么,一位“意见领袖”究竟发挥何种程度(方式)的引导作用?所谓的“专家”究竟专长于什么,以及谁决定了这些专长是什么?

使用正式的社会学语言导致的问题是:这种行政化的心态夸大了“自变量”的重要性,调查发现,这种“自变量”在时间与空间上又靠近“因变量”。^④也正是这种行政主义的视角阻碍了卡茨与拉扎斯菲尔德严肃认真地对待这种显而易见的问题:她们的“专家”将安身立命的专业知识建立在一种“变量”的基础上,而这一“变量”又被明确排除在分析范围之外。受调查者被要

① 美国哥伦比亚电视台。译者注。

② Katz and Lazarsfeld, op. cit., p. 271n. Emphasis added.

③ Ibid., p. 276n.

④ Thanks to David Matza for putting this point to me in conversation.

求给出有影响力的人物的名字,这些人物是她们在大众媒介上最常接触到的。卡茨与拉扎斯菲尔德想当然地认为大众媒介有定义新闻的权力;因此他们发现的不是“个人在大量信息流动/大众传播中发挥的作用”,而是信息流动渠道的属性。^①模糊语言(的确,一种有关权力的模糊概念,正如我们将看到的一样)遮蔽了一种至关重要的区别。这就好像一个人研究在一场洪涝灾害期间,街道之于死亡率的影响。街道应是疏导管而非致人溺毙的元凶。但是这种区别在温和平淡的叙述中消失了。当他们研究问题时,卡茨与拉扎斯菲尔德以这种方式,回避了制度化新闻报道中存在的问题:^②

无论怎样与时尚领域相比,都有理由去质疑:在公共事件领域,人际影响的链条真的就 longer?“内幕消息”以及具体有影响事件中的影响力,更多的是一种个人对个人之间的事?

对于“更长影响链条”的质疑是对广播公司与受众之间制度化关系的一种回避。

但是行政管理的观点却有可能从一开始就将报告某种影响力与发源力混淆在一起,通过在概念与时空上变得更为含混隐晦,体制成因将不可避免地在传播中出现“遗漏”。在探索为何决策产生于影响结构底层的过程中,不可能触及这样一个问题:为何下决定的时机是在最初时刻。用另一句话来说,他们只会提及管理者,或者商人会斟酌思考的问题。(事实上,也正是商业机构——马克法登出版物是委任迪凯特研究项目的首要机构。有关拉扎斯菲尔德在销售调研方面研究工作的资金提供者,请参阅本文第233页。)

(三) 经验主义的失误与矛盾

即使我们能够接受行为主义者植入“个人影响”中的假设,我们仍然需要面对该理论的不足之处——其在哪些具体方式上未能达到预期目的。因为他们自信地宣称发现了社会互动的一般原则,卡茨和拉扎斯菲尔德就忽略了其发现中存在的一些有趣的矛盾。那就是,他们提及了这些矛盾却没有给予解释,在其研究中也尚未给予合适的分量。

在研究发现与理论之间存在的最明显的矛盾来自于卡茨和拉扎斯菲尔德报告了他们对六月和八月两个时期对公共事件的“态度改变”的来源的调查。即使我们能够接受人们会坦诚地承认其“态度改变”的来源这样可疑的假设,其中仍然存在异常。一个人如何感知以下结果?^③

并非每一个(公共事件)态度改变(六月与八月)都包含个人接触。很明显,58%(的变化,而非变化者)都是在没有涉及明显可记忆的个人接触的情况下发生的,并且非常依赖于大众媒介。

从表面来看,这一特殊发现质疑了两级传播理论;事实上,是与“皮下注射”理论一致的。“并不是每一个意见都发生了改变”!^④其主要结论,“观念总是从广播和印刷媒体流向意见领袖,然后从他们再传递到人群中少数活跃部分”,^⑤现在看来更倾向于是错误的。那么这种不一致为何不能进入卡茨和拉扎斯菲尔德的结论中?我只能猜测为——无法将经验主义中结果与预期的不一致在理论中进行整合——也就是说,这一矛盾是在书中的某一角度被提及,却没有在主要理论中被呈现——继承了已有研究框架的错误尺度,这一尺度包含流行时尚、商品购买、电影和公共事件四个领域。如果将这些领

① Even at that, as we shall see on pages 219 – 20, the Katz – Lazarsfeld findings on “public affairs influence” are the weakest in the book on their face, and do not warrant the exorbitant claims later made in their name. Nor did Katz and Lazarsfeld seem interested in the distinction between marketing and public affairs “flows.” The differences might have spoken to the difference between consuming and politics.

② Ibid., p. 319.

③ Ibid., p. 142. Emphasis in original.

④ If the 58 percent of changes involved personal contacts that took place and were later forgotten – a logical possibility, but a claim Katz and Lazarsfeld did not make, by the way – the same assumption would have to be made about other findings, therefore making hash of the theoretical conclusions drawn from these data.

⑤ Ibid., p. 309, quoting Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet, op. cit., p. 151.

域看作是同样重要和可相提并论的,建构的理论可以不加区别地用于这些领域,那么某个单一领域所出现的意料之外的不同寻常就不会被看的这么重。从另一方面来看,如果调查大众传播之于政治态度的影响,这种期望与现实之间不一致的现象,则具有举足轻重的意义。因此,对这四个话题领域(见236页)随意选择导致的结果就是允许作者将一个严重的矛盾搁置一边。

另一例证是迪凯特研究显示的数据与两级传播理论相背离,卡茨与拉扎斯菲尔德也没能将这一经验主义的失误在其理论中明确阐述。比起商品购买和流行时尚研究领域的影响者,公共事件中被称作影响者或被影响的人远不能证实其身份——证实,换句话说,他们确实试图施加影响,或者事实上他们已经被影响。^①商品购买研究领域,样本中有57%的被影响者承认他们的被影响者的角色,时尚领域则为56%,但是公共事件领域的被影响者只有38%。至于影响者的承认比例,商品购买领域有71%,时尚领域有61%,而公共事件领域只有38%。换句话说,在这一矛盾充斥的领域中,^②卡茨和拉扎斯菲尔德涉及了人群不成比例的可能性,公共事件的影响者可能在这些事件上是蹩脚的报信人;他们没有提及这样的可能性,即对公共事件态度改变的具体影响如此难以追踪,以至于可以质疑两级传播理论的操作性,或者其他人际传播的准确效果。诸如此类的数据与“皮下注射”理论完全一致:都是基于这样的假设,即在公共事件领域,大众传媒可以直接作用于公众意识。虽然这一证明的明显失误破坏了该理论的公共事件变量,在几年后其研究工作的一些主要推断中,卡茨和拉扎斯菲尔德必然会如此忽略这些问题——通过在这些所谓“需进一步研究”的内容上贴上“有待探索”的标签。

(四)该理论的历史局限性

即使我们接受《人际影响》一书中行为主义者的假设,甚至是为了使经验主义中存在的矛盾

之处成为看似真实的东西,而限制理论内容的行为,我们仍然必须面对其很少提及的历史边界。通常是过多的脚注埋葬了期望中的评鉴,因而也成为批评研究的理想考古挖掘地。在使用几百页的篇幅对大众传播进行概述之后,卡茨和拉扎斯菲尔德用一条脚注提醒读者:“我们的研究在对电视进行一般介绍之前就已完成了。”^③然后他们突然跳回了原先的讨论,而没有在有关“大众传播信息流动”的概述中清晰明确地加入自己的结论。

很难知道是什么导致了这样的结果,作者也未能给我们任何线索。至少可以这么说,从一开始就没有明确1945年的广播与印刷媒体受拥护的程度可能转向后来更广泛、及时与“可靠”的电视媒介。电视有可能,或者至少可能比广播或印刷媒体有着更为直接的影响,这看起来更像是一个先验性的结论。换句话说,即使《人际影响》一书中的发现表面上看来(事实上并非如此)很有说服力,即使这一理论所包含的内容是令人信服而非站不住脚(事实上并非如此),我们仍不能针对1945年之后的时代,有关电视在政治意识和政治管理领域的影响说些有说服力的话。

同时另一个更大的问题又出现了,即在共时与历时维度之间的混乱。就如卡茨和拉扎斯菲尔德曾明确提到的,他们并不想简洁地表述1945年的夏天,在伊利诺斯州迪凯特的接触媒体多的女性与接触媒体少的女性之间的关系;他们意图提供一般性陈述,有效跨越时间界限。而方法论上存在的困境,致使其以实证主义的方式研究长期效果,于是,他们与继任者建构了一套范式,为了使其的研究在较长的历史时期里显得有效。从简单描述中可以看出,他们提供了一个只能套用在电影身上的推论。但是这种置换却缺乏理据。C·莱特·米尔斯,迪凯特田野调查的主管,并在其后负责1946年的原始数据分析

① See Katz and Lazarsfeld, op. cit., p. 159.

② Ibid., p. 160.

③ Ibid., p. 312, n. 4.

工作,曾确立了一个清晰的关键点:^①

(抽象的经验主义的)实践者确实试图解决有关大众媒介效果的诸多问题,比如,因缺乏相关结构背景方面的知识,而未能得到充分阐述的内容。我们是否希望去理解这些媒介的效果——更不用说这些效果之于大众社会发展的复杂意义——如果一个人,无比精确且专注地研究“浸透”于这些媒介之中的一代?这种将之于此种或另一种媒介“接触少”和“接触多”的人群分开的尝试,对于广告利益来说,意义重大,但是这并非是建立一种发展大众媒介社会意义的理论的牢固基石。

当然,为米尔斯深入思考的“一种有关大众媒介社会意义的理论”,无疑是精确确切的,这一理论在大众媒介研究的历史中,也是必不可少的,但在卡茨和拉扎斯菲尔德看来,却是模糊、非科学和不实用的。的确,在拉扎斯菲尔德最重要的文章,其以确定无疑的措辞这样写道(与罗伯特·K·默顿合写):^②

因了其存在于社会之中的缘故,怎样的作用与意义被分配给了大众媒介?好莱坞、广播之城、《时代》、《生活》、《财富》杂志集团对于我们的社会产生了怎样的影响?由于无法用实验验证以及进行严谨的对比研究,因此只能用未经推敲的术语来探讨。认为与其他没有这些大众媒介的社会进行对比,就能获得确切的研究结论,无疑是幼稚的想法,即使与早期美国社会进行对比,得到的,仍旧是难经推敲的断言,而非精确透彻的阐释。

这样一个事例告诉我们,所谓简洁,就是清晰地表达;而意见的提出,需要慎思多虑。

然而,拉扎斯菲尔德在《人际影响》中明确运用的实证主义研究方法是“非常可疑的”——通过将疑点仍存的单一研究的结论拔高至永恒定律的地位。一本400页的书只发现有一行脚

注,这充分说明了其的一般命题没有考虑到其所声称的已经揭示的事实的核心特征,或并未专门地考察,其核心的“自变量”是非常不完整的。这样的简略能让人轻易地看出审慎之心在其中的缺失。如果《人际影响》中的实证主义命题原则上可能在未来的研究中被质疑,从而在理论预测意义上保持其科学性,尽管这些命题是以永恒真理的日常语言来表述,那么反过来就该认为一般性的历史陈述原则上同样也可驳倒,从而也可用卡尔·波普尔的标准^③进行确认。不承认直接的历史预测(为什么没有很好地预测?),将其视为“粗陋的断言而非精确的证明”,弃之如敝屣,拉扎斯菲尔德让“粗陋的断言”走了后门。

如果选项是“粗陋的断言”和“精确的证明”,那么有待我们选择的这些选项看起来属于依赖显微技术而划分过于详细的类别,或者是阿尔弗莱德·诺斯·怀特海德所说的“错位的具体主义”。但是种类的增加对于阐释事实来说,并非必需。错误地区别这两项,可以说是实证主义传统中的职业病。一代又一代的学者继承、光大先辈旗帜的同时,也是在贻误整个研究——将创立的范式奉若圭臬,因而总是疏于批判性地考察。特别是在个人的著述中,很容易发现藏匿于文本之中的源于创始者的粗心大意与掩盖矛盾之处。前哥伦比亚大学研究生莫里斯·斯坦因,在回忆录中很形象地描绘了社会科学的轮廓:^④

我最喜欢幻想的事情之一就是想象米尔斯和拉扎斯菲尔德之间的对话,前者向后者读出《社会学想象力》的第一句话:“当今,人们经常感到他们的生活就是一系列的陷阱。”拉扎斯菲尔德就立刻回应道:“多少人,都是谁,他们这样感觉有多长时间了,个人生活的哪些方面困扰了他们,他们被社会生活困扰吗,什么时候感觉到自由而非被困,他们感觉到的是怎样的陷阱,等

① C. Wright Mills, *The Sociological Imagination* (New York: Oxford University Press, 1959), p. 52.

② Paul F. Lazarsfeld and Robert K. Merton, "Mass Communications, Popular Taste, and Organized Social Action," reprinted in Bernard Rosenberg and David Manning White, eds., *Mass Culture* (New York: Free Press, 1957), p. 459.

③ 卡尔·波普尔认为,科学的本质在于其的可证伪性。译者注。

④ Maurice Stein, "The Eclipse of Community: Some Glances at the Education of a (249) Sociologist," in Arthur Vidich, Joseph Bensman, and Maurice Stein, eds., *Reflections on Community Power* (New York: John Wiley & Sons, 1964), pp. 215-6. Thanks to Richard Gillam for alerting me to this quotation.

等,等等。”如果米尔斯屈服了,那么他们就会向国家心理健康研究中心申请一百万美元的款项,用以精心研究这第一句话。这项研究需要聘请数百人,如果他们最终完成,并且他们两个中有一人会费尽心力地写出点什么,那么他们会写上一部《美国人如何看待他们的心理健康》而非《社会学想象力》。

为斯坦因所嘲笑的研究的实际用途,值得人们深思,因为其近似荒谬的自负心态与琐屑琐碎的语言风格仍旧在大行其道。事实上,即便在结构上和根基上遭到猛烈的质疑,作为《人际影响》支撑的假设体系仍旧存在。毫不奇怪,这一理论假设的形式与广播公司自身的假设非常相似。这两种事业对下列类型的事实依据笃信不移——本身有巨大的说服力、不容争辩、毋庸置疑,能呈现出连贯理论的权威性。社会科学中的事实变成了一系列商品,话语的通用货币,与他者进行比较、并被置换和取代,其一旦通过大众媒介得以呈现,就变得不容置疑;这种事实将人引向一个扑朔迷离的世界,这一世界既不存在于个人生活的环境中,也无法被人掌握。拥有干练而权威的广播电视主播、客观新闻业以及抽象经验主义的社会,也正是充斥即时回放、差异甚小的体育纪录、吉尼斯世界纪录、战亡人数与百万吨级的细微差异的社会。《警长的法网》^①和主流社会学都要求“女士,咱们只要事实”。阿多诺曾将这种社会学取向(指抽象经验主义)追溯到涂尔干的规则,即“社会学家应当把社会事实当成客体,不要动不动就妄想‘理解’它们,”并进一步追溯到如下现实,“人际关系好像变成了与人完全不同的事物,它们愈发摆脱人的控制,变得晦暗难懂,并与人类渐行渐远。”^②伴随着之于“硬新闻”、以及调解过的事实(如“科技宣

传”或“经过宣传的事实”)的运用,一种对于“硬”行为的事实的迷信行为逐渐形成。其功能就是阻碍反思。顺便说一下,这些术语的出现,源自于对于这一现象的卓越分析,最先由罗伯特·K·默顿和保罗·F·拉扎斯菲尔德发表于1943年。^③迷信事实这一行为,被证明要比具有讽刺意味的教条式理解的兴起更为迅猛。^④

二、范式的根基

为什么个人影响研究始于这样的一种假定,即认为大众媒介的影响能与面对面的影响相提并论,以及这种影响力存在于互不关联的短期“态度改变”或者行为选择的场合中。我们怎么可能对建立于寒碜的现实采样数之上的理论做出解释,因为这其中存在的龃龉以及这些龃龉未能在概括而成的理论中得以体现?另外,为什么从始至终,这一研究领域就缺乏令人信服的理论与方法论?如果我们回顾从迪凯特研究及其传承者到他们体现出的日常思考风格,再到他们社会学研究的思路,我们可以发现一种完整且相互交织的意识形态的倾向与取向。我们尤其发现一种行政管理的研究视角,其起源于社会学研究,从源于垄断、高消费社会的现代资本主义制度中萃取价值观念,提倡与主要的基金、企业建立机构性的友好合作关系;我们看到一种怡然自得的市场定位——出于商业目的地展开受众调查研究,是其中的显学;我们同样好奇地发现了一种为民主社会正名的意识形态。行政管理的研究视角、市场定位与导向以及奥地利马克思主义与民主社会的价值观念两者的变体,被交融荟萃于一体,如经细密分析,又可发现其(至少)并

① 美国的一档犯罪侦探题材的广播电视系列剧。译者注。

② T. W. Adorno, "Scientific Experiences of a European Scholar in America," in Donald Fleming and Bernard Bailyn, eds., *The Intellectual Migration: Europe and America, 1930 - 1960* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1969), p. 147.

③ In Robert K. Merton, *Social Theory and Social Structure*, Revised Edition (New York: The Free Press, 1968), pp. 578 - 582.

④ I discuss the fetishism of facts, and formal and technical ways of accomplishing it in mass media, in my "Spotlights and Shadows: Television and the Culture of Politics," *College English* 38 (April 1977), pp. 793 - 4. For origins of "a new world of facts" in consumerist ideology of the Twenties, see Stuart Ewen, *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture* (New York: McGraw - Hill, 1976), pp. 51 - 59, 69 - 70. On the origins of the concept in the Frankfurt Institut's critique of positivism, see Martin Jay, *The Dialectical Imagination* (Boston: Little, Brown, 1973), pp. 189 - 190.

不是紧密不分的,接下来我将一一提及。

一处前言中写道:在接下来要进行的整个讨论中,我想强调一点,那就是我将整个范式从根本上视为一个整体——在具体的两级流动理论的范畴内寻找具体的、可测量的、短期的个体的“影响”。以下是整个范式所包含的内容——带有个人主义色彩的方法论,基于商品购买的假设,未经推敲的结构——一切都处于争论之中。“两级传播流”虽然看起来像是种可靠的理论,但那些贯穿在整个研究领域中的理论假设却是令人质疑的。

为了使这种探究一般起因的研究不被视为是无法自明的文本,简单的还原论者或者是基于个人偏好的推论,看起来只有引用圣贤之言最为合适。保罗·F·拉扎斯菲尔德自己曾写道“意识形态的成分”、“学术的氛围”以及“人为误差”是其“新的研究风格”“可能的根基”,而其价值观念、学识的来源与个人的成因允许他与美国国内新兴的社会景观“结构性地吻合”。^①

(一)行政管理的研究视角

当我说拉扎斯菲尔德的研究视角是行政管理时,我的意思是,在一般情况下,其从体制的指挥台这一视角提出问题,旨在增强或合理化其控制社会各部门的功能。从这个视角观察问题,作为专家的社会学家,解答的是指挥台所直接或间接建构的那些问题,他们关注的核心问题是如何扩张、稳固并合法化其的研究活动,并控制潜在的挑战与风险。特别是在媒介研究的发展历程中,当战后整个社会科学领域实证之风盛行之时,这种研究赞同大众媒介影响可被预测的模式,在行政性研究的语境下,这只能是使媒介管理者可以预测大众媒介的效果,或者说,为媒介管理者预测效果。所谓的多样化的“变量”都是

由,也只能由掌控媒介产品的人来调控;因此其更为关注时间跨度与行为活动上更为短期而非结构性的内容。从行政管理研究的视角来看,大众媒介系统置身于结构性的组织中,这一现状毋庸置疑,其是所有研究调查的前提。因此,管理理论(这个术语是拉扎斯菲尔德自己概括得出的)^②当然不会关注这样的一些事情,比如说广播公司将收音机与电视机制造成家用消费品而非公共消费品,尽管这一根本性的选择对于使用者、社会权力以及大众媒介的社会意义来说,会带来严重后果。^③管理理论根本不关心广播公司所有权与控制体系的结构,或者广播公司生产媒介内容的标准:他或者她从接触媒介伊始就认可现存秩序并考虑使用其的相关后果。被C·莱特·米尔称之为抽象的经验主义的东西,根本不是从一个具体的社会秩序、权力系统中归纳出来的。显而易见的是,行政管理的研究视角在身为管理人员或者即将轻松晋升此职的个体身上更容易出现。特别是这种得到企业或地方政府赞助而得以创立、发展,能利用这种合法性开放研究之门,并招募熟练研究人员的智囊型企业。因为行政管理的研究视角是一种与实践紧密相连的理论视角,且根植于实践。研究视角与体制化的定位一拍即合。拉扎斯菲尔德自己就是官僚主义社会学研究中的先锋人物,按他自己的说法,也就是一个“体制内的人”,^④一个真正的精通行政与企业管理之道的巫师。最初,其在1937年负责普林斯顿广播研究办公室,之后,随着哥伦比亚大学应用社会研究处的重建,用他自己的话说,他“撑起了”“管理学派的一片蓝天”。^⑤在那儿,他主持了诸多涉及市场营销与媒介的研究项目,培养了众多的继承者,并通过这些研究项目与继承者树立了声名。他在筹集

① Paul F. Lazarsfeld, "An Episode in the History of Social Research: A Memoir," in Fleming and Bailyn, eds., op. cit., pp. 277, 299.

② In Lazarsfeld, "Remarks on Administrative and Critical Communications Research," Studies in Philosophy and Social Science IX (1941), pp. 2-16.

③ This was an actual historical decision, first proposed for RCA, the first mass broadcasting apparatus, by the young David Sarnoff in 1915. See Eugene Lyons, David Sarnoff (New York: Harper and Row, 1966), pp. 71-73, and Eric Barnouw, A Tower in Babel (A History of Broadcasting in the United States, Vol. 1) (New York: Oxford University Press, 1966), pp. 78-79.

④ Lazarsfeld, "Memoir," pp. 302-3.

⑤ Ibid., p. 310.

研究资金上的本事堪称传奇;他知道如何泰然自若地为了各种项目四处游说,为了给谨小慎微或者不同寻常的研究计划筹款周旋于各家基金会与公司之间,并最终花掉这些钱,另外,也常把钱花在一些牵涉范围广泛的研究项目上。(比如迪凯特研究,参见本文第236页。)作为一个部门的领导者,他能“承担各种合理的风险,尝试不同寻常的革新,但这种革新绝不会与现行的范式产生太多龃龉。”^①

其在美国学术圈中的兴盛走红,正如他自己所指出的一样,纯属偶然。当时正好是一个管理盛行的年代——政治管理、市场管理、文化管理、教育管理各自大行其道,均有自身盛行的合理性,且与彼此发展出一种紧密的连带关系。他们之间的相互引力将其自身逐渐汇聚成一个新兴且固定的星系,一个易于辨识的生活世界,这其中充斥着独特、影响巨大又不失灵活性的规范与实践。大学、公司与基金会三者之间或存罅隙龃龉,但彼此又紧密相依;一切只因行为主义之名。

1929年,洛克菲勒社会科学基金会新任主席埃德蒙·E·戴恩,以这样的一段话宣告其任期的开始:^②

事实上,科学诞生伊始就已跳出哲学的范畴。对于实验室研究方法的引进使自然科学完成了更为彻底的分离,医学在其后也经历了同样的突破。社会科学仍旧处于争取独立性的过程之中……我们仍旧有如此实质性的学术模式去突破。我们也必须建立一种新的学术模式。

在获得了洛克菲勒基金会大力资助的几年后,新的学术模式形成了。一个就如保罗·拉扎斯菲尔德一样的人,一个学术界严肃谨慎的理论家,一个社交界长袖善舞的行家里手,一位实证主义的开山鼻祖,一个“体制中的人”,将成为整个发展进程中的中心,既为整个进程提供智力支持,又对其进行组织管理。在社会与文化广泛地转型为寡头资本主义这一问题上,要弄清楚哪些特殊机构充当引导者的角色,而哪些又是追随

者,是没多大意义的。如拉扎斯菲尔德一样的人,学术上正处于黄金时期,戴着欧洲社会民主主义政治明星的光环,别出心裁地运用数学工具,将社会学的方法仓促地运用于扩张中的消费资本主义,并试图找寻相关机构以运用其探究世界的方法。随着工程技术(尤其在泰勒式生产过程中)的兴起以及销售模式不断变化,大众营销中价格的不断上涨,基金会与商业公司逐渐学会了使用量化手段,这方面的先驱是通用公司的阿弗雷德·E·斯隆,他们试图合理化地利用社会科学,并使其具有可操作性。政府对于进行有效宣传的条件也倍感兴趣。大学则想要开创立新的财政来源,以期将自身融入战后的繁荣与霸权文化当中,虽然对于新研究类型的合理性——这种研究不会威胁到根基深厚的正统研究的地位,他们曾如此确信不疑。所有这些利益与策略都被整合在一起,一个具有远见、冒险精神与深思熟虑的人,诸如保罗·拉扎斯菲尔德,坚持守卫共同利益,因而获得巨大成功。

在促使最新智力成果具体化的过程中,洛克菲勒基金会事实上发挥了巨大的作用,亦史无前人地资助保罗·F·拉扎斯菲尔德在美国的研究事业。拉扎斯菲尔德在晚年回忆道,于1930年开创的有关玛林萨尔小镇失业率的先锋性研究,由奥地利社会党领袖奥托·鲍尔所推荐。^③这一数据充实的统计学研究预兆了其后来的研究方式。

我被洛克菲勒基金会驻巴黎的代表注意到,并在1932年获得了一次前往美国的旅行研究员的职位,在1933年的9月,我到达了美国。

在备忘录的一个注脚中,拉扎斯菲尔德写道:^④

我收到研究员职位的过程可谓一波三折。洛克菲勒基金会的代表给过我一份申请表格。当时正好呆在天气令人沮丧的维也纳。我想我可能得不到那个研究员的职位因而也就没有申请。在

① Ibid., p. 303.

② Quoted in Raymond Fosdick, *The Story of the Rockefeller Foundation* (New York: Harper, 1952), p. 202. Emphasis added.

③ Lazarsfeld, "Memoir," pp. 275-6. I discuss this tantalizing fact further on p. 245.

④ Ibid., p. 276, n. 10.

1932年的11月,我收到了一份从洛克菲勒巴黎办公室发来的电报,通知到因为我的申请被错误归档,因而需要提供另一份副本。他们显然已经决定接受其驻巴黎代表的推荐,给予我这个职位,但他们想不到的是,我根本没有去申请。我邮寄了一份“附件”,之后便得到了这个研究员职位。

基金会继续勉力关照摆脱简单粗糙、非工具性哲学影响的研究行为,以此建立社会科学“独立性”。1937年,基金会给予普里斯顿的哈德利·坎特里尔与哥伦比亚电视台的弗兰克·斯坦顿一笔资金以组建广播研究办公室,哥伦比亚的罗伯特·林德说服坎特里尔雇佣拉扎斯菲尔德作为总管。在短短的几年时间内,办公室“在体制限定的范围内过着游刃有余的生活”,并能从其他途径获取资助。^①但是基金会仍是主要资助者。^②基金会在相关大学的范围内找到了能够创造“新的研究风格”的最高统帅——拉扎斯菲尔德,并使实证主义的精神发扬光大,以便超越哲学思辨研究的局限。第二版的《人民的选择》一书中写道:“通过获取洛克菲勒基金会的资助(哥伦比亚大学广播研究办公室咨询顾问处的收入来自于《生活》杂志与爱默·鲁柏的特别捐助),^③从使研究获得财政支持。以下是洛克菲勒基金会前任主席之于基金会资助项目曾写下的一些话:^④

为了研究广播在听众生活中发挥的作用,基金会进一步承诺给予普林斯顿大学公共与国际事务学院以支持。在保罗·F·拉扎斯菲尔德博士的组织下。他试图回答这样一些问题:怎样的个体与社会团体会收听广播?会花多少时间收听,为什么会这样?收听行为以怎样的方式影响了他们自身?广播工业当然会关心如何确定其受众规模与分布的问题,因为之于在广播中做广告的产品来说,受众是潜在的消费者。为了了解作为个体与社会一员的听众的可能行为,普林

斯顿研究非常精确地从产业触及不到的地方开始研究。后来得到哥伦比亚大学支持的同一类型的研究,都由拉扎斯菲尔德博士主管。这些由两个机构承担的研究不仅对美国广播收听群体做出了细致与精确的描绘;而且开拓了一种新的调查方式——适用于预测与检验未经实验验证的反应;以及源于此项研究并在广播工业中得到广泛运用的研究报告。拉扎斯菲尔德博士的办公室逐渐成为提供专业与不偏不倚意见的顾问。

拉扎斯菲尔德自己并不担心对于基金会的财政依赖。“洛克菲勒项目自由开明的研究构架”,他在后来写道,“允许我去从事各种具体的研究,只要我能在名义上给出一些与广播问题有关的联系……”^⑤但是事实不尽然如此,洛克菲勒项目坚持只有进行与经验主义的程序相一致的研究,才予以资助,至少在拉斯菲尔德曾提到过的一个例子中,他付出了真真切切的代价,迎合了洛克菲勒项目的要求,尽管很明显,拉扎斯菲尔德曾为此犹豫过。1938年,拉扎斯菲尔德与马克思·霍克海姆(如今在哥伦比亚大学)一道,邀请T·W·阿多诺来美国负责一项拉扎斯菲尔德办公室有关广播音乐的研究。谁都能推断出拉扎斯菲尔德此举的充分复杂性:基于帮助成为难民的昔日伙伴的人道主义愿望;拉扎斯菲尔德因早期实证主义研究上与法兰克福研究所建立联姻关系;也许还有他的渴望,渴望给予被压制的批判视角以更多活跃的表达。照他自己的说法,拉扎斯菲尔德希望“看看我是否能引导阿多诺尝试着将其的理念与实证主义研究结合起来”。阿多诺用他自己的方式,断断续续、勉勉强强且目光挑剔地开始尝试起来:在其与拉扎斯菲尔德合作期间,他撰写了一系列其后被称为“文化工业”^⑥的研究文章。也正是在写作这些内容的这一阶段,阿多诺并没有直接地批评拉扎

① Ibid., pp. 305, 309.

② Ibid., p. 329.

③ Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet, op. cit., p. xxix.

④ Fosdick, op. cit., pp. 246-7. Emphasis added.

⑤ Lazarsfeld, "Memoir," p. 308.

⑥ See Jay, op. cit., pp. 191-3.

斯菲尔德,而只是这样写道:^①

当然,普林斯顿研究项目的框架里并没给批判社会研究留下多少腾挪的空间。其的最高律令来自于洛克菲勒基金会,其中明确规定调查必须限定在这一范围内——在美国境内大行其道的商业广播系统。因此暗示了商业广播系统本身和其在文化与社会领域带来的问题,以及其之所以形成的社会与经济背景,都不会被作为研究对象加以分析。

阿多诺冷淡地谈到:“我不能说自己完全遵循了这一角色。”存在于文化研究特有领域内的龃龉不合才持续了一年,为了自己的信誉,拉扎斯菲尔德给阿多诺写了一封长信,试图说服他放弃对于自身语言风格的偏爱以及对于经验主义研究规程的无礼态度,但收效甚微。^② 据拉扎斯菲尔德回忆道,^③洛克菲勒基金会的约翰·马歇尔说:“我大概感觉到,将阿多诺这一类型的批判研究引入传播学的领域是一个错误。”也就在1939年的秋天,基金会拒绝继续资助广播音乐研究项目。

拉扎斯菲尔德曾在法兰克福研究所创办的期刊上撰文争辩道“批判的”与“行政管理的”研

究事实上可以兼容^④;他期望实证主义研究能回答批判理论提出的这些问题。阿多诺坚称自己反对的并不实证主义研究,而是其本末倒置(将实证调查置于理论建构之上)的理论体系。^⑤ 但是不管怎么说,拉扎斯菲尔德之于批评理论的矛盾态度,以及自身难以与阿多诺融洽相处,基金会最终不愿逆向而行,冒犯“哲学式的研究”。“专业与公正”最终意味着关注文化工业中的实际问题;其需要严格遵照行政管理的研究视角。^⑥

拉扎斯菲尔德行政型的研究理论和其与文化工业的紧密关系,使其与弗兰克·斯坦顿的关系进展迅速。1935年,拉扎斯菲尔德与斯坦顿建立了被其自称为“友好关系”的长期的研究伙伴关系,那时,斯坦顿只是“哥伦比亚广播公司的初级职员”。^⑦ 当然,从任何简单的意义上说,斯坦顿在广播公司中的地位并不是与生俱来的,拉扎斯菲尔德的研究必须专注于哥伦比亚广播公司的经济利益,而非全国广播公司或者《纽约时报》。但事实上,三者之间密切关系远比现实

① Adorno, op. cit., p. 343. Emphasis added.

② Lazarsfeld's letter to Adorno is excerpted in Jay, op. cit., pp. 222-3.

③ Lazarsfeld, "Mémorial," pp. 322, 324.

④ Lazarsfeld, "Remarks on Administrative and Critical Communications Research."

⑤ Adorno wrote (op. cit., p. 353): "My own position in the controversy between empirical and theoretical sociology, so often misrepresented, particularly in Europe, I may sum up by saying that empirical investigations are not only legitimate but essential, even in the realm of cultural phenomena. But one must not confer autonomy upon them or regard them as a universal key. Above all, they must themselves terminate in theoretical knowledge." It was not empirical work he opposed, in principle, but empiricism, though earlier in the same essay (p. 348) he wrote: "No continuum exists between critical theorems and the empirical procedures of natural science. They have entirely different historical origins and can be integrated only with the greatest effort." But elsewhere, in the early Fifties, Horkheimer and Adorno wrote that "administrative" and "critical" research "do (250) not... stand in such a direct opposition. The reproduction of life under contemporary conditions does not appear to be possible at all, unless the central organs of administration are fed those precise informations about the most varied social conditions, which can be gained only by applying the techniques of empirical social research.... The cult of technical specialization cannot be overcome by abstract and irrelevant humanistic demands added by way of complementary addenda. The path of true humanism leads through the midst of the specialized and technical problems, insofar as one succeeds in gaining insight into their significance within the societal whole and in drawing conclusions from this." (Frankfurt Institute for Social Research, Aspects of Sociology [Boston: Beacon Press, 1972], p. 127). It must be said, then, that Adorno's position in these matters was fluid, developing, and conflicted. His formulations were abstract enough to protect his claim to the privileges of "objective insight," but in his actual engagement with Lazarsfeld he was unwilling to bend as far as Lazarsfeld's synthesis required - at least far enough to make the project palatable to the Rockefeller Foundation.

⑥ Adorno wrote (op. cit., pp. 342-3) that the Princeton group's work "was concerned with the collection of data, which were supposed to benefit the planning departments in the field of the mass media, whether in industry itself or in cultural advisory boards and similar bodies. For the first time, I saw 'administrative research' before me. I don't now recall whether Lazarsfeld coined this phrase, or I myself in my astonishment at a practically oriented kind of science, so entirely unknown to me...."

⑦ Lazarsfeld, "Mémorial," p. 304.

经济利益(中的竞争对手)更为复杂。拉扎斯菲尔德与斯坦顿的关系,以及斯坦顿成功的个人事业,象征着管理社会科学在第二次世界大战期间与之后这段时期内冉冉上升的学术地位,以及与商业公司和国家机构之间的紧密联系。这两人共享了实证主义研究中的一种共同利益,特别在于测量受众的(反应)以及媒介讯息的特殊“效果”,这使得集约化的机构(广播公司、广告商、政府)预测公众对于体制的选择成为可能。因为其有关受众研究的心理学博士论文给广播网留下了深刻印象,斯坦顿在1935年被哥伦比亚广播公司聘用。斯坦顿发明了“第一台置于家庭收音机里的自动记录仪”^①;从而加速了给A. C 尼尔森带来巨大利润的小投票匣的问世。到1938年,斯坦顿成了哥伦比亚广播公司研究部门的主任,同时亦是普林斯顿项目的副主任。与斯坦顿的这种关系,深刻地影响了拉扎斯菲尔德的命运。从媒介公司的角度看,其存在的合理性愈加显著,拉扎斯菲尔德与诸如罗伯特·林德与哈德利·坎特里尔这样的社会学家,为了争取学术上的合法性而开展合作。拉扎斯菲尔德不仅将自己定位为“边缘人”,而且是弥散反犹情绪的学术界中的一个犹太难民,必须周旋于左右两派势力之间。^② 由于与商业企业有直接的联系,他不仅获得了研究资金,而且掌握了行政型研究类型所无法得到的数据。同时,随着斯坦顿在1946年成为了哥伦比亚广播公司的总裁,并一直担任至1971年,掌控着电视行业早期的发展轨迹。拉扎斯菲尔德与斯坦顿两人在研究旨趣上的重合,在领导第一家广播研究办公室与应用社会学研究处上展开的长期合作,以及从1940

年至今断断续续地编辑广播研究系列丛书,共同谱写了一部具有象征意味的成功史:不同职业的两个人竟能一起成名,其的研究给予社会科学以商业用途与学术地位。这是一个有关天时地利如何有用的绝佳例证,或者如拉扎斯菲尔德后来所言的“结构性适应”:一个远离故土的社会学家的世界观与“美国社会中萌生的最新思潮”^③完美结合。一位与其一同移民到美国的同伴最近评价拉扎斯菲尔德说:“他比美国人还美国人——他是我们中最成功的一位。”^④ 一个在政治、种族以及意识形态上都处于边缘地位的人——拉扎斯菲尔德——变为了如其所自称一样的“制度内的人”,经验主义社会学在美国所进行的研究需要精确体现的,是一种在一个自治但却缺乏学术根基的土壤里发展起来的全新的学术思潮。^⑤ 他在社会科学与数学方法上的深厚造诣,以及他的维也纳—马赫哲学倾向,使其之于新的商业与社会科学机构而言身价倍增。“看起来似乎是有道理的”,拉扎斯菲尔德以一种特有的洞察力直言,“渴望通过体制变革而非个体屈伸自如的适应性获得成功,这种心态必然导致事业受阻”。^⑥ 这一体制的创立者——一个边缘人——照他自己的话说,需要与决策机构建立最为坚实牢固的附属关系,要与不隶属于任何特殊利益集团的机构保持从属关系。

这里不存在共谋,而是一种牢固融合在一起的分工协作。重点是,拉扎斯菲尔德与斯坦顿的行政气质^⑦与哥伦比亚广播公司的利益,洛克菲勒基金会的实践项目,以及美国社会科学中甚嚣尘上的实证主义研究模式步调一致。不管哪儿存在龃龉不合,比如与阿多诺的合作,拉扎斯菲尔

① Current Biography, "Frank Stanton," 1965 Edition, pp. 402-4.

② Lazarsfeld's insecurity about being Jewish in America was well grounded in the reality of academic anti-Semitism. His memoir (pp. 300-1) gives evidence of some of the social bases of his sense of marginality. It is worth noting that John Marshall of the Rockefeller Foundation, Stanton, Lynd, and Cantril were all white Anglo-Saxon Protestants; the most reliable sponsors to accumulate.

③ Ibid., p. 299.

④ Interview, Leo Lowenthal, June 4, 1976. Professor Lowenthal told me that, after publishing his justly famous critical study "Biographies in Popular Magazines" in the Radio Research annual of 1943, Lazarsfeld told him: "Now, Leo, you should write a book on how to write a good biography. You always tear down... Show how to make it better!" Very American indeed!

⑤ Lazarsfeld, "Memoir," p. 302.

⑥ Ibid., p. 303.

⑦ 或翻译为“管理思想”。译者注。

德都愿意在自身划定的有关批评的界限这一问题上做出让步。为了理解保罗·拉扎斯菲尔德学术的定位;洞悉《人际影响》中所运用的理论与方法的来源与范围;参透诞生于各种机构的行政管理的世界观所蕴含的主题思想,明确任何赞助经费源自何处,并非首要之事(尽管这也确实重要)。由于压力的普遍存在,也由于所有的功效都指向协调各方的利益,一些必不可少的财政资助迟早会必然出现。这种世界观与研究方法在寻找赞助者时体现出的急切勤勉远胜于赞助者对于方法技术的找寻。其通常亦会如此精明、灵活地寻求资助,以捍卫自身利益。

在其引人入胜、白璧微瑕的回忆录中,拉扎斯菲尔德提到了在调解一种持久的龃龉矛盾的过程中所遇到的困难,其存在大众媒介的商业机构利益与行为主义研究方法的需要之间。他并没有直接挑明,而是暗示:“传播研究在那时,”他写道,“是一种新兴事业,就此我曾给一些相当高端的受众做过演讲,比如全国广播协会与美国报纸编辑协会的成员。在那些场合,我得面对一个非常棘手的问题:与产业之间的关系。”他继续说道:^①

在后来《新闻学季刊》^②出版的一篇演讲中,我曾如此阐述过这一问题:“我们这些专注传播研究的社会学研究者如此严重地依赖产业部门来获取数据。事实上,也就是在传播研究发展成一种位于产业与大学之间的合办企业的近期,大多数出版公司与广播公司都表现得非常慷慨与合作。但是我们学术圈的人却时常有一种走钢丝的感觉:我们的商业伙伴什么时候会觉得有些必须给出的结论如此难以接受?在什么情况下他们会将我们拒之门外,切断那些不可或缺的经费与数据来源?”

非常有趣的是,在这份演讲中,拉扎斯菲尔德没有担心其与大学之间的关系;他的商业伙伴一定确信这条钢丝艰险无比,但如论如何,拉扎斯菲尔德都得要走过去:^③

我最终想到了一个妥协的方案。在一篇题为“批判主义之于大众媒介管理的作用”的演讲中,我从这点开始谈起——大众媒介对于知识分子批评意见过度敏感,而知识分子在其之于大众媒介的控诉书中往往过于严苛;应该要有一种方法能使批评变得更为实用,对于批评的提供者与接受者来说都更为可行。

在演讲的其后部分他提议新闻学院应该培训学生大体上更为“实用”与“可行”地进行批评,而非如阿多诺般任性、拘泥于语境与结构、言辞激烈地行文。

这确实是件微妙的事。哪种类型的“独立自主”能够弥合大学、基金会、传媒企业与政府四者间的罅隙?“体制内的人”能调解他们之间的不合,阐述彼此的立场,以共享的观念符号突出与巩固共同利益。当他“在走钢丝”时,其捍卫了这种稳定性,以及彼此对于“合办企业”的依赖,这种依赖时常变得精妙无比。作为一位仲裁者与调停人,社会学的管理员或者说专家,要避免让自身在任何特殊利益之前显得感恩戴德——确实是一种有限的“独立”。在政治、经济和文化部门处于亲近友好的时期,在这幅汇聚了合理化寡头垄断资本主义的社会图景里,拉扎斯菲尔德想寻找能实现不同体制和睦相处的最为宽阔的领域。无需惊讶的是,他会协调与规范公司运营的政府部门感兴趣。于是,在完成针对媒介精英的演讲后,没有任何下结论或者转换话题,抑或为言谈主题寻找合理性的迹象,他紧随其后地继续探讨道:^④

在普林斯顿大学研究所进行的研究中,我曾试图在公众中引发争鸣,但又时常想到,我们研究所的职责在于调解。因此,比如说,我们曾为联邦通讯委员会锐意进取的主席——克利福德·杜尔的一个项目充当通道的角色。他曾委任查理斯·希普曼为联邦通讯委员会出谋划策,以期为更高标准的广播业更好地服务。这一人事

① Ibid., pp. 314-5. Emphasis added.

② Lazarsfeld, "Some Notes on the Relationships Between Radio and the Press," *Journalism Quarterly* 18 (1941), pp. 10-13.

③ Lazarsfeld, "Memoir," p. 315. Emphasis added.

④ Ibid., p. 316. Emphasis added.

任命导致两份文件的诞生:联邦通讯委员会“蓝皮书”,其中颁布了更为严格的许可证标准;以及《希普曼广播条例:第二次机遇》。这两部出版物引起了产业领域的强烈反对,于是我说服洛克菲勒基金会的约翰·马歇尔提供一笔额外的预算,以期允许我组织一次两日议程的会议,召集产业、联邦委员会与这一研究领域的知名学者来探讨这一问题。正如我们所见,这儿探讨的主题根本没有改变。

行政气质,是一种在霸权主义思想框架内,渴求与社会管理机构和谐共处的讨价还价的心态:通过为商业文化工业正名而得以确立。在学术界,其被称作“跨学科”;在政府部门中,其被称为“跨局”;在五角大楼里,其被称为“跨军种”;在经济体系中,其被称为“员工管理”。其总是在调节、斡旋、稳定与协调。在这个过程中,其管理诸如数据之类的外部现实,同时,其也更愿意在主要机构的框架内与其合作,这些机构拥有让世界静止并转化为数据,或者以这种方式去臆想世界的能力。其的工作方式,一言以蔽之,是接触并连接“人际影响”。

(二) 市场取向

行政气质兼容于一系列的极权与自由社会;社会科学里的理论定位与每一种社会形态相对应。就行政气质自身而言,其无法为“个人影响”研究的出现或者是存在于社会调查中的过分关注——狭隘地分析行为或态度的“影响”承担责任。只有当我们留意拉扎斯菲尔德给美国学术界灌入的管理思想——市场取向时,我们才能更为深入地理解美国的媒介社会学。只有研究相关历史——尤其是美国的大众媒介——我们才能开始抓住拉扎斯菲尔德研究的实质内涵。其毕生之作都不可思议地远离形成于20世纪的大众消费社会的实践与理论。

大众传播研究起源于复杂的市场营销技巧的发展已不是秘密。“效果”理论的提出最初是

应广播公司、广告商直接、明晰的需求,并在持续的被运用过程中变得更为精确。罗伯特·K·莫顿曾概括了这种起源的逻辑线索与发展脉络,其用语之简洁令人钦佩:^①

当拉扎斯菲尔德与其他人指出,大众传播研究的发展很大程度上是对市场需求的响应。为数不多的几家大众媒体与广告代理彼此为争夺广告而展开的激烈竞争,激发了媒介对于客观测量自身规模、节目构成以及(报纸、杂志、广播以及电视的)受众反应的经济需求。在其追求广告收入最大化的过程中,大众媒体以及每家广告代理对于竞争对手使用的受众测量指数中可能存在的缺陷变得越发警觉,因此,为研究严密而客观的测量指数,而引入一种可观的压力,可使自身尽量免受因疏漏缺陷而带来的批评。^②

当保罗·拉扎斯菲尔德到达美国时,营销学与广告业正好处于全盛时期。纵观20世界,如斯图亚特·伊文所指出的一样,^③为了促使消费社会的发展,寡头垄断被置入广告与销售行业中,这一现象于1945年后出现,随即便盛极一时。大众消费市场已经开始成型;广告业在浅薄却引人注目的领域里不断转换角色,从提供信息簿到满足现有的、传统的要求,再到夸耀商品,然后是制造需求,更为重要的,是制造消费者。(外观全黑、单一型号、无选择余地的福特老爷车从1930年代开始已被一种复杂、款式多样、价格更高的汽车所取代。)^④全国性品牌迅速增多并占据了市场的大部分份额,作为其的结果,生产企业诉诸于全国性的广告宣传。他们需要一种营销的“科学”来指导他们如何宣传商品,以怎样的频率,通过何种媒介,针对哪些受众。尽管现货交易市场在大萧条时期收缩调敝,但科技基础设施却在萧瑟的表象之下稳步地发展,为一个成熟的消费社会奠定基石,等待消费需求在1945年爆炸式扩张。

进展现在发展滞后,广播在某种程度上却是

① Merton, op. cit., pp. 504-5.

② The details of Lazarsfeld's institutional involvement with advertising research appear in his "Memoir," pp. 297-299.

③ Ewen, op. cit.

④ See Emma Rothschild, *Paradise Lost: The Decline of the Auto-Industrial Age* (New York: Random House, 1973), pp. 37-

新兴消费社会中的前沿先锋,在保罗·拉扎斯菲尔德定居美国的30年代,美国社会科学广播业正处于发展中的关键时期。尽管经济处于大萧条时期,或者部分因为其(引发了对于廉价娱乐方式的巨大渴求),广播业的大众市场日益成形:其是少数能渗透进赤贫人群的大众市场之一。那时,电视还没有大规模生产,收音机的销售市场也开始接近饱和。以下这些简单的数据可以说明这一问题。在1925年,全美拥有4,000,000台收音机,每户家庭拥有0.15台;到了1930年,总拥有量达到了13,000,000台,每户家庭拥有0.43台;而到1935年,总拥有量为30,500,000台,每户拥有0.96台;而到1940年,总拥有量达到了51,000,000台,每户家庭拥有1.45台。^①于是,就如莫顿所言,竞争变得白热化。增强对于其现有听众的共享,并在出售广告时间而非生产收音机上创造利润,对于广播电台与之后的广播网来说,变得越发重要。(1915年,当大卫·萨尔诺夫最初设想大众广播工业的可能性时,他预想到了“广播音乐盒”的巨大销售量,却做梦也没有想过可以在电波中销售商业广告。)^②全国广播公司于1926年的下半年组建,哥伦比亚广播公司成立于1928年,威廉·S·佩利任董事长。哥伦比亚广播公司与全国广播公司之间的竞争在三十年代日渐激烈。^③1940年,在联邦通讯委员会的指导下,全国广播公司将其

属下两个广播网中的一个剥离了出去,并在1943年将其卖给了新成立的美国广播公司。^④置身收音机市场饱和,广播网数量的增加和广告竞争激励的背景,广播公司开始意识到需要进行精确且范围广泛的受众研究。

1935年,为了必要而严苛地规约自己的研究机构,哥伦比亚广播公司从俄亥俄州立大学雇佣了拉扎斯菲尔德的研究伙伴弗兰克·斯坦顿,^⑤从此,受众研究(针对商品销售)将会和“硬件”研究(之于商品制造)^⑥一样重要。为了提高卖给广告商的广告时间的价格,广播网必须开拓有关受众规模与构成(“人口统计学资料”)方面的可靠知识。斯坦顿与拉扎斯菲尔德着手准备并期待开展的这种研究,在那些年里,变得越来越走俏——需求来自主要零售商、广播网、出版商、逐渐控制大众传播手段的大企业,以及学术界^⑦。普林斯顿大学广播研究所是第一家研究美国广播的机构,该机构测量广播在社会文化生活中发挥的史无前例的作用,并思考其经济—政治领域的监管者。那些陈词滥调的商业广告,《阿莫斯与安迪》^⑧、《炉边漫谈》^⑨,以及广播研究所都是一株普通植物身上长出的嫩芽。现在,广播时代已经到来。其的存在不仅是必要,而且是必须。

因此,看上去一点儿也不奇怪,在阿扎斯菲尔德提出的诸多“策略性契合”主张中,有一种见解主张某种市场需求能与具体的学术旨趣相

① DeFleur, op. cit., p. 66.

② See Barnouw, op. cit., pp. 78-9.

③ Ibid., pp. 224, 272-3.

④ Barnouw, *The Golden Web (A History of Broadcasting in the United States, Vol. II)* (New York: Oxford University Press, 1968), pp. 170-1, 190. (251)

⑤ The convergence of the "new academic style" and the new corporate strategy is conspicuous in the memoir of one of Stanton's famous contemporaries. Peter C. Goldmark, the inventor of long-playing records and of several major color TV processes for CBS, was hired by the same CBS Vice President who hired Stanton, at around the same time, and wrote of him: "Kesten came across Stanton, as he had me, through reading a monograph in a scientific journal. The future of CBS, he felt, belonged to the scientific method. A serious student who was used to the careful methodology of academia, Stanton added a scholarly formulation to Kesten's lightning intuitions, and eventually brought respectability to the flashy side of show business. In 1936 the spirit of research rode high at CBS." Peter C. Goldmark, with Lee Edson, *Maverick Inventor. My Turbulent Years at CBS* (New York: Saturday Review Press, 1973), pp. 39-40.

⑥ For the comparable case of the automobile industry, see again Emma Rothschild's analysis (op. cit.) of the simultaneous development of "Fordism" (production efficiency) and "Sloanism" (new marketing practices) in the Thirties.

⑦ Lazarsfeld had, in fact, first come to the United States thinking he had a job at the Retail Research Institute at the University of Pittsburgh. See Lazarsfeld, "Memoir," p. 303.

⑧ 上世纪20-50年代盛行于美国的一档情景喜剧。译者注。

⑨ 上世纪30年代的一档晚间广播演讲节目,主讲者是美国总统罗斯福。译者注。

互交融,在四十年代早期,拉扎斯菲尔德就曾这样为迪凯特研究提供支持。当《人民的选择》第一版在1944年问世时,“两级传播”与“意见领袖”的观念初步成形,麦克法登出版社对意见领袖的理论产生了兴趣,期望一种“两级传播”能够帮助其的《真实故事》^①杂志提高发行量,并从而增加广告收入。贝尔纳·麦克法登,《自然文明》、《自由》、《图像》、《真实故事》、《真实忏悔》、《真实侦探》杂志的创办者,一直热衷于通过广播技术提高发行量。在1925年,他成为纽瓦克市WOR广播电台的第一位商业资助者,在一个早间的健美体操秀节目中打广告。^②1927年,他几乎买下了一家广播网,后者在佩利的掌管下很快发展为哥伦比亚广播公司。^③现在他的公司期望利用广播研究的技术来验证工人阶级“意见领袖”的口头推荐能否让工人阶级的读者“水平地”成为《真实故事》的受众,而非通过更高阶层读者“垂直地”产生(影响)作用。就拉扎斯菲尔德来说,为了验证两级传播的假设,其申请了几年的时间去完成始于1940年伊利县的俄亥俄研究(在《人民的选择》一书中有详细叙述)。拉扎斯菲尔德使用了由麦克法登提供的赞助,此时,迪凯特研究正在筹划中。

麦克法登对于研究的资助,直接影响了受调查者的选择与问卷的设置,这种假定看起来是不乏根据的。因为看起来也找不出其他可信的理由可以解释为何研究只针对女性受调查者展开:妇女毕竟是《真实故事》的读者。看起来更为可能的是,麦克法登的赞助甚至确定了议题的选择范围——产品购买、流行时尚、电影;以及潜在的《真实故事》的读者如何挑选有关商品、流行时尚以及电影信息的过程,这对于麦克法登的广告商来说,无疑是有用的。(也许,有关政治态度的调查问题是由拉扎斯菲尔德加进去的。)由于其极力将政治态度与对速溶咖啡的选择等同视之,这也许要直接归因于接受了麦克法登的资

助,因此,《人际影响》中的大多数内容在思索的层次上是拙笨与粗陋的,在下文中(第243到245页)我们可以看出一种深层涵义,其体现于调查问卷设计中存在的对称性:不管在社会现实层面,还是在理论层面,都将政治的选择与消费的选择混为一谈,值得强调的是,将拉扎斯菲尔德的这种想法归纳为麦克法登的影响,必定是头脑简单与令人误解的。在没听说过贝尔纳·麦克法登之名的很久以前,还是一位年轻的社会主义者的拉扎斯菲尔德曾为“可用同样的方法研究社会主义选举与购买肥皂”^④这一观念所吸引,如我们能在下面所见的一样,他倾向于这一理论根基——认为政治选择与消费选择两者在结构上存在相似之处。《人际影响》与它的追随者埋头研究消费社会的价值,并将消费者的选择视为“自由的”至高点,这并不能归罪于拉扎斯菲尔德。但如果认为给予研究的赞助对理论的形成没有产生任何影响,与其中存在的瑕疵缺陷也毫无关系,这倒是天真幼稚的。

不管这些赞助是否来自麦克法登或者麦卡恩·艾利逊,还是由哥伦比亚大学或者哥伦比亚广播公司提供,市场取向的定位已将用户至上的框架视若圭臬,从这一框架中设置问卷,提问设置总是围绕“如何”,而固执地忽略其他内容。其关心大众媒介如何可能扩展其的影响范围,以及日常社会生活会怎样阻碍媒介权力的延伸。其根本不关心对大众媒介进行的研究能否以及在何种情况下才能给社会带来好处。其不关心媒介的不同体制模式给社会结构与文化带来的影响。其对通过媒介技术建构的世界观,以及大众媒介的发展史均不感兴趣,除了争辩大众媒介的前身为何物。其也不将消费文化本身视为问题。其也不能建构一种生动的政治话语,这种话语显然受到了媒介对于政治事务表征的影响。这种类型的问题对于定位何谓“实践性”的研究

① Katz and Lazarsfeld, op. cit., p. 3; Richard Gillam, "C. Wright Mills, 1916 - 1948: An Intellectual Biography," unpublished Ph. D. dissertation, History Department, Stanford University, 1972, p. 300.

② Barnouw, A Tower in Babel, pp. 167 - 8.

③ Ibid., p. 220.

④ Lazarsfeld, "Memoir," p. 279.

机构来说全无“实践性”,就如莫顿所言:^①

直到最近形成的(大众传播)研究的类别,与其说是基于社会学或心理学的需要而设定的,还不如说是源于激发受众研究需求的各种集团与机构的需要。在直接的市场压力与军方需求的催促下,具体的研究技术应运而生,这些技术都烙上了其诞生之时的印记:其之所以问世,只是为了单一地适用于实践用途。

那么,媒介研究还有没有其他出路?难道这种社会研究被扣上不切实际的柏拉图式的帽子之后,必须是抽象而又自省的?批评很有可能无法对应一个实际行动者在众多备选方案中倾向的推崇方案。然而,在这种情况下,批评产生的只是一个概念性的备选项,其命运和局限性告诉我们必须把握市场导向。在最近社会研究的历史里,媒介研究作为一个旁支,显现了重要作用。

如卡茨与拉扎斯菲尔德在其致谢中告诉我们的有关迪凯特田野调查的真实情况一样,在伊利诺伊州开展的这项研究,正是由之后隶属于哥伦比亚大学应用社会研究处的C·莱特·米尔斯组织的。当历史学家理查德·吉勒姆在此期间出版其有关米尔斯的传记,我们才能清楚地知道米尔斯在方法论上如何由正统古板的研究者变为一个激进的变革者;如果注意到,年轻的充满雄心壮志的米尔斯在1945年的六月与八月曾两次前往迪凯特参与访谈,了解这点,对目前来说,已经足够。到1946年年中,米尔斯已经起草用于讨论的数据分析结果。根据曾在德克萨斯大学档案室工作的理查德·吉勒姆的研究显示,在这份篇幅巨大从未公开出版的文件中,米尔斯写道:“这不仅仅是‘影响’和‘舆论’,而是清晰可辨的‘意识形态’……其与社会制度、阶层结构有关。米尔斯发现两级理论中水平影响的一些证据,但是他同样为垂直或者说‘金字塔形’

影响的重要性而争辩,这一重要性特别体现在政治事件中。”米尔斯推测,美国处于“单一的民主社会”与“大规模专制社会”^②之间的中间地带。根据吉勒姆的说法,米尔斯的草稿实际上是一份语焉不详文件,体现着一种分裂的忠诚;米尔斯已经深深地沉浸在实证研究分析当中,对于某种平民激进主义疲于应付。^③但之于迪凯特研究的数据,其确实提出了一种完全不同的研究框架。他打算重新梳理有关政治态度的社会学数据,以期推测一种帮助人们在政治领域做出决策的结构;他亦提出一种新的理论——围绕政治展开的交流是美国社会中美利坚意识形态理论的基石。在1946年12月29日于波士顿召开的美国科学促进会上,米尔斯慎重地宣读其的研究成果,他指出:“体现在政治事务中的影响关系绝对是一种垂直影响。”^④

尽管拉扎斯菲尔德没有质疑米尔斯采集与呈现数据的方式,但他显然还是震惊于米尔斯的研究结果,其游走于民粹主义边缘的文风,以及其对“已搜集信息的处理与阐述”,于是,他决定不再让米尔斯分析处理迪凯特研究的数据。^⑤但奇怪的是,在1950年的晚些时候,米尔斯仍旧对成为迪凯特研究的合著者抱有希望。^⑥在同一年,米尔斯曾撰文支持拉扎斯菲尔德的观点。^⑦而在美国国务院面向俄罗斯受众出版的一份读物中,米尔斯竟然极力赞同拉扎斯菲尔德的多元主义论调,而这也正是其在1956年出版的《权力精英》一书中大肆批判的对象。

但是米尔斯在1946年进行的研究并没有理会这样的事实:战后的美国已经朝着一种高科技企业资本主义迈进,这是一种控制严密的建立在商品消费基础上的政治文化,其中,两党连立致使舆论统一的现状将愈演愈烈,而来自不同阶层的

① Merton, op. cit., pp. 505-6.

② Gillam, op. cit., pp. 302-3.

③ Interview, Richard Gillam, June 21, 1976.

④ I was able to read this paper thanks to Richard Gillam and his files.

⑤ Gillam, op. cit., p. 304.

⑥ Ibid., p. 307n.

⑦ C. Wright Mills, "Mass Media and Public Opinion," reprinted in Irving Louis Horowitz, ed., Power, Politics and People (New York: Ballantine Books, 1963), pp. 577-598.

异议则会遭受抑制,并且丧失其作为异议存在的价值,随后,将彻底消失。也许米尔斯的失败根源在于他从属于拉扎斯菲尔德掌管的应用社会研究处,或者源于他自身对于美国劳工运动挥之不去的幻想;也许还有其他的原因。无论如何,高消费社会的出现并未被理解——就如米尔斯在《权力精英》里所理解的——是一种新状况。这也可以用另一种方法来表述——游走于美国社会学边缘的少数例外,^①保罗·拉扎斯菲尔德市场取向在当时一枝独秀,也确实占据着主导地位。一旦其涉足社会学领域,市场取向以及这种研究范式便确立了自己作为正规社会学主张的地位。

一种更为深刻的学说,无论在理论还是在实践中,都可能已经产生,并将继续发展,通过观察生产力,可以获知资本能产生“科学的”工作组织,以及优先创造消费社会的可能。这种独特的方法可以关注和分析隐藏在消费文化冰冷表面下或多或少自主的政治文化。其或许将消费文化视为是一种替代物,以此置换个体在日常生活中求之不得的自由与幸福生活;或者将消费文化看作是失败的激进政治选择的条件与后果,这可以证明那种普遍不满。^②一种相反的范式可以如此审视“文化工业”——既可以将其视为社会控制,又可以将其视为在组织严密的资本主义世界中,对于存在于工作场所与家庭中的剥削状况的一种失败、无序以及私人化的反抗。从以往的经验来看,这样便可以关注真实的、自上而下的

政治生活在20世纪的堕落史,也可以关注反对运动的命运,这也可以解释培育共同民意的途径为何得以激增的现象,特别适用于评论冷战时期的政策。其能研究诸如有关肥皂生产、肥皂广告宣传、肥皂剧制作的决策制定过程,以及肥皂的消费人群;能窥视政治问题以及“政治态度”的起源;也能探讨广播节目对于个人以及类似社会运动的集体活动的影响。^③在理论的层次上,这种研究能够在一种“总体”支配中把握精英结构与多元程序的兼容性。使用一种包含生活史和参与观察的复杂方法,它便能探究诸如公民生活中的消费选择、政治认知、投票与购买肥皂等行为在现实中趋向同一的程度;它也能探究这种趋同的起因而不是在方法论上将其视为理所当然。从具备一种政治结构意识开始,媒介社会学应该朝着大卫·莫利所命名的“受众的民族志”^④方向发展,致力于展示在阶层、种族、年纪和其他方面有着显著区别的受众如何随着时间的推移截然不同地对媒介信息模式进行解码(或者忽视、吸收)。(那么,一些带有明确的拉扎斯菲尔德色彩的研究便能整合进一种范畴更大的社会分析中。)换句话说,这一研究致力于展示一种动态但又具有确定性的媒介生产过程,对于这一过程的展示与清晰阐释整个政治文化密不可分。

这里提及的一些内容,可能就是米尔斯在1946年曾拐弯抹角践行的。但不管怎么说,这

① For example, Robert Lynd, as cited in Ewen, op. cit., pp. 37, 56, 136.

② This is the approach of Stuart Ewen's recent book, op. cit. and of some of the Frankfurt arguments; it lies latent in the historiography of Herbert Gutman (Work, Culture and Society in Industrializing America [New York: Knopf, 1976]), following from the work of E. P. Thompson and others in England. Ewen's argument is stronger on assertion than on evidence for the content of working-class consciousness around the turn of the century, and he is selective in citing corporate strategists. The counter-paradigm I am advocating here will need to dive deeper and stay longer in historical materials.

③ Scarcely any studies have been published on the impacts and meanings of mass media for political and social movements and parties. For a brief discussion and citation of a few studies, see W. Phillips Davison, "Functions of Mass Communication for the Collectivity," in Davison and Frederick T. C. Yu, eds., Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions (New York: Praeger, 1974), pp. 66-82. British work on the terrain of cultural studies does not draw a sharp line between mass media "effects" and the careers of social formations including movements, and therefore is open to considering broad social constraints and consequences. For a fine example, see Stanley Cohen, op. cit. More recently, see my own "The Whole World is Watching," and, on the feminist movement, Jo Freeman, The Politics of Women's Liberation (New York: McKay, 1975), and Gaye Tuchman, "Ridicule, Advocacy and Professionalism: Newspaper (252) Reporting About a Social Movement," paper delivered at the American Sociological Association meetings, New York, August 1976.

④ Dave Morley, "Reconceptualising the Media Audience: Towards an Ethnography of Audiences," mimeographed paper, Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, 1974.

些研究的大多数内容都尚待完成。相反,市场取向却僭越成为媒介社会学。

(三)意识形态领域:社会民主主义

理论家并不仅以研究理论为生,抽象的经验主义也不例外。就如事实本身并不能证明自己,抽象的经验主义理论家不会因为自身之于积累无尽细微事实的偏爱,或是因持有与交换这些细微事实能带来的好处而激励自己工作。不仅主流政治和商业文化为抽象的经验主义提供坚固基石,而且意识形态的立场在极大程度上也在为其辩护。这种立场或多或少可能是自觉形成的,如果真是自发而成,那多少也源于公开领域。在这种语境中维护意识形态,通常被视为粗俗品位的体现,除非其原本就是如此;而这种生成错误却被引证为一张通往飘渺无聊的科学天界的门票,在那儿,所有观点生来平等,并有均等机会通过完善的(经验主义)研究,去证明自身的优点。在实践中,这种生成错误比在完美设想中出现的概率要低。

我在前面曾提到过,社会民主主义是一种旨在证明整个主导媒介社会学范式合理性的意识形态框架。我想在此为这个“令人吃惊的假设”开辟些争鸣的空间,希望认同此观点的某些领军者,能被这些惯于挑剔并有巨大感召力且涉足宽广、毅力过人的学者们认同追随。我的简述从“传记与理论”两方面,叙述保罗·拉扎斯菲尔德与社会民主主义的关联。对于第一点的审视将把我们带入第二点——社会民主意识形态和高消费社会理论的共同之处,由此可以进一步解释传记中曾提到的一些事实。

在保罗·拉扎斯菲尔德的回忆录中,其清晰地展现了自己与奥地利马克思主义的社会民主政治连接在一起的事件。^①回忆录中,拉扎斯菲尔德苦恼并自嘲地指出了这些关联:他们至少是方

法论上的。此外,根据他自己的解释,社会民主主义是意识形态思潮的一部分,引发了(有时是间接地)他的兴趣。拉扎斯菲尔德并没有在后哈布斯堡王室时期的维也纳发展他的学说,也没有在那儿得出其的结论,但他却在那儿明确了相随毕生的问题,以及解决它们的根基。这段经历需要少量的历史注解(这已经足够),我希望简单勾勒出其中的来龙去脉与情感基调。在他的青年时期,拉扎斯菲尔德是奥地利社会主义高级中学一个学生社团的领导者。^②1916年,因为一些未知的原因,作为一个伟大的奥地利马克思主义学者的他,“生活在鲁道夫·西法廷的的监护之下”。^③他接受了社会主义民主党领导人奥托·鲍尔给予其让他研究有关失业问题的建议,这是他第一个主要的社会调查研究课题。^④他把自己对于维也纳学术界投票决策过程的兴趣归因于奥地利马克思主义者对于选举策略的重视,并相信这种“政治风气”转变了他个人的学术兴趣。^⑤当准备他的第一份研究(关于奥地利青年们的就业选择)时,拉扎斯菲尔德通过与一位现在无法查证姓名的学生合作,成功克服了某些分析上的障碍,这位学生曾接受过早期的美式市场调查技术的培训。随后,她成为了他更具雄心壮志的研究工作——玛林萨尔镇失业率调查的“主要的合作者”,以及拉扎斯菲尔德在维也纳进行的市场研究的灵感来源。我们有理由去关注这种愉快合作关系的成果,正如拉扎斯菲尔德曾做出的评论:“社会主义选举和购买肥皂在研究方法上是可以相提并论的”。^⑥我猜测,拉扎斯菲尔德为了恰到好处地抵消吹毛求疵者对其的批判,而乐于使用这种不动声色的陈述来展示其研究的无害性。是的,他当然似乎在说,在方法论上,他们是可以相提并论的;我没有提出什么过分的要求,尽管这个说法本身就是一

① But of course they are very fragmentary. I regret that Professor Lazarsfeld died in August 1976, before I had a chance to interview him on these matters.

② Joseph Buttinger, *In the Twilight of Socialism: A History of the Revolutionary Socialists of Austria* (New York: Praeger, 1953), p. 83.

③ Lazarsfeld, "Memoir," p. 285n.

④ Ibid., p. 275n.

⑤ Ibid., p. 279.

⑥ Ibid.

种要求;可即便提出又能怎样?一切显得平静并具有反讽意味,他让指控自己的那种批判缴械投降,并发现原本属于那种批评的领域已被占据。这种迟钝率真近似尖酸辛辣。

但之外的某些尖酸评论也袭向了奥地利社会民主主义,且并非如往常般平静。里昂·托洛茨基,战前曾在维也纳呆过七年,以某种傲慢的目光,打量着政治上处于边缘地位的引人注目的奥地利马克思主义者:^①

在阶级分化严重,繁华与空虚的旧帝国时期的维也纳,学院派的马克思主义者自鸣得意地恭维彼此为“博士先生”。

他们缺乏与持社会主义民主立场的劳动者平等对话的能力,托洛茨基写道:他们确有学识,但是狭隘、市侩,带有沙文主义倾向。“这些人以现实主义者自居,且自认为讲求效率,”托洛茨基笔调轻蔑;尽管拥有凌云壮志,但个个操着一口“可笑的官腔”。^②令人毫不惊讶的是,一种管理的视角必将从这样一个熔炉中锻造出来——存在目的是为了维护精英分子的社会地位,并且天生带有一种逆境中的盲目乐观。托洛茨基并不欣赏奥地利马克思主义者的某些现实根基,这使得其在政治上处于边缘地位:在社会中,总体上孤立于奥匈帝国(及之后的奥地利)维也纳工人阶级,并在反犹太传统中,与犹太族群保持距离;^③政治上,1918年德国革命的失败,加剧了奥地利马克思主义者的孤立处境。

托洛茨基将战前奥地利马克思主义者的姿

态归纳为“自鸣得意”。一战的结束后,保罗·拉扎斯菲尔德,积极投身于社会主义学生运动,看见的不是“自鸣得意”而是由其导致的失败所产生的东西:防御性。对拉扎斯菲尔德日后的学术生涯产生“决定性影响”的社会民主主义意识形态“在民族主义浪潮高涨前,处于防御状态。”^④并且随着1914年第二共产国际的瓦解,以及1917年俄国列宁主义的胜利,开始避开国际社会,左倾而行,社会民主主义就像一个民族主义者一样,坚持复仇的权利。在维也纳,虽然列宁主义从未像在德国那样影响深远,但社会民主主义仍然发现自身在以下两个领域大有市场——口头上支持马克思主义者,标榜自身与列宁主义相区别的身份;虽然奥地利马克思主义者腹背受敌,但其在知识领域仍旧产生重大影响。它在大学社会学领域中处于垄断地位,并能够向持反弗洛伊德立场的环境论社会主义者——阿尔弗雷德·阿德勒索要确凿的心理学依据。^⑤事实上,阿德勒的圈子是拉扎斯菲尔德所言及的“社会参照群体”,阿德勒强调要对工人进行社会主义教育,这一点使拉扎斯菲尔德深受影响。^⑥总而言之,社会民主主义知识阶层的声望无法克服托洛茨基曾敏锐察觉到的其潜在的不安全感。拉扎斯菲尔德如是概括:^⑦我们一直在思考为何我们的宣传并未奏效的原因,并期望引入心理学的研究方法试图解释它。我记得我当时建立的一个公式:一次革命的发起需要经济学(马克思);一场胜利的革命需要工程师(俄

① Leon Trotsky, *My Life* (New York: Pathfinder Press, 1970), p. 209. First published 1929.

② Ibid., pp. 210, 212. He includes Otto Bauer in this category. For some equally critical remarks on the Austrian Social Democrats, also see Victor Serge, *Memoirs of a Revolutionary* (New York: Oxford University Press, 1963), pp. 188-9: "If only the Social - Democrats of Austria had had a little of the impassioned energy of the Bolsheviks of Russia! All they ever did was to sip sweet white wine in the operetta - land of the Blue Danube. . . ." But Serge is also more sympathetic to the Austro - Marxists' plight in isolated Vienna within an Austria still more isolated in Europe.

③ William M. Johnston, an intellectual historian of Austria, suggests that Jewish self - hatred was central to the politics of Viktor Adler, "the father of socialism in Austria." Johnston, *The Austrian Mind: An Intellectual and Social History, 1848 - 1939* (Berkeley: University of California Press, 1972), p. 99. The fascinating and thick relations of Jews, anti - Semitism and socialism in Austria await a deeper history.

④ Lazarsfeld, "Memoir," p. 272.

⑤ No relation to Viktor Adler. On Alfred Adler's meliorist psychology, see Russell Jacoby, *Social Amnesia* (Boston: Beacon Press, 1975).

⑥ Lazarsfeld, "Memoir," p. 272.

⑦ Ibid.

国),一场失败的革命则呼唤心理学(维也纳)。

在奥地利社会民主主义意识形态和实证社会科学之间存在着关联,尽管只是一个。^①但是当社会民主主义在欧洲遭受灾难性的失败后,一种毫无争议的美国资本主义垂青于其的工程师:它也是某种革命,相对于传统的社会关系。当工程师和心理学家这种角色相互融合,一种新的行政管理与市场营销社会学得以涌现。

但是当然,社会主义者选举与购买肥皂之间的密切关系不仅仅体现在方法论上。它如同融入整个企业资本主义社会一般镶嵌入拉扎斯菲尔德的理论构思中,构成了整个美国媒介研究思想体系的一部分。媒介意识形态也包涵了社会民主主义,顺便说明下,这也是社会主义者之所以被大众文化时而抵制、时而袒护的原因。市场定位和欧洲社会民主主义中的一个重要变体共享一个通用的概念“人民”,乍看之下这似乎是矛盾的:“人民”即被奉若君主又被视为被动的群体。的确,高消费资本主义在满足大众需求上证明了自身的合理性,并且主张市场是民主表达的真正标尺。简言之,人民就是消费者。他们从主要可能的备选项中做出了选择,不管是哪个品牌,行业或者政党。消费者做出选择的时,就确认了供应商的合法性,拉扎斯菲尔德的市场取向看起来符合其自身兴趣,这种兴趣源自社会民主主义在未来发展中必将体现出的更大正统性。换言之,社会民主主义欲需要一种市场取向,一个严格的“给其所想”的程序。这将适用于真实的市场交换,并且它也将适用于所有的自由领域,包括拉扎斯菲尔德最早曾研究过的有关职业选择的问题。

社会民主主义需要的不仅仅是市场取向,还需要一个行政管理的视角,为了提供上文曾提到

过的必须准备好的那些选择。集约化经营与等级分明的供应商有义务了解消费者的需求;毕竟,这是暴政与民主之间的最大不同。因此,在这种意义上,拉扎斯菲尔德谈及“计划经济社会的含义”,这一话题曾在其有关青年与职业的研究中出现过:^②大多数年轻人没有明确的职业规划且并不介意被引导——事实上,他们乐意得到引导而做出职业选择;因此,通过一份中央经济计划,这些职业配额能被轻易填充。

在此逻辑中,当人们不知道自己需要什么时,他们“不介意被引导——事实上也乐于被引导”。前提是人们确实不知道,他们才不反对被支配:这是20世纪普遍存在的诸多意识形态前提中的一个。有这样一个假定,认为人就是绵羊,最终会为毛织品工业卖命。从假想中社会主义民主主义国家——洞悉生活于其中的年轻人的生活理想,到巨大的的广播电视网——坚信自身意义在于给予人之所想,两者的差距并不大。^③ 社会学科得到基金会与企业赞助时的心旷神怡是令人迷醉的。两种情况都需要同样的研究模式。

但在《青年与职业》出版的二十年代后期,让拉扎斯菲尔德与马克思主义学说都没有预料到的事情发生了——一种资本主义形态的社会出现,其承诺兑现,并且在某种程度上确实营造了一个愉快、轻松的幻象——财产私有,阶级分化不大——而这也是所有社会主义意识形态所许诺实现的,虽然这样的社会瑕疵充斥,但无论如何,其毕竟出现了。美国是孕育最高级别的消费社会的温床。“二十世纪的商业文明”,如斯图亚特·伊文(《公共关系》的作者)所写道的,“用‘社会民主主义’的理想包裹自身,将社会牵引至维护资本家权力的方向。商业文明努力维护企业支配下的高

① Because of the constraints of space, I cannot discuss here the great influence the psychological work of the Buhlers exerted on Lazarsfeld ("Memoir," pp. 208-3), nor the impact of the positivist current (including the passion for classification) that circulated around Mach and his circle (ibid., p. 273). Of the latter, Lazarsfeld wrote: "I was impressed by the idea that mere 'clarification' was a road to discovery." But "clarification" is a concept itself needing clarification, especially in its relations to historical understanding.

② Lazarsfeld, "Memoir," p. 280.

③ It is worth noting, in passing, that the social democratic State was able to achieve some standing in quasi-Marxian futurology because it had the prophetic field to itself. The Marxian taboo on specifying the future organization of socialism left a vacuum that could be filled by administrative models, both Leninist and social-democratic. See the excellent discussion of this point in Carl Landauer, in collaboration with Elizabeth Kridl Valkenier and Hilde Stein Landauer, *European Socialism: A History of Ideas and Movements*, Vol. I (Berkeley: University of California Press, 1959), pp. 205-6.

效率生产过程的完整性,同时为了一个更为富庶的社会,不断提出自己的要求。”^①因此,保罗·拉扎斯菲尔德在美国社会科学领域中做出的转变,并不如其他流亡者这么困难,尤其是那些从法兰克福研究所来的人。美国消费主义只是更换了社会民主政治理念中的一些基本主题。不变的主题是由权力当局的一小撮人提供的选择范围有限的几个备用选项。再次引用伊文的话:^②

在消费政治意识形态的范围里,民主政治的出现像是美国工业生产的一种自然表达——如果不是商品系统的副产品的话。商品消费与政治自由之间的等式使这种结构的形成成为可能。

那个时代的一位商业研究者说道“大众的公民身份”以“‘实情调查’的过程为基础——通过各式商品来认识自身。”另一位学者则谈到了商业决定的含义即“对于一个人来说,哪些是他们认为值得消费的”。然而在这些民主政治的观念中(伊文继续写到),暗含着对政治活动中的集权主义的接纳。民主绝不能被看作是从人们的需求或渴望中流露出的东西,而是人们具备参与能力的一种表达以及对“多元价值观”的效仿(引自马克思·霍克海默),在商业企业所发挥的指导作用下,其中的一些内涵将在人们面前大显其道,而一些内容将被筛选遗忘。

当现行的政治主权衰落,消费者的权利在理论与现实领域赫然耸现。由此,尤金·戴普斯的美国社会党在1912年美国总统选举普选环节中

获得了百分之六的选票,但却又在该年代末期沦为无足轻重的派别,外强中干的行事风格,致使工团主义者领导的世界产业工人组织,在这一时期走向没落。民粹主义刚刚消亡,与此同时,从一战中走出的美国统治了世界经济,特别是汽车工业与电子消费品产业领域(广播与电影)。^③这些令人眼花缭乱的消费品的大量生产,与广告机器一起让消费主义成为可能,让人联想起马库斯·拉斯金所言的“梦寐以求的殖民地”——一个奔向自由的方向。^④伊文用有待完善的新概念,再次明确地言及这一进程:^⑤

与消费文化的形成相对应的是(二十年代的)(社会)危机以及与之交织的里程碑式增长的生产力。当生产发生了变化,劳动的社会角色变得更为程式化和单调,消费文化将自己作为提供喜悦之情与刺激之物的领域呈现出来——一例可供选择的更为激进、更反独裁的药方……其目标在于巩固一种新的“国家角色”,以解决由不断膨胀的资本主义所导致的危机……

兴起于二十年代的广告与消费至上主义只是资本主义特性更为宽泛的嬗变过程的一部分。商业宣传并非变革的决定因素,但确实是众多变革的缩影及代理人。广告业在世界范围内树立了一面消费型社会民主主义的旗帜,这种不可比拟的商业发展遮蔽并重新定义了一种空间,在那儿,持批判立场的备选项可能得到有效的发展。

(下转 73 页)

① 126. Ewen, op. cit., p. 197.

② Ibid., p. 89. Emphasis in original.

③ For the history of the American success in radio development from 1900 on, see Barnouw, *A Tower in Babel*, and the reviews of the same material in Todd (253) Gitlin, "Sixteen Notes on Television and the Movement," in George A. White and Charles Newman, eds., *Literature in Revolution* (New York: Holt, Rinehart & Winston, 1972), pp. 336-7, and Raymond Williams, *Television: Technology and Cultural Form* (New York: Schocken, 1975), pp. 14-41.

④ Marcus Raskin, *Being and Doing* (New York: Random House, 1971).

⑤ Ewen, op. cit., pp. 189-90. Ewen goes on (pp. 190-1): "While the contours of commercial culture were taking on a decided modernity by the 1920s, it was decades before the commodified 'good life' took hold to the degree only dreamed of in the twenties. In the period between 1920 and the end of the Second World War, American capitalism's ability to expand markets commensurate with its growing productive capacity was severely limited. ... With the entry of the U. S. into World War II, however, things began to change. War industries created jobs and reinvigorated domestic markets. ... It was in the period of postwar boom that the social policies postulated and initiated in the twenties began to make their most effective inroads upon the social landscape of American society." Media research had a roughly comparable history. The behaviorist theoretical orientation first propounded in general terms in media sociology before World War II came to flourish only in the Forties and Fifties. During the war, Carl Hovland and associates were granted the funds for their elaborate empirical studies of media "effects," and only after the war did Lazarsfeld and associates develop specific theoretical propositions like that of the "two-step flow."

为学之路与治学之道

——李金铨教授访谈录

采访人:张永芹 展宁

The Road to Learn and the Way to Learn:

An Interview with Professor Li Jinquan

Interviewers and Editors: Zhang Yongqin Zhan Ning

采访人:你在一些研究中国新闻业的文章中,总是将新闻首先置于中国社会变革的大背景下,用社会理论而非单一的传播理论进行分析,这是否与你的个体经历有关?

李金铨:我在台湾长大,从小想做记者,有人文关怀。念大学的时候读过很多政治学的课,到美国又读了不少社会学的课。我所接触出色的媒介学者,多半都是对媒介有兴趣的社会学家。我在密歇根大学念博士学位时,六成的课都与政治社会学有关,这条线路塑造了我的品位和风格。所以我不是从新闻来看新闻,而是从整个社会科学大的架构来看新闻,从新闻里面看到整个社会政治经济文化。

我喜欢以小见大,犹如牛顿从一个苹果看到地心引力。我研究的问题多属这类。这样一方面照顾到因果规律,另一方面也没有把丰富的意义简单化。我觉得研究最好能够抽丝剥茧,执简御繁,用简单的语言表述丰富的意义,有如剥笋见心。但人类社会毕竟充满复杂性和矛盾性,社会意义必须层次分明一层一层剥,不能像实证主义者那样粗糙处

理。我在《超越西方霸权》(2004)有一段粗浅的方法观,不妨录下来供参考:以历史为经,以世界为纬。做中国研究,要放眼全世界;主体性还是中国,眼光包含全世界……见树又见林。要看到局部,又要看到全部,才能够曲尽其致。规律和意义在某个地方是可以结合的。见其大,又能见其小。主题要言不烦,提纲挈领,层次分明,因果严谨;但每个主题转折多致,柳暗花明,意义丰富。

采访人:中国的社会科学界近年来频频竖起“本土化”的大旗,但是真正取得的成就凤毛麟角。大陆学界似乎已经意识到了身份自立的重要性,但是依然处处走不脱西方主流学术的桎梏。

李金铨:我们要知己知彼。中国先要学步,因为社会科学本来就是外来的,不是传统中国的遗产。首先要了解西方人怎么思考问题,用什么语言表述,用什么方法解决问题,这些东西一定要先学人家。有些中国学者处在学步的阶段,不是学得太多,而是学得太少,学的是皮毛,视野非常狭窄。若想现在一步登天,跳到建立主体性自主性,

[采访人] 张永芹(1974-),安徽蚌埠人,杭州师范大学健康管理学院教师,从事传播媒介及新闻实务研究。电子邮箱:569817835@qq.com。展宁(1989-),山东莱芜人,浙江大学传媒与国际文化学院博士生,从事传播学思想史研究。电子邮箱:zhanning1989@yahoo.com.cn。

① 根据2011年10月19日采访资料和2011年10月20日演讲整理。因为时间有限,许多问题都无法更深入展开,采访者和被采访者特此致歉。李金铨,现任香港城市大学媒体与传播学系讲座教授兼系主任。有两段摘自李金铨:《三十年河东与河西:国际传播研究再出发》,《传播与社会学刊》,第16期(2011年),第1-14页。

实在有点缘木求鱼。但学习过程中还是必须保持一种文化自觉,学人家的精髓,不是只学点皮毛,而且学人家的东西最后是为了解决自己的问题。

假以时日,量变带来质变,看多了,眼界高了,知道什么是好的什么不好,形成一个学术社群,整个情况才会改变。为什么学社会科学这么困难呢?这里不光是语文的问题,还有思考方式的问题。古人一直讲“入乎其内,出乎其外”,何其难也!学问的最高境界就是中西结合,首先要了解西方人是怎么做,然后要有对中国文化的了解。王国维、陈寅恪都是最有启发性的典范。他们受过最好的西学训练,又传承中国固有之学,并加以现代化,学术生命不断延续下去,变成一代宗师。到了融会贯通的地步,完全可以抛开中西藩篱。要达到王国维和陈寅恪的境界太难太难,但基本原则并无二致。

中西文化交流也应该这样,我们讲“西方”讲得太笼统,西方有很多不一样的东西,哪些是精髓,哪些是很不入流的,我们要学会加以区分。把精髓的东西学到,回来以后对自己的文化、社会还要有某种程度的了解才能有用。“入乎其内,出乎其外”,进去再跳出来,除此之外我想不出第二个法门,如果你不进去或者进去不出来,没有用。学了西学之后的眼界就会不一样,当然我们也不要放弃中学。两个加起来难上加难,知道学问甘苦的人都应该有这种体会。

采访人:我赞同,之前曾经对中国社会学中的乡村建设理论有所关注。现在有些中国社会学研究乡村建设,但是依然在前人的阴影下难以突破,也许借用西方的社会学研究方法倒是一个方向?

李金铨:西方社会科学讲概念,讲逻辑推论,讲证据支持。有些传统学者把四书五经或马克思倒背如流,很了不起。但是现代学术以问题为导向,倒背如流不是最高的目的,更不必把这些书当作金科玉律,更重要的是如何从这些著作获得视野和启发,厘清各思想流派的异同,帮助我们思考问题。西方训练对建立问题意识是很有用的。中国学问里不太谈知识论和方法论。这是西方训练比较精彩的地方。

我在内地常听到有人说西方这套不怎样,我们应当建立中国学派抗衡它们。这仿佛听不懂

统计的人在批评统计,有点无的放矢,有点荒谬感。(我要求我的学生都学统计,因为统计是最精确的归纳法,从证据来一步一步推论。但是有很多学生学了统计不知道怎么用,而且把统计纯粹变成一个技术问题,而不是一个思考方式。学会了统计的思考方式,即使所做的研究不真正用上统计,也没有关系。)中国宏观思想,见林不见树,常常知其然不知其所以然。比如中医是宝贝,但疗效常常讲得玄之又玄,以至于一般人分不出谁是华佗再世,谁是庸医或骗子。中国人有很好的直觉,但是没有细节、没有证据,讲不出完整的道理来。我们应该用现代的语言加以理论化,而且循序渐进,有步骤,有方法。

英美的微观视野常是见树不见林,他们从证据一步加一步推,但是推到最后又看不出整体。1970年代,美国有好多书分析毛泽东去世以后的中国情势,于是政治学家看权力斗争和意识形态,经济学家看经济生产会不会垮,还有各门类的专家,总之各吹各的号,都是从学术专业的观点出发,洋洋洒洒,居然凑不起来整个中国社会的图像。当时反而香港有些观察家凭直觉,对局势的分析和预测相当准。他们未必说得出一套理论,但那是靠长期潜移默化所得到的直觉,才能捉摸事物发生的轨迹,这个直觉不是守株待兔或凭空而降的。有些西方著名的“中国通”预测中国的情况,只靠逻辑和片面的证据,没有这种长期涵养的直觉,以致落得“有知识,无常识”之讥。这就说明中国的宏观视野和西方的分析方法互有长短,可以互补,相辅相成。

采访人:你之前在讲到为学之道时屡次提到米尔斯(Mills),做学术要有想象力。在确定选题的时候,“要尽量将个人兴趣与公共议题联系起来,把困惑个人的问题普遍化成为一个社会问题,让研究连缀成一个体系,而非支离破碎的联系。这样做研究,才会觉得有理想在召唤。”这也许就是您认为的“方向”?

李金铨:如果在学术界没有学术热情,写的东西是没有生命的。在学术界的考评制度下要出很多东西,如果你兴趣不在那,那你写出来的一定就冰冰冷冷的。最好的研究一定是有个人生命在里面的。我有学术热情,你压我也压不住;没有学

术热情,你拿鞭子打我也不行。除了热情还要有训练,要勤奋,要受到良好训练,这样再来谈关怀。

采访人:还是回到建立学说本土化上来,中国近年来经济总量已经增长到世界第二的位置,有没有可能随着中国国家实力的增长,中国的声音也会越来越受到世界的重视,从而带动中国学说本土化的发展呢?

李金铨:中国人对国际形势很容易误判,这一方面是不了解外情。早期我来内地访问,很多人问我美国有没有妖魔化中国?他们要的答案很简单,有,还是没有,他们不要分析。那我就给他分析,美国是世界的中心,对外面不太关心,要关心也关心欧洲国家。第二点,美国报纸除了《纽约时报》这些大报,其他都是关心当地社区,对国际新闻都不感兴趣;美国有孤立主义的传统,我们认为美国媒介一定很重视中国,到美国一看才发现关于中国的新闻很少。第三,美国到底有没有妖魔化中国,就要谈到定义的问题,什么叫“妖魔化”。美国的新闻报道有没有意识形态?当然有意识形态,但是说它的新闻报道全部是妖魔化也不对。美国新闻偏重负面,对本国亦复如此,但又有恪守专业精神的一面,不能扭曲 fact,否则在市场竞争下难以立足;它们的深层意识形态往往不经意透过 fact 表达出来。再问一下:《人民日报》有没有妖魔化美国?这样一层层分析,就牵涉到意识形态和新闻的关系,历史和新闻的关系,变成一个有意义的理论问题了。进一步看妖魔化的问题,整个中国有很多民族主义的情绪在里面,1980年代的中国崇美,1990年代仇美,现在心情慢慢平衡,跟美国又竞争,又合作。

采访人:不过有意思的是,像这种民族主义的说法反倒是很多曾经在美国留过学的人所提出。

李金铨:很多人到美国去,学的东西很边缘,没有学到精髓,对于美国这种民主国家的基本精神、立国基础以及现实中的很多弊端都不了解。在美国住这么久不一定了解美国,正如在中国住这么久,如果不关心中国问题,你也不一定了解中国。不是去美国留过学就一定了解美国。

学术的位置最好是若即若离,可进可出,在一个边缘位置。需要的话可以进去观察,不是很遥远。在美国太远,周遭的人对你所研究的也不是很感兴趣,是很孤单的;但是在内地很多材料

你拿不到,或者问题意识不能跳出来,只是在特定的语境下人云亦云。这也是我为什么回到香港,香港离内地又近,又没有脱离西方学界。当然这是个人选择的问题。

采访人:谈谈中国新闻史研究,存在很多问题,还有思想史方面,很多的研究近乎流水账。不过我硕士论文做过之后也明白了,做好思想史非常难。你有什么建议?

李金铨:大陆有些新闻史研究学者在现实上有很多话都不敢讲,更主要的是没有问题意识、做流水账。所以我宁肯找历史学家来谈报刊,等于说也是“外围包抄”吧,编了一本《文人论政》,希望内地的学生看得到。因为我不是做新闻史的,所以写写东西也战战兢兢。做新闻史一定要有分析,要有问题意识。新闻史,第一,流水账是没有用的;第二,新闻史料不是理论的仓库,不是需要应付理论的需要就到仓库里去寻找,这种写出来是信口开河。你必须要有问题意识,用什么概念勾勒材料,材料坚实不坚实,推论合理不合理,就讲到 validity 和 reliability 的问题。当然,我反对用史料去迎合理论,而是用理论来帮助勾勒史料。此外,统计学得好,对做历史一定有帮助,问题是学了统计是否能改变你的思想方式。

采访人:在新闻史研究中,历史研究长时间被政治所遮蔽。所以现在后人要推翻前人的观点不难,但是如何论证自己观点的合理性,如何找到治史的方法就很不容易了。

李金铨:必须要有问题意识。你到底要问什么问题,决定需要呈现什么史料。所有的历史,从现象学来讲,是可以兼容几套不同的解释的,是可以求同存异的。有些分析和解释共通,可以交流;有的东西看法不一样,可能是材料的问题,可能是观点的问题。如果材料一样,看法不一样,那就暂时保留,将来再解决。很多问题不可能一下子解决的。有学生想来念博士学位,想做新闻史,我推荐他读几本杰出的著作,例如余英时先生的《儒家伦理与商人精神》,要有耐心地看个五遍,揣摩他问什么问题、用什么材料来回答这些问题。这样有意识地揣摩一些范本,加上长期潜移默化,也就是 internalize(内在化),变成你思想的一部分,一看到问题,你立刻可以从许多角度去想,知道要找哪些材料。

采访人:到我们的学科上来,不经过这个训练过程,恐怕就很难让中国的社会学科真正取得独立地位。

李金铨:在内地,许多人什么是传播都没搞懂,怎么建立中国学派?这根本是虚妄的。整个社会科学是西方来的,除非你说西方的东西我不要,另当别论。但今天哪有人这么蠢?自然科学是不分国界的,人文强调民族色彩,社会科学介于两者之间。中国没有现代科学,但是跟洋人学很快就学会了;中国本来就有文史哲的大传统,这不成问题。社会科学从严复、梁启超传进来,至今经历了百多年的动荡,特别是从反右到文革,说社会学和新闻都被视为资产阶级的东西,不能搞。恢复学科至今只有30年,30年是很短的时间,而且有些老师没有经过严格的学术训练,对于西方的东西都是望文生义啊。为什么“议程设置”这么流行?因为很容易懂啊。像萨义德哪有那么容易理解?

话说回来,对整个华人地区和在海外的华裔学者来说,我觉得最后还是应该走出自己的路子。英国的文化研究与美国的媒介研究各具特色,但彼此可以沟通对话。当年芝加哥学派内部视野很不同,但整体看来却又与后来的哥伦比亚大学结构功能学派分庭抗礼。华人学术圈应该在密切互动中提出原创性的问题,建立这种独特的文化风格,既容许内部歧异,又和欧美迥然不同,但足以和它们平等对话。这是同中有异、异中有同的境界。“中国特色”不是写标语、喊口号,更不能闭门造车,而必须在一种文化特性上建立理论的普遍性。我劝学生写论文要选择“富有理论意义的具体问题”。唯其是具体问题,才是你切身感兴趣的,但必须从具体问题上升到理论的普遍性。换言之,从兴趣点出发,不断培育这棵苗种,使它在某一处跟理论密切接触,于是点连接成线成面,然后变成立体的架构,看有哪几个理论可以帮助你思考这个问题,哪些理论需要再造,万一现有理论都不能解决你的问题,那就自己创造一个理论。这种韦伯式的方法论是值得整个华人学术圈深思而力行的。我们是不是应该有这种自信,应该建立这种共识,应该朝这个目标努力?

采访人:提起萨义德,我在阅读过程中觉得蛮痛苦的。特别像萨伊德著作中说的那些西方

小说,之前根本就没有了解,你是怎么读的呢?

李金铨:我是尽量遍读他的著作的。现在的学术经常这里抓一点,那里抓一点。萨义德著作里分析的那些西方著名小说,很多我没有读过,但有些理论观点我可以理解深些,有些具体东西只能信他的分析,还是受到许多启发。我刚到美国念书的时候,前两年我把两个人的书全部读完了,一个是 Wilbur Schramm,一个是 Everett M. Rogers。后来不断增加其他学者、流派和风格,大概有十几个人的书我都是几乎遍读过的。仔细读人家的东西,才有看世界的方法,而且不太容易去扭曲人家的讲法。如果东抓一点,西抓一点,语境也不懂,根本一开口就讲错了。

我常要我的学生找一些性之所近的好书来细读。什么是好书呢?就是每次读每次有心得的书。现在还回去读《论语》,两千五百年前的东西,但我们在每一个阶段读的体会不同。这是经典著作。在相关的领域,一定有几个你很心仪的人,值得仔细读,读得很熟,这是“潜移默化”,他看世界的方法变成你看世界的方法。现代社会转益多师,每人都有好多老师,不是跟着一个人,慢慢慢慢地,加减损益之间培养自己的看法,甚至塑造个人的风格。学术是需要讲风格的,要不然就是一个匠人。到了一个成熟的地步,应该有自己的学术风格和视野的,有看世界的方法。

采访人:我在自己学习过程中,越来越感到哲学是所有学术学问的树根。但是哲学的整个体系又太庞大,我需要找一个什么样的路径呢?

李金铨:我在美国教书的时候,花两三年读知识论方面的书,读完之后,比较知道要走哪一条路,追求什么风格。读一本好书比读十本坏书有用,读书不要贪多呀,要读最好的书。现代学术问题涉及很多学科,现在叫你回去从头读政治学、读社会学,那是不切实际的。还是从传播学的问题出发,如果需要哪方面社会学的知识,那赶快去补那一块。我们不可能专业去读哲学,可能读一辈子也读不来,但还是可以尽量累积一些相关的知识。换言之,我们不是要做哲学家,而是要受到哲学的熏陶。就如每个人不一定要做历史学家,但是要有历史素养。

[责任编辑 张梦晗]

新闻与传播理论研究

“日常生活”之于美国主流传播学

——以英法理论为观照

黄佩映 胡翼青

(南京大学新闻传播学院, 南京 210093)

〔摘要〕自20世纪60年代以来,美国主流传播学重新发现了在曾备受芝加哥学派关注的“日常生活”这一领域。一方面,60年代的美国处于社会转型时期,所谓的舆论共识也遭到质疑,而当时主导传播学的行政研究或者效果研究也无法充分解释日益复杂的日常生活中的传播行为,走到自身理论创新的尽头。另一方面,在五六十年代的欧洲有一批知识分子对“日常生活”表现出较强的研究兴趣,在随后的70年代里,美国传播学界不仅展开了关于批判理论的论争并且引入了英国的文化研究。尽管说美国主流传播学重返“日常生活”,但是以英国文化研究和法国列斐伏尔的日常生活批判理论作为观照,不仅可以发现美国主流传播学语境中的日常生活具有行为主义色彩和控制论调,而且还具有结构功能主义的静态特点。在这个现象的背后,可以看出大众传播的逻辑依然强势,使得日常生活传播研究也成了专业意识形态的一部分。

〔关键词〕日常生活;传播思想史;文化研究;行为主义;功能主义

‘Everyday Life’ Studies and American Communication Research

—Taking British and French Theories as the Reference

Huang Peiying Hu Yiqing

(School of journalism and communication, Nanjing University, Nanjing, 210093, China)

Abstract: Since 1960s, American mainstream communication Research has rediscovered the field of ‘everyday life’ studies, which was of most concern to the Chicago School in the past. In 1960s, while America had been experiencing the social transition and the so called “consensus of public opinion” was questioned, the dominant communication studies such as administrative studies and research of communication effects were not able to fully explain more and more complicated everyday behaviors. Meanwhile, a lot of European intellectuals had showed their interests on this subject from 1950s and 1960s. In 1970s, critical theories had been widely discussed and recognized in America, and the British cultural studies had been introduced. In this way, the author compares this two kinds of research characteristics and traditions, arguing that the concept of the ‘everyday life’ for American mainstream communication research not only has taken on its academic tradition of behaviorism and control, but also has been studied in a static way from the perspective of structural functionalism, which has made the study of everyday life become a part of the disciplinary ideology.

Key words: Everyday Life; Communication Theories; Cultural Studies; Behaviorism; Functionalism

〔作者简介〕黄佩映,南京大学新闻传播学院2012级硕士研究生;胡翼青(1975-),男,南京大学新闻传播学院副教授。

一、研究问题的提出

而今,随着社会化媒体的兴盛,雷蒙·威廉斯在半个世纪前提出的关于“文化”是普通人在与日常生活的文本与实践的互动中获取的“活的经验”这一观点越来越让人信服,也使得日常生活的传播研究逐渐成为热点。

然而,与其说发现“日常生活”,不如说“重返日常生活”。早在19世纪中后期,哲学家克尔凯郭尔与社会学家齐美尔等人就开始关注“日常生活”,只是直至20世纪60年代,这一论题才终于在列斐伏尔、埃利亚斯、雷蒙·威廉斯、E. P. 汤普森、福柯、罗兰·巴特、德·塞托、布尔迪厄、波德里亚等一批思想家们的有意或无意的推动下走进了主流社会学与哲学的学术视野,有学者甚至断言,“日常生活批判成为了20世纪哲学的基本转向与基本问题。”(刘怀玉,2007)

与此同时,形成于20世纪初的美国传播学,在五六十年来仍以实证研究和量化研究为主流,站在大众传播的信息生产者的视角进行研究,强调媒介与政治、经济、社会秩序的关系,突出其单向的控制性,忽视了作为个体的受众的多样性,淡化了交流的双向性、互动性与建构性。在这种情况下,一方面,传播学科遇到了理论创新的瓶颈,并且在阐释或解决诸多现实方面的问题时也捉襟见肘;另一方面,20世纪60年代的社会转型使得美国主流传播学开始反思自身的局限,重新把目光投向曾经受到芝加哥学派关注的“日常生活与生活中的行动者”,而且此时欧洲新思潮也为他们转向日常生活的研究视角提供了丰富的思想来源。只是,“日常生活”被重新发现时,美国主流传播学将其置于行为主义与功能主义的理解框架里,认为日常生活不过是日复一日的工作、娱乐、衣食出行等拼凑起来可以理解、可以控制的领域。

事实上,如今提及对“日常生活”的研究,人们的第一反应往往是法国思想家列斐伏尔的“日常生活批判”理论体系或者英国文化研究早期代表人物雷蒙·威廉斯对文化与日常生活的重新阐释,而甚少联想到美国传播研究中的“日

常生活”概念。这不仅反映了英法对日常生活的“专门”关注,也在一定程度上折射出以英法为代表的欧洲思想与美国主流传播学对“日常生活”截然不同的理解。

另外,不可忽略的一点是,欧洲思想中对日常生活的关注尽管可以清晰追溯至19世纪中后期以来的哲学思想如克尔凯郭尔对个人非理性情感的学术研究或者齐美尔对日常小事物的形式社会学研究,但是促使欧洲密集地涌现出关注日常生活的外因在于二战后美国的“经济文化殖民”。可以说,当美国化以现代化的名义从日常生活的方方面面改变欧洲原有的传统时,这对于欧洲知识分子来说是“颠覆性”的打击。于是,英国思想界战后兴起了新左派运动,法国思潮中涌现出大量对于美国式现代化的批判理论,而“日常生活”在这场思想论战中也顺理成章地成了一个重要“战场”。在某种意义上,正是在美国这个外力的影响下,欧洲思想界早于美国,在五六十年来已经全面重返“日常生活”,然后这其中诞生的理论又反过来进一步推动了美国思想界的转向。

由此,我们不得不提出这样一个问题,具体是什么样的历史机缘和思想诱因使得美国主流传播学将目光重新投向日常生活,并且为何在与欧洲的舶来理论对话中,对日常生活的理解依然遵循行为主义与功能主义路径?本文试图借用知识社会学的研究方法,从思想史的视角重建美国主流传播学重新发现“日常生活”的过程,阐释隐藏在美国主流传播学语境中的“日常生活”背后的逻辑。

二、欧洲理论视野中的“日常生活”

(一)英国:“文化”与“阶级”中的日常生活

在50年代初的英国,一方面,“知识界和文化界的争论是集中在国内事务上:延续了几十年之久的焦虑产生的最初征兆是对国家‘衰落’的担忧。”(托尼·朱特,2010:181)当时的英国主流思想对于已经在美国影响下形成的以消费为象征的生活方式视而不见,哪怕美国已经凭借其可口可乐和好莱坞电影等产品全力以赴攻陷欧

洲市场。此时的英国广播公司甚至特别设“一档旨在鼓励和传播深度思想、高雅文化的‘优质’节目,由那些在欧洲大陆被认为是‘知识分子’的人士编导。”(托尼·朱特,2010:174)这时关于文化的观念延续了诗人兼评论家马修·阿诺德和文学批评家 F. R 利维斯提倡的精英主义,尽管 T. S 艾略特在他 1948 年的《文化定义札记》已经认识到文化是一种生活方式,但是他始终是站在保守主义的立场上,声称“可以肯定的是我们的时代正在衰退;文化的标准也比 50 年前更低;在人类活动的各个部门都可以看到这一衰退的证据。”(托尼·朱特,2010:174)

另一方面,与欧洲大陆如法国和意大利等国家的共产党有着较强实力不同,英国一直没有能为工人阶级发出多大的声音。直至 1956 年,随着苏共二十大上赫鲁晓夫否定斯大林的秘密报告流入欧洲,而且同年英国政府为了争夺苏伊士运河的控制权而导致“苏伊士运河危机”以及第二次中东战争爆发,一连串事件不仅让亲工党的英国左派知识分子对英国统治阶级表示失望,而且由此英国左派知识分子也开始参与到欧洲大陆关于斯大林路线的反思潮中,由此以 E. P 汤普森、雷蒙·威廉斯、理查德·霍加特等人为代表的英国新左派知识分子开始登上了思想历史舞台,于是这一年在某种意义上来说也是当今流行的文化研究的开端之年。

1957 年,霍加特的《识字的用途》问世,人们很容易发现,霍加特依然还没有走出利维斯主义的“阴影”,他只是在用利维斯的文学批评方法来抨击被深受美国大众文化影响的 50 年代的工人阶级文化,赞美被利维斯所不屑的 20 世纪 30 年代的工人阶级文化,认为 20 年前的文化才是由人民创造的充实的文化。“在霍加特笔下,工人阶级的美学就是:对日常生活之‘精确细节的兴趣高于一切’,他们只对现存的东西感兴趣,认为文化应当是‘观赏的’而不是‘钻研的’,故而霍加特指出,工人阶级消费者追求的不是‘对日常生活的逃避’,而是‘对日常生活的强化’;而 20 世纪 50 年代的大众娱乐则对这种美学构

成了威胁。”(约翰·斯道雷,2010:47)

同样地,1963 年汤普森的《英国工人阶级的形成》也是一部记录“普通人”生活的具体的文化史。汤普森借描述 18、19 世纪的平民文化以及工人阶级文化以支撑自己的文化观念——“新的文化是在当下的日常生活中被创造出来的,因此,它既可能是创新的,也可能是传统性的。……独立地创造出了自己的阶级文化,而且这种阶级文化包含革命意识、民主观念、集体性机制和国际主义精神,是一种具有真正历史进步性的创造性成就。”(张亮:2008)

而在第一代新左派知识分子中被人们普遍视为奠基者的雷蒙·威廉斯在他 1958 年的《文化与社会》中不仅梳理了 1780 年到 1950 年以来的英国文化观念的变迁,而且还在更高层次上做了理论建设的工作。

首先,跟霍加特和汤普森的基本立场一样,威廉斯认为日常生活的普通男女也独自创造文化和共享文化。在威廉斯看来,尽管利维斯的思想有可取之处,但是“他把有教养的少数派和‘反创造’的大众对立起来,这样的观点容易形成一种有害的傲慢和怀疑主义。把完全有机的、让人满足的过去,与四分五裂的、让人不满的现在对立起来,容易让人忽略历史而产生否定真实社会经验的趋势。文化的训练,本质上应该是民主素质的训练,应该是让人作出直接判断的训练。”(雷蒙·威廉斯,2011:278)可以说,他在 1958 年出版的《文化与社会》在很大程度上就是要改造利维斯所代表的传统知识分子的“文化与社会”的观念,而在这个过程中,他恰好找到了马克思主义这一思想工具。

而对于文化与日常生活的关系,在威廉斯看来,“文化是日常的”^①,他沿用了 T. S. 艾略特关于“文化是整体的生活方式”的观点,但是他强调文化是由普通男女在日常生活中与日常生活的作品和事件相交流和实践过程中创造出来的活的经验。除此之外,威廉斯把资产阶级文化与工人阶级文化区分开来,他指出资产阶级文化是“基本的集体观点、以及由此产生的机构、行为

① 雷蒙·威廉斯曾在 1958 年发表《文化是日常的》(Culture is ordinary)一文。

方式、思维习惯和意图。而同样地,工人阶级是基本的集体观点,以及由此产生的机构、行为方式、思维习惯和意图”(雷蒙·威廉斯,2011:338)正是由于阶级不同,导致所谓的集体观点、机构、行为方式、思维习惯和意图不同,而导致文化不同,从而造成两种生活方式的不同,但是他也补充说明这两种生活方式并非彼此独立,而不仅是互相作用,且有交叉之处。事实上,正是因为威廉斯认为文化建立在共同经验中,他认为现阶段要把艺术和共同生活重新结合起来的话,“这种努力的核心是‘传播’(communication)一词。”(雷蒙·威廉斯,2011:312)

作为英国文化研究的第一代代表人物,霍加特、汤普森和威廉斯等人也被接班人斯图尔特·霍尔建构为“文化主义者”,但是说到底在五六十年的社会历史语境中,他们更多地只是为了重建一个阶级的“感受结构”,他们最突出的贡献在于强调所谓共同文化并非精英的专利,而是包括工人阶级在内的社会全体成员共同创造的“文化共同体”,而且所谓的“共同文化”并不是一种平等文化,因为不平等才有丰富和复杂的生活,另一方面,他们指出共同文化需要承认生命存在的平等。

(二) 法国:日常生活的“本真”与“异化”

二战后的法国人一边目睹着自己的殖民地纷纷独立,一方面却又无法逆转二战前已经有征兆的美国的“文化殖民”。连50年代末60年代初的法国新浪潮中也反复出现了好莱坞和各种美国现代化商品。在美国这个强大的“他者”面前,向来没有什么舆论共识的法国紧张起来,如法国《精神》杂志就提醒读者要提防美国,“我们从一开始就警告过大家:美国文化冲击欧洲各民族之间的精神和道德的内聚力,危害我们的国家福祉。”(托尼·朱特,2010:195)

弗朗索瓦·多斯对于战后结构主义兴起的其中一个解释也表现了五六十年代法国思想界的状态。“法国知识分子突然意识到他们生活的国家不再把自己描述为1789年以来人类的指路明灯,法国不再是一个强国,而只是多元文化的欧洲不大的一部分。这令知识分子感到有一种迫切需要,即强化一种意识形态,以创造可靠

的凝聚力和新的渴求。……还有一种相反的因素——法国知识分子反现代的精神传统。”(弗朗索瓦·多斯,2004:513)其实正是法国知识分子这一反现代传统也在一定程度上促使“日常生活批判”的诞生。可以说,战后法国涌现了一批关注具体日常生活的理论,如罗兰·巴特在1954到1956年间所写的关于大众文化的专栏在1957年以《神话学》出版,他在1957年开始写的《流行体系:符号学与服饰符码》也选择了日常生活中常见的时装杂志作为对象;埃德加·莫兰则也从1956年开始写了《电影或想象的人》,到了1962年写下《时代精神》,把日常生活作为文化的整体来论述;而福柯在探讨权力与知识如何塑造主体时也看到了来自日常生活的持久压迫,“权力形式一旦在日常生活中直接运作,就会对个体进行归类。在他身上表示出个体性,添加身份,施加一套真理法则。”(米歇尔·福柯,2010:284)

另外,与英国左派知识分子在战后的相对消沉不同,法国知识界涌现了一大批左派人士,借助战时的功劳,法共在战后最初几年的大选中一直是成功的。连当时法国思想界极具影响力的萨特也向法共示好。而且与英国温和的路线不同,这个国度有着漫长的二元对立政治经历与暴力革命传统,以至于人们也不难理解法国情境主义国际激进的思想。尽管由于法共不像意共由知识分子统领,而是成了斯大林路线的执行人,于是也有相当多知识分子退出或者被除名。正是在反思斯大林路线的契机下,一批左派知识分子回到了青年马克思的思想中,尤其是关于劳动异化的问题上。这个年代里,经常往返于巴黎与比利牛斯山的乡村的左派知识分子列斐伏尔正是经历法国巨大的社会变迁以及目睹城乡发展不平衡后对现代化的更加深入的理解,为他的“日常生活批判”理论提供了大量的素材,而马克思主义的商品拜物教、海德格尔的存在主义哲学和齐美尔的形式社会学等也为他打好了理论基础。

1947年,列斐伏尔的《日常生活批判》第一卷第一版问世,在他看来,尽管日常生活看上去平庸无奇,但是他看到了日常生活的连续性、重

复性也使得这个概念隐藏了巨大的革命性,于是他提出“只有在日常生活中,使人类和每一个人的存在的社会关系的总和才得以以完整的形态与方式呈现出来。”(Henri Lefebvre, 2002: 97)可以说,作为一个马克思主义者,列斐伏尔从马克思的商品拜物教批判理论中寻找到了他的灵感——将马克思主义中的“异化”理论批判从政治经济层面转向日常生活,在他看来,正因为人是在日常生活的具体的琐碎事情中被建构起来,而资本主义社会在战后已经渗透到日常生活中的每一个毛细孔中,所以人已经在最大程度上被异化为非自主的客体状态,对于传播学者来说,值得关注的是,列斐伏尔认为当代的异化工具正是传播媒介,他甚至称广告是“日常生活的恐怖主义”;但是列斐伏尔又比曾经同道的国际情境主义者更加浪漫主义和改良主义,因为他相信民众具有强大的创造力,把解决日常生活异化的希望寄托于所谓的“瞬间”与节日上,认为日常生活革命是个缓慢的过程。

综观列斐伏尔的日常生活批判体系,他所定义的日常生活有三点不能忽视的特征:首先是作为“总体关系”的日常生活,在他看来,“必需从整体上关注日常,而又不能把日常生活的具体差异同化到一个包罗一切的图式中。”(本·海默尔, 2008: 210)这也意味着他一方面反对以萨特等人为代表的存在主义思想将个体的存在的体验孤立化,另一方面他又反对所谓的正统马克思主义者脱离具体的日常生活谈“阶级斗争”;其次是他从本体论路径阐释“日常生活”,在他看来,马克思只是把日常生活看成是社会本体的微观表现,而他认为日常生活应该是本真的本体。这一个观点其实可以追溯到海德格尔,“海德格尔通过把以黑格尔为代表的德国历史哲学传统、人类的活动意识本体论激进化为当下个体的生存时间意识哲学,通过把日常生活二重化为本真与沉沦状态,取代了古典哲学的个人与社会二重化理解模式。……后来的西马日常生活批判逻辑基本上就是按着海德格尔的存在论哲学日常生活批判转向的路子,进一步发展起来的。”(刘怀玉, 2007);最后,列斐伏尔坚持认为日常生活是动态的,这一点与后来的德·塞托立场也是一

致的,“日常生活是一个不断变化的、具有社会历史性与民族差异性的现象,而不是僵死的千篇一律的物质生活现象。”(刘怀玉, 2005)

三、美国主流传播学中的“日常生活”

就在欧洲学者已经纷纷将研究聚焦到“日常生活”的时候,美国的传播研究学者也关注到了这一点,但是与欧洲理论在日常文化观念、日常生活本质的层面上探讨“日常生活”不同,美国的传播研究只是把日常生活视为一个社会领域层面的概念,遮蔽了日常的建构主义色彩。且不谈主流传播学将原有的功能主义、行为主义的实证研究路径直接嫁接在日常生活领域的研究上,连美国的文化研究也只是从欧洲理论拿来日常生活的概念,然后偷梁换柱,在没有与主流研究发生冲突的情况下,使得这个概念实现了“本土化”的阐释。如重新建构芝加哥学派的詹姆斯·凯瑞在1975年就发表了论文《传播的文化路径》(“A Cultural Approach to Communication”),但是他无意将欧洲理论发扬光大,他只是想借用日常文化这一角度重建他笔下的芝加哥学派时代的进步主义,想借助传播的仪式功能解决60年代社会动荡留下的社会认同问题,可以说,美国传播研究,无论是否主流,在功能主义逻辑的统治下,连本应成为思想战场的“日常生活”也成了一个中规中矩的大众传播研究领域。

(一)行为功能主义层面的“日常生活”

2002年,作为美国文化研究代表人物之一的道格拉斯·凯尔纳完成了《媒体奇观:当代美国社会文化透视》,提出的所谓“奇观逻辑”早已渗透进了当代美国的日常生活领域;2011年,美国传播学教授朱莉娅·伍德的《生活中的传播》(第六版)问世,继续指导她的学生如何利用传播的力量来生活得更好。不难发现,近年来,当原本平淡无奇的日常生活被凯尔纳等人赋予了“戏剧性”意义之后,“日常生活”日益成为包括美国文化研究在内的传播学的惹人注目的概念之一。

那么,美国主流传播学语境中的“日常生

活”到底是一个怎样的概念?与英法思想对比有何根本不同?这一部分,可以从朱莉娅·伍德《生活中的传播》与70年代以后涉足传播学领域的美国衣阿华大学传播教授史蒂文·达克的《日常关系的社会心理学》窥知。

在朱莉娅·伍德看来,“日常生活”是具有符号意义的衣食住行,“我们不只是单纯地生存、吃、喝、睡觉、作出各种动作。相反,我们生活的方方面面都渗透着含义和意义。”(朱莉娅·伍德,2009:32),而史蒂文·达克则侧重强调“人际交往”是日常生活的基础,“日常生活主要是我们与一些认识多年普普通通的人的关系的体验,由于某些琐事、社会、情绪或关系的目的,我们与他们在特定的情境里认识了,而且其中一些人将是与我们具有长期关系的同事,不管这种关系是友谊关系、一般关系还是敌对关系。”(史蒂文·达克,2005:3)而且两人都为日常生活补充上一个限制词:常规或者程序。

从他们对日常生活的定义来看,人们不难联想到第二代芝加哥学派的代表欧文·戈夫曼在1956年的《日常生活中的自我呈现》对于日常生活的理解,他们同样是停留在把“日常生活”看作为一个特定的“社会情境”,其看待日常生活中的主体的视角洋溢着被莫里斯称之为“社会行为主义”的色彩。

尽管伍德没有像达克那样直白地以社会心理学为工具研究日常生活中的传播行为,但是从两人的表述中,人们还是能够清楚地看到自60年代末以来行为主义作为主流研究路径的影响,可以说两人都把日常生活看成可以分类的行为活动。尽管自五六十年代以来,行为主义已经发生了区别于早期华生行为主义的转变,尤其在与心理学结合的领域,新的行为主义纳入了有机体内部的思维、情感体验和价值判断等作用,但是始终延续了行为主义的根本立场:客观研究个体行为以及人类行为都是可以理解、预测乃至控制。事实上,伍德与达克的著作最值得人们关注的点,也是行为主义最让人诟病的一点,就是其中的“控制人类行为”论调。而且在一点上,无独有偶,还是能让人想起似乎不应该属于这种社会工程学式研究的戈夫曼的著作,他其实已经不像符号互动论的创

始人米德那样关心交流的本质了,他更关心的是效果——他研究的重点就是如何使个体“正确表演”或者更直接说“更好地表演”,比如他创造的“角色距离”的概念,指出演员与角色的相适应程度也是“正确表演”的重要条件。“他(戈夫曼)以‘框架’为工具,更清楚展示了现代社会的日常生活中人际交流与传播是如何建构社会的这一问题。”(胡翼青2007:222)

同样地,伍德与达克的著作中始终贯穿着他们的功能主义思维方式和目的论取向——通过理解传播而更好地进行交流传播,甚至说更好地利用传播来“生活”。伍德作为一名传播学教授,对于维护学科合法性可谓毫不隐晦,“传播学理论和原理帮助我们理解生活中所发生的事情,帮助我们实现个人的影响。”(朱莉娅·伍德,2009年:9)伍德在书中用了相当多的篇幅探讨日常生活传播行为中的符号意义,但是她一方面着重说明符号的功能,如她提出符号影响人们生活的五种途径包括:符号的定义功能、评价功能、组织感知功能使假想成为可能以及使自我反思成为可能;另一方面,她强调正因为符号具有抽象性、任意性和模糊性的基础上,所以在传播者之间会产生误解,接着她进而提出“我们可以通过敏锐地选择抽象层次、从而降低误解发生的概率。另外,我们应该采用双重视角、掌控我们的想法和感觉、尊重他人对自己思想和感受的述说,并且对抽象程度、概括化和静态评估进行监控。”(朱莉娅·伍德,2009:151)

达克也是抱着服务读者的心态论述的,而且他是个不折不扣的行为主义者,他始终坚信一条原则:只有进行有效沟通,我们才能得出正确结论,才能正确利用和加工信息,才能辨认出信息所包含的意思。(史蒂文·达克,2005:77)他认为人的情绪可以通过行为来改变,如他提出“认知疗法”和“社交技能训练法”来治疗羞怯,并且坚信消除孤独的关键在于“相信自己了解孤独的原因并具备控制它的能力。”

(二)美国重返“日常生活”的动力探析

然而,值得注意的是,在六七十年代以前的美国传播学界几乎没有人把“日常生活”视为一个独立的概念,在他们眼里,研究核心在于与

社会政治息息相关的传播领域,即使在调查研究中涉及受众的日常生活行为,也不过是社会背景因素如家庭环境等的一个附属概念。而从70年代开始,詹姆斯·凯瑞、托德·吉特林以及来自英国的美国籍学者费斯克等人的著作发出了关注“日常生活”的强音。不过,另一方面,其实早在芝加哥学派称雄美国社会学、传播学思想开始发轫的年代里,“日常生活”已经是一个备受关注的领域,如帕克深入移民生活探讨其中的社会与文化冲突,写就了《移民报刊及其控制》,只是随着学派的衰落以及以“行政研究”著称的哥伦比亚学派的兴盛,“日常生活”的问题被排斥甚至遗忘。于是,在这个意义上,人们可以说美国传播学是在六七十年代以后重新发现了被边缘化已久的“日常生活”,并且开始在以文化研究的“批判”视角和传统主流传播学的“行为主义”视角来看待这一个议题。

那么,假如说战后欧洲是在美国的政治经济干预和文化输入的刺激下重回“日常生活”,为什么早已形成舆论共识和社会繁荣发展的美国会重返“日常生活”?

1. 危机四起的60年代

在现在的人们看来,60年代以前的美国度过了一个商业繁荣却思想保守的十年,此时美国传播学仍然以效果研究为主流。这时,以行为主义心理学层面研究说服著称的霍夫兰仍在带领他的团队在耶鲁大学的实验室继续为如何改善传播效果而努力;如日中天的以“行政研究”闻名的哥伦比亚学派继续他们的两级传播研究:1955年,拉扎斯菲尔德和卡茨发表了《人际影响》,试图论证大众传播如何通过意见领袖影响其追随者,于是所谓的人际传播效果强于大众传播的结论不过是在变相说明大众传播效果依然明显。可以说,虽然与30年代佩恩基金会支持下的关注媒介与暴力的研究以及战时政府与军队宣传的效果研究不同,50年代的传播研究更多是出于满足商业需求,但是即使这时已经把受众的生活纳入到传播研究的考虑范畴,这些研究依然停留在“科学”地研究现象表层的层面,始终单向地站在媒介作用于受众的视角上进行研究。

不过,50年代也正是如今被人们尊奉为美国文化研究典范的詹姆斯·凯瑞开始涉足传播学领域的时代,他在后来的著作《作为文化的传播》中指出,当时以效果研究和实证量化研究为代表的美国传播学正遭受理论创新的瓶颈,他发现“行为主义或功能主义术语对这一观点(传播的传递观)的表达已经黔驴技穷,已经成为一种经院式的东西:一再重复过去的研究,对明确无误的事加以验证……它也只能裹足不前。”(詹姆斯·凯瑞,2005:11)

但是,即使学界传来了零星的质疑之声,50年代美国主流传播学依旧沉浸在实证量化的研究中,并没有关注到日常生活潜在的力量。直到暴风骤雨般的60年代震惊了全美国思想界,传播学者们当然包括其中。从政治生活层面来看,60年代的美国国内外政策均引起人们的不满。如从1955年开始的较为温和的争取种族平等运动在60年代愈演愈烈:黑人示威运动遭到强硬的镇压,甚至有黑人领袖被暗杀,肯尼迪总统在电视讲话中所指这个“道德问题”已经开始拷问人们;而在越战问题上,似乎在验证舒德森所言的“民主不需要可爱的新闻界”一样,由于当时美国政府对新闻媒体不设防,2000多名记者带来的铺天盖地的越战报道使得过于残忍的真实暴露在美国民众眼前,这就使得在50年代成长过来,坚信建立在民主、自由与人权基础上的美国精神的青年们开始动摇,反战情绪开始弥漫开来。

面对种族问题和越战以及持续的冷战现实,1962年,45名年轻人创立了争取民主社会大学生协会,标志着美国新左派运动的兴起。“他们的示威游行往往是为电视摄影师而安排,很知道如何着眼于戏剧效果。”(威廉·曼彻斯特,2004:843)不过,他们的反战活动往往被纳入更广泛的社会反战示威中,对于当时的美国主流社会而言,最让人头痛的是当时在大学生中流行开来的嬉皮士文化等反主流文化。这个时代的大学生他奉“垮掉的一代”代表人物凯鲁亚克的《在路上》为经典,并且将其沉默的逃离转变成高声的抗议。不过,这种青少年亚文化始终缺乏坚实的社会基础,被人们认为是嬉皮士文化最后

一击的1969年8月的摇滚音乐节“伍德斯托克”节最终也被商业力量所吸收。

假如说此前美国经历了从进步主义时代到战后黄金时代,逐渐定型的静态社会助推了所谓“舆论共识”的形成,而且在这过程中,传播学科也渐渐脱离了芝加哥学派关注具体生活的学术旨趣而变成维护主导意识形态的工具,那么,这个动荡的60年代不仅动摇了所谓的“舆论共识”,更是使得主流的传播学的自身局限暴露在人们面前,如这时的传播学无法令人满意地回答青少年亚文化与大众传播之间的关系,且其所代表的价值取向也备受批判。如1969年赫伯特·席勒在其《大众传播与美利坚帝国》中站在政治经济学的视野批判美国的大众传播的结构与相关政策;吉特林在其《媒介社会学》一文中大力批判哥伦比亚学派的行政管理视角和商业导向色彩。

1968年,哥伦比亚学大学在学生运动中发生了爆炸案,而代表传播学科主导专业意识形态的哥伦比亚学派也开始走下了神坛,这其中牵涉多种原因,比如拉扎斯菲尔德本人转向其他领域以及其对应用研究局的管理不善等,但是在学界看来,更关键的是,哥伦比亚学派已经走到理论创新的尽头,其量化研究方法也不尽人意,而当时的美国需要更精确的社会科学来解答60年代留下来的难题。于是,随着美国社会转型时期的动荡不安,美国传播学也亟需解决自身的学科危机,寻求新的方法与视野。

2. “昙花一现”的欧洲灵感与行为主义的胜利

可以说,60年代的社会剧变把社会科学包括传播学卷入了一场学科反思与创新思潮中。如美国社会学现象学传统的重要推动者哈罗德·加芬克尔在1967年创立了“常人方法论”,以求脱离被帕森斯统治着的结构功能主义社会学,转而研究人们在日常生活互动中所遵循的某些“民间”基本规则。

到了70年代,随着凯瑞等人开始引入英国文化研究思想,文化研究开始被应用到电视研究以及政治传播领域,加上法国思潮在美国的影响

逐渐强大起来^①,法兰克福学派也走进了主流传播学视野中(尽管也迅速被边缘化),人们几乎可以说当时的传播研究再次向多元思想开放。“阿多诺、霍克海默、马尔库塞和哈贝马斯的原著、当代德国人著作的译著以及有关法兰克福学派的二手著作戏剧性地涌现出来。不过,此后的(大众)传播研究对批判理论的解读和阐释始终处在思想界的外围。”(汉诺·哈特,2008:125)

然而,尽管60年代的社会转型让传播学界发现了“人”的主动性与日常生活的力量,欧洲的舶来思潮也为传播理论的发展提供了更多的可能性。如凯瑞对根植于传播的“传递观”的批判,指出了以“行政研究”为代表的传播研究是为了寻求劝服、改变或强化态度的方法,意图建立一门阐明行为规则或功能的行为科学,并没有认真对待文化的意义,进而他通过汲取格尔兹的文化人类学思想提出了传播的“仪式观”,把传播看作是“创造、修改和转变,一个共享文化的过程。”(詹姆斯·凯瑞,2005:28)又如吉特林和费斯克都回到了深刻影响文化研究发展的葛兰西的霸权理论,吉特林明确指出,“霸权即指统治阶级(或联盟)通过加强意识形态在日常生活中的渗透,来实现对被统治阶级的支配。这是一个对大众的操纵,使他们对既有秩序形成认可(但并不是必要或蓄意的)的过程。”(托德·吉特林,2007:189)然而,文化研究到了美国还是迅速被学科化,而且知识只是作为较为边缘的力量,如凯瑞弱化英国文化研究的批判色彩,借助芝加哥学派的声音来建构一个“本土”理论,或凯尔纳徒有继承“景观社会”概念之名,只是在实用性极强的现象认知层面进行“诊断式”研究美国文化,这实际上都反映了美国文化研究的相对弱势地位,而且从一开始文化研究之所以受到美国传播学界的欢迎,与其说是相中了其中的批判性力量,不如说是看上了其弥补传统主流传播学的缺陷的功能,换句话说,因为文化研究是“有用的”而被允许进入学术话语圈,但是前提也必须是经过主流专业意识形态所改造的文化研究。可以说,尽管大西洋两岸的思想界均掀起

① 如1970-1983年期间,福柯几乎每年都到美国的大学讲学,而德里达也曾任霍普金斯大学与耶鲁大学的访问教授。

了反思“日常生活”的热潮,只是,来自欧洲的思想灵感在美国似乎只是“昙花一现”,最后其思想的根本立场还是被美国传播学科的专业意识形态消解了。

事实上,到了70年代,美国传播学的重点仍是诞生于40年代哥伦比亚学派广播研究的“使用与满足”思想,只是“使用与满足”在60年代开始建构自身框架与理论时,已经转向社会学和心理学层面的方法论,而且在70年代后,这一转向只是更加明显。于是,在专家学者们开始重新审视主流传播学的缺陷,开始将目光投向以青少年亚文化为代表的“生活方式”的研究的同时,主导的方法论似乎就变成了耶鲁学派所代表的个人主义取向的行为主义心理学范式。可以说,顺应美国权力阶层对于精确科学的需求,经历60年代的社会转型,更接近自然科学研究的耶鲁学派(尽管霍夫兰在1964年去世了)成了主导的理论流派。于是,在这种情况下,美国主流传播学语境下的“日常生活”是否只是大众传播逻辑下的一个研究对象就成了一个疑问。

四、“日常生活”背后的大众传播逻辑

尽管对“日常生活”的关注是从反思大众传播对主体的弱化开始的,但是从伍德和达克乃至凯瑞和凯尔纳的论述中,人们可以明显察觉其中依然强势的“大众传播”逻辑。而这一逻辑最明显的特征就是单向的控制性。首先它预设了一个前提:社会是静态均质的结构,行动主体是原子化的存在,而且本能地对传播有需求。这一点也是米尔斯提出的抽象经验主义缺乏社会学的想象力的其中一个原因。另外,它总是尝试科学地建构某一传播行为,缺乏历史感与人文关怀,并且往往以因果关系作为所谓的有效论证方式。

在这个意义上来说,也就让列斐伏尔眼中的复杂的总体性的“日常生活”沦落成为他所反对的被简化的结构性的世界。人们也就可以看出法国日常生活批判视野下的“日常生活”尖锐地指出了美国主流传播学的简单且封闭的思维:首先,列斐伏尔认为日常生活具有整体性,而不是某一对象或地方,换句话说,日常生活并非伍德

与达克等人为代表的所认为的可以将日常生活分解成一个个独立实体,不能用“恋爱+家庭生活+工作+休闲娱乐……”这样简单的算法来表示,退一步来说,至少也应该把日常生活理解成各内容是混合交叉在一起;而顺着上面的观点来看,与列斐伏尔认为日常生活是动态性的不同,人们可以发现美国主流传播学之所以能把日常生活分成不同的独立部分来看,其前提是将社会视为一个“静态的结构”,这其实也在很大程度上反映出美国主流传播学的“静态”的思维模式,这一点其实也体现了结构功能主义的影响,不过当这种“静态”的思维与行为主义结合就变成了伍德与达克所提倡的关于日常生活的“微观的策略研究”,换句话说,美国主流传播学语境中的日常生活世界变成了没有动态矛盾的可以操控的世界;最后,法国的视野也给看待日常生活提供了截然不同的思考视角——ontology(本体论、存在论),列斐伏尔延续海德格尔的存在主义哲学从本质的角度考虑日常生活,将其视为人的存在状态,从而从人的本质上建构其日常生活批判体系,而美国传播学语境中的“日常生活”始终是站在一个经验的认知论上,将其变成了一个可客观描述的对象。

那么为什么对于极具现实性且复杂的日常生活领域依旧沿袭这种大众传播逻辑?

“芝加哥学派所开创的经验主义研究方法,到了大众传播研究的确立,完全成为实证主义,米尔斯称为抽象经验主义,从自然科学借鉴而来,并做了权宜性修改。表面上看与价值无涉,实际上避开结构问题,以心理主义偏向来研究情境问题。……传播及其大众媒介不再是芝加哥学派所以为的人类关系的本质,而是成为了工具和技巧。”(黄旦,2005)与欧洲知识分子以独立性和否定性为本分不同,美国的传播学家们一向信奉实用主义这一国家哲学,他们始终赞同皮尔斯与詹姆斯这些实用主义创始人所说的“有用就是真理”或者说“社会原则就是逻辑的基础”等。只是在二战前后,实用的标准已经从传统芝加哥学派所认同的社会进步渐渐变成了国家利益,连米德与杜威崇尚的交流哲学中的“共享”最后也变成了“共识”。于是在这种为权力服务的主导意识形态下,

无论是自我传播还是人际传播,这些跟日常生活紧密相关的传播行为最后也变成了行为主义上的个人对自我和对他人的控制的研究。“在这些语境下,传播作为了解自我和他者的基本方式就成为安排秩序的机制和构建控制的过程。例如,米德提出的‘分享他者经验的传播’的原理就成为‘扮演他者的角色’,其中涉及自我控制、自我批评等问题,这说到底是一个社会控制的问题。”(汉诺·哈特,2008:185)这种实用主义精神甚至让英国的文化研究被引入美国后也融入了结构功能主义的语境中,由于它能够成功地为传统的大众传播补救了受众分析和话语分析等领域的空白,并且在可以接受的范围内进行批判,而不像法兰克福学派那样抽象而绝望地否定,这在很大程度上就让美国主流传播学有更多资本认为自身思想是多元并且是“好的”,但是这种情况也让英国的文化研究视野中的“日常生活”来到美国后变得面目全非。

细看英国文化研究视野下的“日常生活”,人们就会发现,作为新左派知识分子的霍加特、汤普森与威廉斯指出了日常生活与“阶级”的关系,让人们看到不同的阶级文化下人们的生活方式是不同的,也就意味着不同阶级的人对日常生活的感受是不同的,随之而来的面临的日常生活的矛盾与问题也是不同的,至少可以说达克与伍德提出的面对日常生活的问题提出的解决方案是值得商榷的。而且,自美国传播学者詹姆斯·凯瑞等人在70年代开始引入文化研究并使之学科化,实际上也就被美国主流意识形态同化了。“美国文化研究对传媒领域一切产生意义的东西都感兴趣,以往认为最没有价值的文化,如中间阶层、中等阶层的文化等,也变成了研究的对象……而英国文化研究对自己所认为的流行大众文化并不本真的流行或大众文化态度相对冷漠,他们认为正宗的流行大众文化就是工人阶级的文化。”(埃里克·麦格雷,2009:115)而且以“仪式观”看待文化与日常生活的凯瑞其实依然遵循着一种“自上而下”的控制论逻辑,因为这个源于人类学的术语实际上有建构并维系秩序的隐喻,不仅弱化了英国文化研究中的阶级“斗争”(汤普森)或者“共存”(威廉斯)色彩,而且从“共享”变成了“控制”。

“美国文化研究描述的世界比布尔迪厄、塔尔德、卡茨和拉扎斯菲尔德设想的纵向模型要平等得多,差别和身份认同的表达也更尖锐。”(埃里克·麦格雷,2009:115)

事实上,对日常生活传播领域的“殖民”证明了当一个学科的主导性话语成为专业意识形态后势必会排除与之相斥的话语。如美国文化研究一如美国主流社会科学拒绝马克思主义一样,“意识形态”这个被他们视为马克思主义关键概念的词语也被故意地忽视或者淡化。“美国文化研究视角有这样一个倾向:它使用的意识形态观念是经过理想主义的文化理论家引申后的意识形态观念,这种观念忽略了意识形态被生产出来的过程和条件。”(汉诺·哈特,2008:167)又如拉扎斯菲尔德的第二任妻子赫佐格在40年代对女性受众收听日间广播剧的研究中指出了这种肥皂剧其实是以一种低俗的替代性幻想来控制她们的精神欲望,但是带有明显的法兰克福学派文化工业批判精神的赫佐格却在主流传播学中被视为强调受众主动性并且洋溢着行为主义心理学色彩的“使用与满足”理论的奠基者之一。美国主流传播学正是在这种学科体制化的过程中变得日益单一且在学理上停滞向前,而只是将主导的专业意识形态向其他领域扩张。“这一学科多年来一直致力于说明以下的一些神话:美国的传播制度与传播体系是其他国家未来发展的终极模式;美国传媒业的合法性在于它促进了民主的进步和国家的发展;先进的传播尤其是大众传播方式对于美国社会进步的重要意义。”(胡翼青,2012:75)同时也是因为国家的权力精英们需要更精确的社会科学来维护这种意识形态,于是尽管芝加哥学派和哥伦比亚学派都在一定程度上关注了生活领域的传播,但是最后还是以现在的有自然科学色彩的行为主义层面上的“日常生活”阐释更深得当下主流传播学的欢迎。

美国主流传播学对待“日常生活”的态度也可以让人联想到美国右派知识分子艾伦·布鲁姆所提出的“美国精神的封闭”的观点。“开放导致了美国的固步自封——美国之外的世界呈现出单调的多样性,它顶多让人了解到价值是相对的,而我们这里创造着我们想要的各种生活方

式,我们的开放意味着我们不需要别人。”(艾伦·布鲁姆,2011:10)或者说,“美国人普遍相信,现代民主制度正在他们的国家得到实现,它也可以在任何地方得到实现,而且这种民主制度是完美无缺的。”(艾伦·布鲁姆,2011:113)某种意义上来说,尽管60年代让美国人对这些信念产生了怀疑,但是随着政治经济秩序的复原,民权运动的矛盾的基本解决,伍德斯托克也不过成了一个时代的记忆,对于布鲁姆来说甚至只是一次闹剧。在被普遍认同的“美国精神”中,世界存在着多种文化,不必争来争去。“我们对减少冲突的渴望解释了‘辩证法’一词广为流行的原因,按照我们的理解和马克思主义者的理解,它以对立始,以综合终,所以一切魅力和诱惑都统一于和谐之中。”(艾伦·布鲁姆,2011:184)

五、结语

综上所述,以越战拉开时代序幕的20世纪60年代的美国社会历经了新左派运动、民权运动、嬉皮士文化运动等社会动荡与转型后,使得建立在民主、自由与人权基础上的美国舆论共识遭到质疑,而当时主导传播学的哥伦比亚学派的“行政研究”不仅遭到吉特林等人批判,自身也走到理论创新的尽头。在这种情况下,美国主流传播学开始重新发现了曾经被芝加哥社会学派所关注的“日常生活”这一论题,除了开始反思占据统治地位的结构功能主义范式以外,在随后的70年代里传播学界也开展了一场关于法兰克福学派批判理论的论争并且引入了在五六十年代兴盛起来的英国文化研究。然而,从美国70年代以后的主流教材如朱莉娅·伍德和史蒂文·达克的著作来看,人们可以发现最后还是以洋溢着耶鲁学派的行为主义色彩的日常生活传播研究占据了主流地位,而从相对边缘的詹姆斯·凯瑞和道格拉斯·凯尔纳的著作中可以看出,他们只是借用了欧洲理论中的“日常生活”或者“日常文化”这一概念,并没有真正唤醒日常生活的潜在革命力量,并且使得连具有较强批判精神的文化研究也在美国迅速被体制化,被改造成符合其专业意识形态的传播学分支,换句话说,

美国文化研究是“诊断式”的,同样渗透着“自上而下”的大众传播领域的控制逻辑。不同于英国文化研究话语中的日常生活所具有的阶级性与文化属性,也不同于法国的列斐伏尔思想中的“总体性关系层面”、本体论与动态性视角中的日常生活,美国主流传播学语境中的“日常生活”忽视了不平等的阶级的不同感受结构,弱化了日常生活内部的斗争,而且是从经验认知的视角将“日常生活”视为一个个独立实体部分拼凑起来的静态的可操纵的世界。这种微观的策略性研究使得“日常生活”成了美国传统大众传播研究的“殖民”领域,只是从控制社会转向控制自我和影响他人,这在很大程度上也是美国实用主义哲学的延续,只是实用的标准早已从进步主义时代的“为社会进步”变成“为国家利益和权力阶层服务”,大众传播逻辑“殖民”日常生活领域正是在很大程度上源于国家的权力精英们需要更精确的社会科学来维护其美国精神,在传播学领域又具体表现为“认为美国传媒体系是最先进”的信条。这在一定程度上体现了美国右派知识分子布鲁姆所言的“美国精神的封闭”即始终坚信美国民主制度的完美和不需要别人的态度。最后,这也证明了美国主流传播学对日常生活的研究无法摆脱结构功能主义与行为主义的强大逻辑。

【参考文献】

- [1] Henri Lefebvre (2002). *Critique of everyday life volume 1*. London, New York: Verso.
- [2] 刘怀玉(2007). 日常生活批判:走向微观具体存在论的哲学. 吉林大学社会科学学报, (5). [Liu Huaiyu (2007). *Critique of Everyday Life: A Philosophy towards Concrete Ontology*. Jilin University Journal Social Sciences. (5).]
- [3] [美] 托尼·朱特(2010). 战后欧洲史. (林骧华, 唐敏译). 北京: 新星出版社. [Judt, Tony (2010). *Post War: A History of Europe since 1945*. (Trans. By Lin Xianghua and Tang Min). Beijing: Xinxing Press.]
- [4] [英] 约翰·斯道雷(2010). 文化理论与大众文化导论(第五版). (常江译). 北京: 北京大学出版社. [Storey, John (2010). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (The fifth edition). (Trans. By

- Chang Jiang). Beijing: Beijing University Press.]
- [5] 张亮(2008). E. P. 汤普森“文化唯物主义”视野中的文化概念. 浙江学刊. (5). [Zhang Liang (2008). E. P. Thompson: *The Concept of Culture in the View of "cultural materialism"*. Journal of Zhejiang Aca - emic. (5).]
- [6] [英] 雷蒙·威廉斯(2011). 文化与社会. (高晓玲译). 长春: 吉林出版集团有限责任公司. [Williams, Raymond (2011). *Culture and Society*. (Trans. By Gao Xiaoling). Changchun: Jinlin Publi - hing Group.]
- [7] [法] 弗朗索瓦·多斯(2004). 从结构到解构——法国20世纪思想主潮. (季广茂译). 北京: 中央编译出版社. [Dosse, Francois (2004). *Histoire du structuralisme*. (Trans. By Ji Guangmao). Beijing: Central Compilation & Translation Press.)]
- [8] [法] 米歇尔·福柯(2010). 福柯读本. (汪民安主编). 北京: 北京大学出版社. [Foucault, Michel (2010). *Michel Foucault: A Reader*. (Edited. By Wang Minan). Beijing: Beijing University Press.]
- [9] [英] 本·海默尔(2008). 日常生活与文化理论. (王志宏译). 北京: 商务印书馆. [Highmore, Ben (2008). *Everyday life and Culture Theory: An Introduction*. (Trans. By Wang Zhihong). Beijing: The Commercial Press.]
- [10] 刘怀玉(2005). 为日常生活批判再辩护——论列斐伏尔‘日常生活批判’第二卷的基本意义. 江苏行政学院学报. (5). [Liu Huaiyu (2005). *Defending again Daily Life Criticism - on the Meaning of Lefebvre's Second Volume of Daily Life Criticism*. Journal of Jiangsu Administration Institute. (5).]
- [11] [美] 朱莉娅·伍德(2009). 生活中的传播. (第四版). (董璐译). 北京: 北京大学出版社. [Wood, Julia T. (2009). *Communication in Our Lives*. (The fourth edition). (Trans. By Dong Lu). Beijing: Beijing University Press.]
- [12] [美] 史蒂文·达克(2005). 日常关系的社会心理学. (姜学清译). 上海: 三联书店. [Duck, Steve (2005). *Human relationships*. (Trans. By Jiang Xueqing). Shanghai: Joint Publishing Company.]
- [13] 胡翼青(2007). 再度发言: 论社会学芝加哥学派传播思想. 北京: 中国大百科全书出版. [Hu Yiqing (2007). *Speak Again: On the Communication Thoughts of Chicago School*. Beijing: Encyclopedia of China Publishing House.]
- [14] [美] 詹姆斯·凯瑞(2005). 作为文化的传播: “媒介与社会”论文集. (丁未译). 北京: 华夏出版社. [Carey, James W. (2005). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. (Trans. By Ding Wei). Beijing: Huaxia Press.]
- [15] [美] 威廉·曼彻斯特(2004). 光荣与梦想: 1932 - 1972年美国社会实录. (广东外国语学院美英问题研究室翻译组译). 海口: 海南出版社 三环出版社. [Manchester, William Raymond (2004). *Glory and the Dream*. (Trans. By Guangdong Foreign language college the laboratory of America and Britain). Haikou: Hainan Press Sanhuan Press.]
- [16] [美] 汉诺·哈特(2008). 传播学批判研究——美国的传播、历史和理论. (何道宽译). 北京: 北京大学出版社. [Hardt, Hanno (2008). *Critical Communication Studies: Communication, History and Theory in America*. (Trans. By He Daokuan). Beijing: Beijing University Press.]
- [17] [美] 托德·吉特林(2007). 新左派运动的媒介镜像. (张悦译). 北京: 华夏出版社. [Gitlin, Todd (2007). *Whole World is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. (Trans. By Zhang Yue). Beijing: Huaxia Press.]
- [18] 黄旦(2005). 美国早期的传播思想及其流变——从芝加哥学派到大众传播研究的确立. 新闻与传播研究. (01). [Huang Dan (2005). *Early American Thoughts on Communication and Their Evolution: From Chicago School to the Establishment of the Studies of Mass Communication*. Journal of Journalism and Communication. (01).]
- [19] [法] 埃里克·麦格雷(2009). 传播理论史: 一种社会学的视角. (刘芳译). 北京: 中国传媒大学出版社. [Maigret, Eric (2009). *Sociologie De la Communication et Des Medias*. (Trans. By Liu Fang). Beijing: Communication University of China Press.]
- [20] 胡翼青(2012). 传播学科的奠定: 1922 - 1949. 北京: 中国大百科全书出版社. [Hu Yiqing (2012). *The Establishment of Communication: 1922 - 1949*. Beijing: Encyclopedia of China Publishing House.]
- [21] [美] 艾伦·布鲁姆(2011). 美国精神的封闭. (战旭英译). 南京: 译林出版社. [Bloom, Allan (2011). *Closing of the American mind*. (Trans. By Zhan Xuying). Nanjing: Yilin Press.]

[责任编辑 吴赞]

《政治传播》杂志:全球政治传播研究的 轨迹与前沿

连彦乐

(浙江大学传媒与国际文化学院, 杭州 310028)

[摘要] 本文选取了 Web of Science 数据库中 1996 - 2011 年间《政治传播》杂志刊载的 308 篇学术论文作为研究样本,通过从研究内容、研究方法以及引用率高的核心文章三个角度开展详细的分析,展现了世界政治传播领域的研究状况,讨论了世界政治传播学的研究趋势与启迪。

[关键词] 政治传播;特色;核心文章;启迪

A Literature Review on the Journal of “*Political Communication*”: the Track and the Leading Edge of Global Political Communication Research

Lian Yanle

(College of Media and International Culture, Zhejiang University, Hangzhou 310028, China)

Abstract: On the basis of 308 articles from the journal of *Political Communication* during the years of 1996 - 2011 through the database of Web of Science, the author analyzes the research contents, research methods and perspectives of frequently referenced core articles. It clearly shows current and development of the research results on Global Political Communication.

Key words: Political Communication; Features; Core Articles; Enlightenment

在现代社会,大众传媒(Mass Media)在政治进程中扮演着日渐重要的角色,媒体与政治呈现出一种密不可分的互动关系,尤其表现在政治传播(Political Communication)领域中。政治传播学在新闻传播学和政治学、外交学、国际关系学等研究机构中获得广泛的关注,各国政府也纷纷对媒体中政治信息的流动与控制投入前所未有的注意力,以适应媒体时代的政

治环境。

政治传播学作为政治学、传播学、社会学等多门学科的交叉研究领域,是一门十分年轻的新兴学科,有待学者们进一步探索与建构。西方学术界普遍认为现代政治传播研究起源于20世纪20年代,至今还不到一百年。自20世纪60年代起,西方政治传播研究开始突破传播学的狭窄视角,形成了“以大众传播与政

[作者简介] 连彦乐(1987-),女,浙江桐乡人,浙江大学传媒与国际文化学院新闻所研究生,从事政治传播、传播与社会研究。电子邮箱:lianyanle@126.com。

治之间的互动为主”的新的学科形态。^①以竞选活动和政府机关的运作为关注的核心话题^②。二十世纪七、八十年代出现了多元化的趋势,政治传播学的研究分支越来越多,学派林立。

虽然国内学术界近些年来对于国际政治传播的关注程度日益提高,涌现了一些专著和论文,但与欧美等国的研究相比仍有较大差距。笔者于2011年12月18日登陆“知网”数据库,以“政治传播”为关键词对标题进行搜索,得到学术期刊论文545篇,博士论文11篇,硕士论文63篇,会议论文13篇。其中部分文章与“政治传播学”的相关程度并不高,属于政治经济学等其他范畴。这632篇文章的学科分布情况为:新闻传播学领域最多,有98篇;政治学领域84篇;其他11个领域共27篇。从整体上看,国内对政治传播的研究还处于起步阶段,研究的学科交叉性不强,对西方政治传播理论的引进和吸收还远未完成。比如,对西方政治传播学的介绍仍然比较简单,研究还比较薄弱。从研究方法来看,主要使用的是定性的研究方法,定量研究很少。^③相比较而言,政治传播学研究在西方发达国家较为成熟,尤其是在美国。

本文旨在通过对政治传播领域的权威期刊——美国的《政治传播》杂志(*Political Communication*)刊登的学术论文进行细致的分析,呈现世界政治传播领域的研究状况,为今后我国乃至全球政治传播研究带来借鉴与启迪。

一、研究背景

(一) 杂志概况

《政治传播》杂志是一份聚焦政治传播领域的跨学科的国际学术刊物。1980创刊至今三十二年,共出版28卷,自1987年起固定为季

刊。由泰勒与弗朗西斯集团(Taylor & Francis)下属的位于美国宾夕法尼亚州的劳特利奇出版社(Routledge)出版发行。历史上出过8期特刊,分别为:1991年第3期的“电视与竞选活动的比较研究”,1993年第4期的“媒体与海湾战争”,1994年第4期的“大选年的传播:参与还是疏远”,1995年第4期的“冷战后的国际新闻”,1996年第4期的“新闻规范和新闻结构:表现政治的规则”,2006年第2期的“新制度主义与新闻”,2009年第1期的“传播与政治社会化”,2011年第3期的“中国的政治传播:媒体与政治系统之间是会聚还是分散?”读者群主要定位为教授、研究人员、学生、政治参与者、政府及媒体。

(二) 杂志特色

1. 权威性

《政治传播》杂志由美国政治学研究会(APSA)和国际传播协会(ICA)的政治传播学部(Political Communications Divisions)共同发起主办,具有强大的学术机构与专家团队作为专业支撑。杂志刊载的所有文章均经过严格的原创扫描和两位专家的匿名评审。全球三大资讯提供商之一的汤姆森路透社在其新近发布的《2010年期刊引用报告》中,将《政治传播》排在政治学(社会学)类的第35/139位,传播学(社会学)类的第17/67位,影响因子为1.093。被英国人文科学索引、CSA、EBSCO、IBSS等二十余个世界权威著名数据库收录。^④

2. 全面性

《政治传播》杂志广阔的视野源自一个信念,即所有的政治生活在很大程度上为政治信息和信息发送者所塑造。刊载的文章,囊括了散布于大众传媒或其它公共和私人渠道的大众与精英信息;政治语言及其在政治运动中的运用;政府和私人传播政策;比较政治传播和国际政治传播。专题论文对关键性的问题展

① 张晓峰、荆学民,《现代西方政治传播研究述评》,《教学与研究》,第7期(2009年)。

② Political communications, from: http://en.wikipedia.org/wiki/Political_communications。

③ 郑一卉,《我国政治传播研究百年回望》,《武汉大学学报(人文科学版)》,第3期(2005年)。

④ From Taylor & Francis Group online: <http://www.tandf.co.uk/journals/titles/10584609.asp>。

开深度探讨。^① 研究对象包括互联网、移动电话等新媒体以及报纸、广播、电视等传统媒体,内容包含了与政治传播领域密切相关的理论性研究、案例研究、比较研究、实验研究及对方方法论等的探讨。

3. 国际性

《政治传播》设置了1位主编、1位副主编、1位创刊编辑、1位书评主编和35位编委共39位编辑,均来自世界著名大学。其中2位来自以色列、1位来自英国、1位来自意大利、1位来自丹麦、1位来自加拿大、1位来自荷兰。刊载的文章所研究的地域范围涵盖了五大洲30多个国家和地区。稿源有来自 APSA、ICA 年会与部门会议的论文,也有来自美国公共舆论研究会、美国新闻与传播中的教育学会、英国政治学研究会、欧洲电视电影研究会议等其他学术会议的论文。

(三) 样本范围

本文以 Web of Science 数据库为基础^②,选取了1996-2011年间《政治传播》杂志中刊载的308篇学术论文作为研究样本,略去了281篇书评、41篇会议记录、29篇编辑材料、17篇评论、5篇传记以及2篇更正。这16期杂志每期100余页,每年页数最多为536页(2005年),最少为445页(1999年),每期文章数从10篇以内至30余篇不等。

二、研究方案

本文拟对选取的样本从研究内容、研究方法以及引用率高的核心文章三个角度展开分析,从中探寻世界政治传播学的研究现状与趋势。

(一) 研究内容

1. 刊文数与引用情况

以出版时间排序,统计1996-2011年间,

《政治传播》杂志每年刊载的学术论文总数及引用情况,分析变化情况。

2. 研究覆盖区域

统计样本中研究内容所涵盖的区域,统计每年的分布情况,分析关注的区域热点与变化趋势。

3. 研究者与研究机构

统计样本中作者的合作情况及其所在的研究机构,论文发表的会议类型。可以看出目前世界政治传播研究的学术深度与广度。

4. 研究主题

对政治传播学的研究产生极大影响的《政治传播手册》曾归纳过政治传播学的七项主干研究,包括语言分析、态度转变研究、投票研究、政治与新闻媒介的关系研究、功能与制度研究、传媒技术的理论研究以及竞选技术风格研究。^③ 中国传媒大学政治传播研究所所长荆学民教授曾将我国的政治传播研究划分为政治传播的主体研究、大众媒介的政治功能研究、政治传播思想研究、国家、政府形象传播研究、关于政治传播学科的构建研究等方面进行述评。^④ 综合国内外著名学者的意见,本文将样本分为政治传播本体研究、技巧研究、文本研究、载体研究、功能与效果研究、机制与环境研究以及其他7个大类。

(二) 研究方法

大体上可以分为:比较研究、案例研究、实验及数据分析、内容分析、思辨研究、介绍与阐述、观察法、调查法、综合性研究(使用一种以上的研究方法)等。

(三) 核心文章

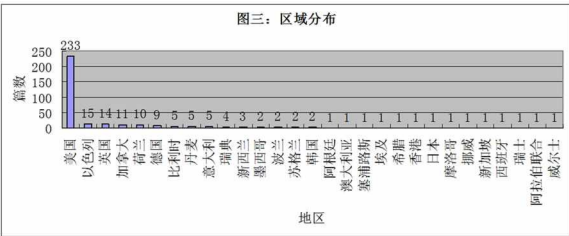
本文以 Web of Science 数据库提供的引用数据为基础,对引用次数在40次以上的23篇核心文章进行重点分析,从中归纳时间政治传播研究的核心关注内容与发展趋势。

① 同上。

② 搜索时间为2011年12月18日,“出版时间”项设定为“所有年份”,实际上的搜索结果为:1996年第2期至2011年第2期。

③ Edited by Dan Nimmo & K R. Sanders, *The handbook of political Communication*, (California: Sage, 1984), p. 19.

④ 李彦冰、荆学民,《我国近几年政治传播研究述评》,《东南传播》,第6期(2010年)。



由上述统计图表可见,1996 - 2011 年间,《政治传播》杂志刊载论文的研究区域虽然涉及了五大洲的 30 个国家和地区,但比重明显不平衡。主要集中于美洲、亚洲和欧洲,其主要代表分别为:美国、以色列及英国,关于美国的研究比重尤其巨大,而以色列和英国是与美国走得比较近的“友邦”。研究涵盖的都是经济发达的区域,这可能与经济发达地区的政治传播发展较为成熟、内容丰富有关。从时间上看,近年来对西欧国家的关注度较高。

3. 研究者与研究机构

表二 《政治传播》杂志学术论文作者数量统计(单位:篇)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	合计
1 人	1	1	9	12	19	11	11	12	10	13	16	12	7	10	7	5	156
2 人	1	0	7	7	9	7	4	8	4	6	5	5	6	7	6	4	86
3 人	1	0	4	4	4	4	7	0	1	3	1	0	5	5	3	1	43
3 人以上	0	0	4	0	1	1	0	0	3	3	2	0	2	1	5	1	23
合著总计	2	0	15	11	14	12	11	8	8	12	8	5	13	13	14	6	152

从表二可以看出,虽然单独 1 人的作者数量最多,有 2 人、3 人、3 人以上作者的论文逐渐减少,但合著的论文数量占样本总数的 49% 多,表现出极强的合作性。合著论文较多的年份为 1998、2000、2001、2002、2005、2008、2009、2010 年,呈现出一定的阶段性。研究的机构来源分散,但主要集中在欧美发达国家的高校,表三列出了发文数在 3 篇及以上的 35 家科研机构。

样本中含有 41 篇会议论文,论文发表的会议类型见表四。其中,政治学领域 24 篇,新闻传播学领域 15 篇,其他领域 2 篇。可以看出,目前世界政治传播研究主要集中在政治学与新闻传播学领域,包含一些地区性会议与专题研讨会,多学科的研讨很少。政治学领域相对更加重视政治传播研究,这可能与现实的政治需要及资金资助有关。

表三 研究机构分布情况

机构	文章数	所占比例
(美)威斯康星大学	21	6.818 %
(美)伊利诺斯大学	17	5.519 %
(美)华盛顿大学	16	5.195 %
(美)俄亥俄州立大学	13	4.221 %
(以色列)希伯莱大学	12	3.896 %
(美)宾夕法尼亚大学	10	3.247 %
(美)乔治华盛顿大学	9	2.922 %
(美)密歇根大学	9	2.922 %
(美)哈佛大学	8	2.597 %
(荷兰)阿姆斯特丹大学	8	2.597 %
(美)德克萨斯大学	8	2.597 %
(美)西北大学	7	2.273 %
(美)明尼苏达大学	7	2.273 %
(美)康奈尔大学	6	1.948 %
(美)斯坦福大学	5	1.623 %

(美)加利福尼亚大学圣迭戈分校	5	1.623 %
(美)加利福尼亚大学圣巴巴拉分校	5	1.623 %
(美)美国大学	4	1.299 %
(加拿大)麦克吉尔大学	4	1.299 %
(美)波特兰州立大学	4	1.299 %
(美)加利福尼亚大学洛杉矶分校	4	1.299 %
(美)科罗拉多大学	4	1.299 %
(美)马里兰大学	4	1.299 %
(美)密苏里大学	4	1.299 %
(美)华盛顿州立大学	4	1.299 %
(美)哥伦比亚大学	3	0.974 %
(美)印第安那大学	3	0.974 %
(美)中部田纳西州立大学	3	0.974 %
(比利时)安特卫普大学	3	0.974 %
(美)特拉华大学	3	0.974 %
(美)休斯顿大学	3	0.974 %
(美)伊阿华大学	3	0.974 %
(加拿大)蒙特利尔大学	3	0.974 %
(美)南加利福尼亚大学	3	0.974 %
(美)德州大学奥斯丁分校	3	0.974 %

表四 论文发表的会议类型

会议名称	篇数
国际交流协会(ICA)会议	10
美国政治科学协会(APSA)年会	8
中西部地区政治科学协会年会	6
南方政治科学协会年会	4
欧洲联盟政治研究研讨会会议	1
欧洲电视电影研究会议	1
美国公共舆论研究会会议	1
新闻与传播中的教育学年会	1
英国政治研究协会年会	1
南部各州传播协会年会	1
西南部社会科学协会年会	1
新闻伦理会议:西方—穆斯林国家中的比较与转变	1
东北部政治科学协会会议	1
国际交流协会(ICA)的政治传播部门会议	1
政治学研究方法会议	1
城市生活社会转型研讨会	1
电子民主研讨会	1

4. 研究主题

“功能与效果研究”所占比例最重,达40%,涉及的内容也多:(1)公民参政,如1999年第3期的《“连接”和“切断”与公民生活:网络使用及社会资本生产的模式》(“Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation”);(2)议题设置,如1998年第2期的《框架与公共议题:媒体对联邦预算赤字的重要影响》(“Framing and the public agenda: Media effects on the importance of the

federal budget deficit”);(3)知识沟,如2003年第2期的《有好的软新闻吗?软新闻对政治知识的影响》(“Any good news in soft news? The impact of soft news preference on political knowledge”);(4)政治认同,如2004年第1期的《9/11后的美国国家认同、政治精英和爱国媒体》(“US national identity, political elites, and a patriotic press following September 11”);(5)竞选,如2000年第3期的《过度报道投票:竞选中的媒体、公共情绪与投票》(“Overreporting voting: Campaign media, public mood, and the

vote”);(6)技术,如2005年第1期的《卫星技术从遥远的地方汇集新闻的效果》(“The effects of satellite technology on newsgathering from remote locations”);(7)传播者,如2003年第4期的《展望核心社区:在线报纸编辑概念化他们的政治角色》(“Envisioning the caucus community: Online newspaper editors conceptualize their political roles”);(8)广告,如2002年第1期的《团体暗示和意识形态束缚:实验与实际中的政治广告效应研究的回应》(“Group cues and ideological constraint: A replication of political advertising effects studies in the lab and in the field”);(9)社会化,如2009年第1期的《在年轻人中建立社会资本:大众媒体和人生观的角色》(“Building Social Capital in Young People: The Role of Mass Media and Life Outlook”))。

“文本研究”占样本量的18%,主要涉及4个方面:(1)犯罪,如2005年第3期的《黄金时段电视的议题设置与激发:犯罪剧作为政治线索》(“Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news”);(2)竞选,如2004年第1期的《布什与戈尔第一次总统辩论中的价值观与说服》(“Values and persuasion during the first Bush-Gore presidential debate”);(3)性别,如2010年第4期的《谁替妇女说话?印刷媒体中的女性主义描写与保守的女性主张》(“Who Speaks for Women? Print Media Portrayals of Feminist and Conservative Women's Advocacy”);(4)重大政治事件,如2002年第2期的《不是好笑的事:阿拉伯/穆斯林报纸中的9/11后的政治漫画》(“No laughing matter: Post-September 11 political cartoons in Arab/Muslim news-papers”))。

“政治传播本体研究”占样本量的10%,主要涉及6个方面:(1)模型建构,如2002年第4期的《一个连接社区活动与传播和社区政治态度与参与的模型》(“A model linking community activity and communication with political attitudes and involvement in

neighborhoods”)勾勒出了一个社区民主参政的模式;(2)新闻伦理,如2003年的《新闻质量的新标准:告诫的公民的防盗报警器》(“A new standard of news quality: Burglar alarms for the monitorial citizen”)与《当新闻规范冲突,照样行事:媒体独立的新证据》(“When news norms collide, follow the lead: New evidence for press independence”)两篇文章讨论了新闻的标准和规范问题;(3)政治传播的边界问题,如1999年第3期的《改变政治传播的空间:以欧盟为例》(“Changing spaces of political communication: The case of the European Union”);(4)政治传播基本问题的探讨,如2005年第4期的《回到基础:重温、解决和扩大一些政治传播研究的基本问题》(“Back to basics: Revisiting, resolving, and expanding some of the fundamental issues of political communication research”);(5)对政治传播的反思,如1999年第3期的《未来在何方?一些回想》(“Whither the future? Some afterthoughts”);(6)对政治传播新范式的研究,如2001年第2期的《对新政治传播的研究》(“Studying the new communication of politics”))。

“机制与环境研究”占样本量的12%,范围主要包括:(1)社会结构,如2004年第3期的《社会结构与公民身份:检验社会背景、网络异质性与信息变量对政治参与的影响》(“Social structure and citizenship: Examining the impacts of social setting, network heterogeneity, and informational variables on political participation”);(2)政党,如2008年第4期的《政党声誉、新闻业的期望:话语权如何影响选举新闻》(“Party Reputations, Journalistic Expectations: How Issue Ownership Influences Election News”);(3)利益集团,如1998年第1期的《利益集团、媒体和政治辩论的形成:信息结构、修辞与资料线索》(“Interest groups, the media, and policy debate formation: An analysis of message structure, rhetoric, and source cues”);(4)内部规范,如

2002年第2期的《管理与自我调节:穆斯林世界中媒体委员会与专业团体的角色》(“Regulation and self-regulation: The role of media commissions and professional bodies in the Muslim world”);(5)文化,如2004年第4期的《2001年新加坡普选中的政治文化与信息技术》(“Political culture and information technology in the 2001 Singapore general election”)。

“技巧研究”占样本量的8%,主要涉及5个方面:(1)设置框架,如2000年第2期的《搭建问题的博弈框架:追踪公共政策新闻的框架策略》(“Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news”);(2)竞选,如2010年第4期的《竞选以话题为基础的战略:2000年加拿大联邦选举中的医保案例》(“Issue-Based Strategies in Election Campaigns: The Case of Health Care in the 2000 Canadian Federal Election”);(3)政治说服,如2008年第2期的《总统对外交政策、民意调查以及可能限制“精心制作的谈话”的领导》(“Presidential leadership on foreign policy, opinion polling, and the possible limits of “Crafted Talk””);(4)特殊手段,如2009年第2期的《明信片和宣传:地图明信片作为俄日战争的软新闻意象》(“Postcards and Propaganda: Cartographic Postcards as Soft News Images of the Russo-Japanese War”);(5)政治人物形象,如2001年第1期的《总统生涯中的自我表达:约翰逊和尼克松的台前台后》(“The presentation of self in presidential life: Onstage and backstage with Johnson and Nixon”)。

“载体研究”占样本量的7%,主要涉及:(1)互联网,如2000年第2期的《网络社区中网络 and 传统新闻媒体的使用范式》(“Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community”);(2)公共讨论,如2008年第1期的《协商的比较研究》(“Investigating deliberativeness comparatively”);(3)其它形式,包括家庭、小报、电

台等,如2002年第3期的《从自上而下到自下而上的影响:家庭在政治社会化中的假设的再研究》(“From top-down to trickle-up influence: Revisiting assumptions about the family in political socialization”);2002年第2期的《从领先者到失败者?约旦的小报》(“From vanguard to vanquished? The tabloid press in Jordan”);2004年第3期的《黑人电台的政治意义:通过史蒂夫·旺德的KJLH-FM电台的社区传播和政治授权,1992-2002》(“Black radio politically defined: Communicating community and political empowerment through Stevie Wonder’s KJLH-FM, 1992-2002”)。

“其他”研究领域占样本量的5%,包括:(1)受众研究,如2001年第3期的《个人动机、感知到的媒体重要性与政治不满》(“Individual motivations, perceived media importance, and political disaffection”);(2)理论思辨,如2006年第2期的《新闻媒体作为“新闻领域”:布尔迪厄为新制度主义增加了什么,反之亦然》(“News media as a “Journalistic field”: What Bourdieu adds to new institutionalism, and vice versa”);(3)新闻工作者,如2002年第2期的《自由作为阿拉伯媒体的一种价值:记者的态度和理解》(“Freedom as a value in Arab media: Perceptions and attitudes among journalists”);(4)人物介绍,如2004年第1期的《阐释者、美国图标和舆论理论家:民主中的诺曼·罗克韦尔》(“Illustrator, American icon, and public opinion theorist: Norman Rockwell in democracy”);(5)方法论,如2010年第2期的《以实验方法研究竞选活动效果的益处》(“The Benefits of Experimental Methods for the Study of Campaign Effects”)。

从下表可以看出,近年来,对“政治传播本体”、“载体”的研究有所减少,“功能与效果研究”、“文本研究”、其他类别的文章大致上保持平稳,“技巧研究”、“机制与环境研究”日益得到重视。

表五 各年度论文的研究主题统计(单位:篇)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	合计
政治传播 本体研究	1	1	1	3	1	5	4	4	0	1	5	1	1	1	2	0	31
文本研究	2	0	5	3	7	6	2	2	5	5	3	5	3	2	4	1	55
功能与 效果研究	0	0	11	12	12	8	6	8	6	16	8	5	9	9	4	6	120
技巧研究	0	0	3	0	3	1	3	2	1	1	1	1	1	5	3	1	26
机制与 环境研究	0	0	4	2	4	1	1	2	2	2	4	1	5	2	6	2	38
载体研究	0	0	0	2	5	1	5	2	3	0	0	1	1	2	0	1	23
其他	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	3	3	0	2	2	0	15

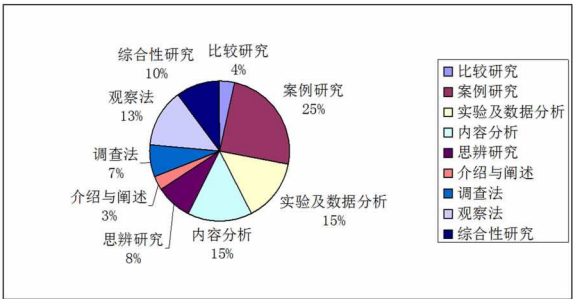
(二)研究方法

通过对样本的归纳分析可以发现,目前对政治传播的研究同时注重量化和质化的研究方法,涵盖了诸如实验法、调查法等量化的实证主义研究方法和诸如访谈、介绍与阐述等质化的人文主义方法。表六反映出,观察法近年来有减少的趋势,而内容分析有增多的

趋势。从图三可以看出,案例研究是使用最多的研究方法,有 75 篇文章采用,有针对某个具体事件的,也有针对某个国家或地区的研究。其次是实验及数据分析和内容分析法,各为 45 篇论文使用。上述三种方法的高使用率与研究的主题有一定的相关性。

表六 各年度论文的研究方法统计(单位:篇)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	合计
比较研究	0	0	3	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	11
案例研究	1	1	7	7	11	4	7	5	6	2	4	6	4	4	5	1	75
实验及数据 分析	2	0	6	1	1	4	3	3	2	1	3	0	5	4	6	4	45
内容分析	0	0	2	2	3	4	1	3	3	4	3	3	8	2	6	1	45
思辨研究	0	0	1	2	2	2	0	5	1	5	4	1	0	2	1	0	26
介绍与阐述	0	0	0	1	0	2	0	0	1	1	5	0	0	0	0	0	10
调查法	0	0	0	3	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	23
观察法	0	0	1	4	12	3	6	1	2	6	2	3	0	1	0	0	41
综合性研究	0	0	4	3	1	1	2	1	1	5	2	0	1	9	1	1	32



图四 各类研究方法所占比重

(三)核心文章

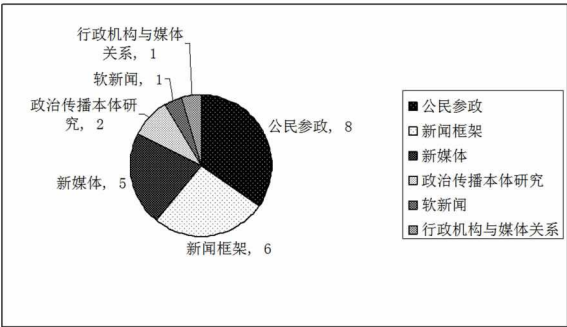
本文以 Web of Science 数据库提供的数据库为基础,将引用次数在 40 次以上的论文作为核心文章进行重点分析。其中,引用频次超

过 100 的是 2001 年第 2 期中的“‘连接’和‘切断’与公民生活:网络使用及社会资本生产的模式”和 1999 年第 3 期中的“社区、传播和参与:大众传媒和人际讨论在地方政治参与中的角色”,引用次数分别达到了 163 和 153 次。前者在对样本进行数据分析的基础上考察了人们使用互联网的动机和年龄层(生命周期)与社会资本生产的关系。后者在对调查数据进行分析的基础上考察了两种形式的地方政治参与,讨论了电视新闻和社区大小与地方政治参与的关系。核心文章的问题领域主要集中在公民参政方面,对新闻框架与新媒体关注也比较多。新媒体与公民参政结合的研究有 3 篇。

表七 引用次数在 40 次以上的论文列表

序号	原文标题	中文标题	出版年(期)	引用频次	会议情况
1	"Connecting" and "disconnecting" with civicle; Patterns of Internet use and the production of social capital	“连接”和“切断”与公民生活:网络使用及社会资本生产的模式	2001(2)	163	
2	Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation	社区、传播和参与:大众传媒和人际讨论在地方政治参与中的角色	1999(3)	153	
3	Connecting news media use with gaps in knowledge and participation	连接新闻媒介使用与知识和参与的鸿沟	2000(3)	99	
4	"Mediatization" of politics: A challenge for democracy?	政治“媒介化”——民主的挑战?	1999(3)	93	
5	The third age of political communication: Influences and features	政治传播的第三个时代:影响及特点	1999(3)	88	
6	The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation	网络、公共领域和政治传播:分散与协商	2005(2)	76	
7	The intersection of race and crime in television news stories: An experimental study	电视新闻故事中的种族与犯罪的十字路口:一个实验性研究	1996(3)	67	1994 中西部地区政治科学协会年会
8	Designing Web technologies for local governance reform: Good management or good democracy?	为地方治理改革设计网络技术:好的管理还是好的民主?	2000(1)	66	
9	News, talk, opinion, participation: The part played by conversation in deliberative democracy	新闻、谈话、意见、参与:协商民主中对话的角色	1999(4)	65	1997 国际交流协会年会
10	Increasing political sophistication through public deliberation	通过公共协商增长政治成熟	1999(1)	64	
11	Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community	网络社区中网络和传统新闻媒体的使用范式	2000(2)	61	1998 中西部地区政治科学协会年会
12	Framing politics at the launch of the euro: A cross-national comparative study of frames in the news	欧元启动的框架政治:一个新闻框架的跨国比较研究	2001(2)	61	2000 国际交流协会年会
13	Does disagreement contribute to more deliberative opinion?	争论有益于形成协商的意见吗?	2002(1)	58	
14	Social structure and citizenship: Examining the impacts of social setting, network heterogeneity, and informational variables on political participation	社会结构与公民身份:检验社会背景、网络异质性与信息变量对政治参与的影响	2004(3)	52	
15	Changing spaces of political communication: The case of the European Union	改变政治传播的空间:以欧盟为例	1999(3)	49	
16	A spiral of cynicism for some: The contingent effects of campaign news frames on participation and confidence in government	犬儒主义的螺旋:运动新闻框架在政府参与和信心方面的可能作用	2001(4)	48	
17	Framing and the public agenda: Media effects on the importance of the federal budget deficit	框架与公共议题:媒体对联邦预算赤字的重要影响	1998(2)	48	

18	Any good news in soft news? The impact of soft news preference on political knowledge	有软新闻的好消息吗? 软新闻对政治知识的影响	2003(2)	47	
19	Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11	信息传递瀑布:争夺 白宫 9/11 后的框架	2003(4)	46	
20	The effect of political discussion in producing informed citizens: The roles of information, motivation, and elaboration	政治讨论在生产被告知的公民方面的作用:信息、推动和详细阐述的角色	2004(2)	46	
21	Gatekeeping, indexing, and live - event news: Is technology altering the construction of news?	守门人、索引与直播新闻:技术改变了新闻的结构吗?	2003(4)	45	2002 美国政治科学协会年会
22	The Internet and citizen communication with government: Does the medium matter?	互联网和公民与政府的交流:媒介重要吗?	1999(4)	4	
23	Values, communication behavior, and political participation	价值、传播行为与政治参与	2001(3)	43	



图五 核心文章问题领域统计(单位:篇)

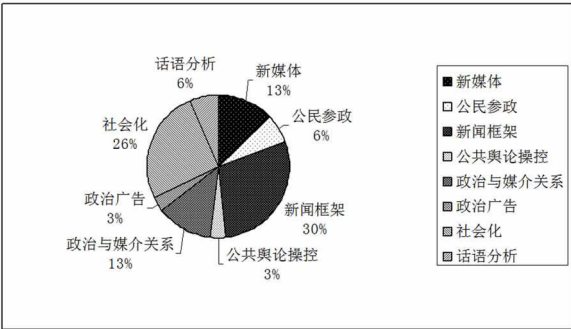
以上 23 篇文章的高引用率与发表时间较早有一定关系,无法较好地反映近年来世界政治传播研究的发展趋势与关注领域的变化,因此,本文又考察了近 3 年《政治传播》杂志发表的被引用的文章(见表八)。引用率明显高出其他文章的是“互联网的使用是否影响参与:一个元分析研究”,3 年来的引用率达到了 12 次。作者应用“元分析”的研究方法对以往的数据进行系统的定性与定量分析,认为互联网的使用并不单纯地有利于或者不利于公民的政治参与。从图五可以看出,近 3 年政治传播研究仍然主要集中在新闻框架、公民参政(“社会化”可以视为公民参政能力方面)与新媒体三大问题领域。与前些年相比,对政治传播本体的研究注意力减弱,而对政治传播技巧方面(包括政党或政客与媒体的关系、话语修辞、政治广告等)的关注度有所上升。

表八 2009 - 2011 被引用的论文列表

序号	原文标题	中文标题	出版年(期)	引用频次
1	Investigating Frame Strength: The Case of Episodic and Thematic Frames	研究框架强度:情景式与主题式框架的案例	2011(2)	1
2	From Incivility to Outrage: Political Discourse in Blogs, Talk Radio, and Cable News	从无礼到愤怒:博客、广播及有线电视新闻中的政治话语	2011(1)	1
3	Effects of Election News Coverage: How Visibility and Tone Influence Party Choice	选举新闻报道的效果:能见度与语气如何影响政党选择	2010(4)	3
4	The Coevolution of Networks and Political Attitudes	网络和政治的态度的协同演化	2010(3)	3

5	Members of Parliament: Equal Competitors for Media Attention? An Analysis of Personal Contacts Between MPs and Political Journalists in Five European Countries	国会议员:媒体注意力上平等的竞争对手? 欧洲五国国会议员与政治新闻记者间人际接触的分析	2010(3)	2
6	Institutional Legitimacy and Russian News: Case Studies of Four Regional Newspapers	制度合法性和俄罗斯新闻: 四个地方性报纸的案例研究	2010(3)	1
7	The Tone of Local Presidential News Coverage	地方总统新闻报道的腔调	2010(2)	1
8	Political Framing Strategies and Their Impact on Media Framing in a Swiss Direct - Democratic Campaign	对瑞士直接民主运动的政治框架策略及其对媒体框架的影响	2010(2)	1
9	When Can Political Parties Lead Public Opinion? Evidence from a Natural Experiment	何时政党领导公共舆论? 来自天然实验的证据	2010(2)	1
10	Whose Views Made the News? Media Coverage and the March to War in Iraq	谁的观点制造了新闻: 媒体报道与走向伊拉克战争	2010(1)	2
11	The Effects of Network Expertise and Biases on Vote Choice	网络技术和偏见对投票选择的影响	2010(1)	2
12	Precision vs. Realism on the Framing Continuum: Understanding the Underpinnings of Message Effects	框架连续性的精度与现实主义: 了解信息影响的基础	2010(1)	1
13	Mediated Public Diplomacy: A Strategic Contest over International Agenda Building and Frame Building	媒介化的公共外交: 关于国际议程建立和框架设定的战略性竞争	2009(4)	3
14	The Absolutist Advantage: Sacred Rhetoric in Contemporary Presidential Debate	专制主义的优势: 当代总统辩论中的神圣的修辞	2009(4)	1
15	Media Supply, Audience Demand, and the Geography of News Consumption in the United States	媒体供应、观众的需求及美国新闻消费的地理	2009(3)	3
16	Strategic Leaders: Determining Successful Presidential Opinion Leadership Tactics Through Public Appeals	战略领导者: 通过公众意见决定成功的总统意见领导战术	2009(3)	3
17	Mobile Phone Diffusion and Corruption in Africa	非洲移动电话的扩散与腐败	2009(3)	1
18	Torture in the Eye of the Beholder: Social Identity, News Coverage, and Abu Ghraib	旁观者眼中的折磨: 社会认同、新闻报道与阿布格莱布监狱	2009(3)	1
19	Moments of Zen: Effects of The Daily Show on Information Seeking and Political Learning	禅的时刻: 每日秀节目对寻求信息和政治学习的影响	2009(3)	1
20	Does Internet Use Affect Engagement? A Meta - Analysis of Research	互联网的使用是否影响参与: 一个元分析研究	2009(2)	12
21	Agreement and Disagreement in Group Deliberation: Effects on Deliberation Satisfaction, Future Engagement, and Decision Legitimacy	群体协商中的同意与争议: 协商的满意、未来的约定以及决定的合法性的效果	2009(2)	5
22	Issue Ownership Stability and Change: How Political Parties Claim and Maintain Issues Through Media Appearances	话语权的稳定和变化: 政党如何通过媒体的外衣提出和保持议题	2009(2)	3
23	Local Television and Newspaper Coverage of Political Advertising	地方电视与报纸报道中的政治广告	2009(2)	2
24	Hierarchy in Political Discussion	政治讨论中的等级制	2009(2)	1

25	Contextual Antecedents and Political Consequences of Adolescent Political Discussion, Discussion Elaboration, and Network Diversity	青少年的政治讨论、讨论的阐述及网络多样性的语境来历与政治后果	2009(1)	2
26	Schools, Education Policy, and the Future of the First Amendment	学校、教育政策与第一修正案的未来	2009(1)	2
27	The Adolescent Unbound: Unintentional Influence of Curricula on Ideological Conflict Seeking	解放青少年:寻求意识形态课程冲突产生的无意识影响	2009(1)	2
28	Communication and Political Socialization: Challenges and Opportunities for Research	传播与政治社会化:研究的挑战与机遇	2009(1)	2
29	The Influence of Perceived Social Norms on College Students' Intention to Vote	社会规范的感知对大学生投票意向的影响	2009(1)	1
30	Building Social Capital in Young People: The Role of Mass Media and Life Outlook	在年轻人中建立社会资本:大众媒体和人生观的角色	2009(1)	1
31	Communication Competence as a Foundation for Civic Competence: Processes of Socialization into Citizenship	交流能力作为公民能力的基础:通过社会化获得公民身份的过程	2009(1)	1



图六 2009 - 2011 被引用的论文问题领域统计

四、结论与启迪

通过对《政治传播》杂志刊载论文的研究内容、研究方法、核心文章等多方面的分析,可以对近十六年来世界政治传播学研究的现状与趋势有所了解,并从中得到一些启迪。

(一)《政治传播》杂志以严谨的学术态度提升影响力

其所刊载的论文经过来自 7 个国家的 30 多位编辑中的随机 2 人进行匿名评审,难以走关系、卖人情。文章求质而不求量,每年保持较为稳定的刊文数量,不以提升刊载文章的数量来提高引用率,杂志的影响力不断提升。

(二)政治传播研究与政治时局的大环境紧密相连

政治传播是与政治有关的传播领域,对政治传播的研究也就不能脱离国内外的时政局势,尤其是对具有重大影响力的事件或趋势的关注。从《政治传播》杂志刊出过的 8 期特刊的中心话题可以明显地看出这种情况。比如,随着近年来中国综合国力尤其是经济实力的上升,成为国际舞台上不可小觑的政治力量,同时,中国国内政治体制、社会结构的特殊性也引起西方学者的关注。《政治传播》杂志 2011 年的第 3 期就以“中国的政治传播”为主题展开讨论。

(三)研究的多学科交叉性与合作程度不断提高

政治传播学作为一门多学科的交叉学科,应该既包含对传播的政治学分析,又拥有对政治的传播学分析,不可偏废其一,并结合、吸收一些其它学科的理论和方法。一个人的力量始终是有限

的,难免会有某一学科领域的研究偏好,而多人合作研究可以有效地避免这种缺陷,从各自擅长的学科领域出发,从多个角度对问题进行探讨。文章来源也是如此,需要避免来自单一研究机构和会议的论文。除政治学和新闻传播学领域外,《政治传播》杂志刊载的论文还涉及了关于教育学、社会学、经济学等学科,体现出极强的学科交叉性与合作性。这也是今后政治传播研究的大趋势。

(四) 国家/地区的经济实力、政治体制与政治传播的发展程度密切相关

总体上来看,《政治传播》杂志刊载的论文对经济发达的“西方式民主”国家/区域如美国、以色列、英国等着了大量笔墨,但对亚非拉等没有采用“西方式民主”体制的国家/地区关注度明显减少。一个重要原因就是前者的政治传播形式多样、内容丰富、发展领先。不可否认,后者基于自身国情的政治传播有值得关注和研究的特殊性,对丰富现有的政治传播理论有其独特的价值。可以肯定,对后者的关注与探讨将极大地拓展当前政治传播的研究空间,补充现有的基于“西方式民主”体制的国家/地区的实际情况建立起来的理论框架与模型。

(五) 研究的问题务实化。学术研究的重要目的是指导实践

《政治传播》杂志刊载的论文对“政治传播本体”的研究不多,近年来更是有减少的趋势,而“功能与效果研究”一直占据很大的比重,“技巧研究”也越来越受重视。怎样运用政治广告和政治语言的修辞技巧更有效地设置公共问题的议程和新闻框架,从而影响受众,是研究所关心的重要话题。由于这类研究具有极大的实用价值,政府和其他利益集团也愿意提供资金等方面的支持,推动研究的开展。

(六) 研究对象与时俱进

研究对象从广播到电视再到互联网、移动电话等新媒体,涉及卫星技术、直播新闻、ICAM 系统等信息技术,紧跟新技术手段的发展。同时,及时关注社会热点问题,如小报化趋势、软新闻的利弊以及基于社区人际传播的公共讨论效果等等。

(七) 研究领域不断拓展并且深化

不仅仅局限于总统或政党竞选、政府政策的

领域,而且包含普通公民参政、新闻工作者的素质等领域,呈现研究主题的多元化趋势;开始探讨经济体制、文化环境与社会结构对政治传播的影响,从对现象的分析深入挖掘背后的结构性因素。

(八) 冲破研究的“本土性”束缚,出现一些跨文化的研究

如2002年第2期的《重返新闻道德:欧洲、北非、中东及穆斯林亚洲的道德规范比较》(“Journalism ethics revisited: A comparison of ethics codes in Europe, North Africa, the Middle East, and Muslim Asia”),从东西方哲学的角度比较了欧洲与中东、北非和亚洲的多个穆斯林国家的新闻伦理,通过分析认为,存在广泛的跨文化认可的真实与客观性标准的价值观。文章体现出了作者深厚的跨文化研究能力,可以预见,这种能力将成为政治传播研究的一种重要能力,有助于拓展政治传播研究的空间。

(九) 超越“国家”的传统政治边界,政治传播的研究不再局限于“受众——媒介——国家”的环境中,而是放到了“人——媒介——社会”的视野中去

传统的政治传播研究倾向于将“人”视为政治传播效果的被动受体,在“国家”边界的范围内受制于政治传播的主体的传播意图。欧盟的成立和互联网等新技术打破了“民族国家”的政治传播研究界限,开始从“社会”的角度讨论问题,同时,“受众”也开始成为具有主观能动性的行为主体的“人”。2005年第2期的《在线政治辩论、无边界的公民及跨国公共领域的问题本质》(“Online political debate, unbounded citizenship, and the problematic nature of a transnational public sphere”)一文虽然承认公民身份一直是一个动态的概念,最近的技术、经济、政治转变导致了公民观念超越了传统的基于民族国家的理解。但作者通过实证分析认为,一个跨国公共领域的建设遍布着约束,非常困难,不能不考虑地方和国家为了通过公民社会实现其思想和意愿而使用强制性的权力。另一些文章考察了社会精英、媒体所有权、社会等级等对政治传播的控制与影响,这就涉及到政治、经济制度等“社会结构”层面的问题了。

(十) 研究方法的成熟与创新

既注重“质”的讨论,也注重“量”的分析,理论思辨与实证研究相结合,“两条腿走路”。同时,在传统方法的基础上不断地创新研究方法,如“加权内容分析”、“元分析”等。一篇文章采用多种方法,从多个视角加以综合性的分析将成为政治传播研究的一大趋势。

[参考文献]

- [1] Dan Nimmo & K R. Sanders (eds.) (1984). *The handbook of political Communication*. California: Sage Publications Inc.
- [2] Political Communication [online]. Available from: <http://www.tandf.co.uk/journals/titles/10584609.asp>: [2011-12-10].
- [3] Political communications[online]. Available from: http://en.wikipedia.org/wiki/Political_communications: [2011-12-10].
- [4] 边巍,刘宏.中国当代政治传播的变迁.现代传播,2011(2). [Bian Wei, Liu Hong(2011). The Changes of The Contemporary Chinese Political Communication. *Modern Communication*, (2).]
- [5] 何舟.中国政治传播研究的路向.新闻大学,2008(2).

[He Zhou (2008). The Direction of Chinese Political Communication Research. *Journalism Quarterly*, (2).]

- [6] 李彦冰,荆学民.我国近几年政治传播研究述评.东南传播,2010(6). [Li Yanbing, Jing Xuemin (2010). Review On Political Communication Research of China in Recent Years. *Dongnan Communication*, (6).]
- [7] 邵培仁等(2009).媒介理论前沿.杭州:浙江大学出版社. [Shao Peiren(2009). *Advanced Research of Media Theory*. Hangzhou: Zhejiang University Press.]
- [8] 徐福基.一本研究和普及政治领域传播理论的著作——《政治传播学》序.淮阴师专学报(哲社版),1991(4). [Xu Fuji (1991). R. *Journal of Huaiyin Teachers College (Philosophy & Social Sciences)*. (4).]
- [9] 张晓峰,荆学民.现代西方政治传播研究述评.教学与研究,2009(7). [Zhang Xiaofeng, Jing Xuemin (2009). Review On Modern Western Political Communication Research. *Teaching and Research*, (7).]
- [10] 郑一卉.我国政治传播研究百年回望.武汉大学学报(人文科学版),2005(3). [ZhengYihui(2005). The History of China's Political Communication Research. *Wuhan University Journal (Humanity Sciences)*, (3).]

[责任编辑 吴赞]

(上接42页)

通过图文并茂、细致详尽的阐述策略,伊文论述道,纵观整个二十世纪,资本主义用共同的观点和俗常的语言(“如果你不喜欢电视,关掉它。”“如果你不喜欢车,就别开。”“如果你不喜欢这里,回苏联去。”“如果你不喜欢佳洁士,请用格利姆牙膏。”“如果你不喜欢共和党,给民主党投票。”)致力于将消费者的主权等同于自由。从给定的选项中做出选择——这等同于享有自由,这种假设成为了全球化公司在世界范围内合理化的理论根基,这便是理查德·巴内特与罗纳德·穆勒所描绘的“全球购物中心”的景象。因此,正是在这样的社会中产生了选举,购买肥皂,挑选电影和表达政治主张等行为,这些行为作为研究对象不仅成为方法论中的等价物;而且这些

行为也变得可以随意操纵,并且不露端倪,给出很多承诺,却拿塞满防腐剂的“商品”败坏人们的胃口。通过忽略这些进程中系统与体制化的本质,通过融合其对于行政管理,商业性以及社会民主化的冲动,美国的主流媒体社会学已经尽到了自身之于巩固和赞颂了资本主义在半个世纪时间里所创立的丰富管理体制的本分。现在,这一主导范式在很多层面都被批评过,且被证明是纰漏百出的,这正是衡量资本主义正统地位,市场价值观,以及统治者的政治自信逐渐衰退的一把标尺。但那又将是另外一个故事了。

[责任编辑 张梦晗]

新闻教育“密苏里方法”的零距离读解

李建新 乔飞 彭威
(上海大学影视艺术技术学院, 上海 200072)

【摘要】本文以作者的现场感知、实证研究、师生访谈为手段,对“密苏里方法”进行了比较全面、实际的读解。文章认为,“密苏里方法”主要体现在以下几个方面:“密苏里方法”传授的是具有实战效果的知识与技能;“密苏里方法”通过实践加强学生对理论的感知;公共媒体平台的搭建是践行“密苏里方法”的有效手段;“密苏里方法”是检验学生质量、帮助学生提高的有效手段;“密苏里方法”一以贯之地倡导和坚持新闻伦理与新闻职业理想的教育等。文章总结了密苏里新闻教育的当代特质,同时列出了将这个方法应用到中国新闻传播教育时应该注意的事项等。

【关键词】密苏里;新闻教育;传播;国际化

A Close Interpretation of “Missouri Method” on Journalistic Education

Li Jianxin Qiao Fei Peng Wei

(School of Film & TV Arts and Technology, Shanghai University, Shanghai, 200072, China)

Abstract: This paper interprets the “Missouri Method” completely and practically through the authors’ on-spot perceptions, empirical studies and interviews among its teachers and students. According to the article, “Missouri method” is mainly manifested in the following aspects: the educational contents mainly include practical knowledge and skills; the theories are taught and developed through practices; the construction of the public media platform is an effective tool to practice ‘Missouri Method’; the education of journalistic ethics is consistently emphasized and insisted through the whole education. Thus, ‘Missouri Method’ effectively helps students improve themselves. The authors sum up the characteristics of contemporary journalistic education in Missouri School of Journalism, and discuss the problems when it applies to China.

Key words: Missouri; Journalistic Education; Communication; Internationalization

【项目基金】本文系2011年度教育部人文社会科学研究规划基金项目《当代密苏里新闻教育新范式及其在中国的应用的可行性研究》(项目批准号11YJA860009)的成果之一、上海大学国际新闻传播教育研究中心“世界新闻传播教育的实证研究”的成果之一。

【作者简介】李建新,男,上海大学影视学院新闻传播系教授、上海大学国际新闻传播教育研究中心主任、中国新闻传播教育史学会副会长、上海市新闻工作者协会理事。电子邮箱:ljx9499@sina.com。乔飞、彭威:密苏里新闻学院研究生。

一、世界新闻教育的发端与 职业化新闻教育溯源

密苏里新闻学院创建于1908年,是世界上最早成立的新闻学院,也是到目前为止世界上最成功的新闻院校之一,是世界各国新闻教育学习和效法的榜样。其创办者威廉不仅创办了世界上第一所新闻学院,而且制定了最早的《记者守则》,成为美国乃至世界新闻工作者共同遵守的条律,被称为“永不过时的《记者守则》”。^①

密苏里新闻教育的精髓和核心是“密苏里方法”(Missouri Method)。一百多年来,“密苏里方法”得到了世界认可,其要旨是“学习新闻和广告最好的方法是通过实践”。^②这个定义微言大义,引导着密苏里的新闻教育不断实现超越,始终引领世界新闻教育发展的方向。

密苏里的新闻教育对于中国早期新闻教育的影响是巨大的。比如,中国最早的两所新闻系——上海圣约翰大学新闻系和燕京大学新闻系,就是在密苏里新闻学院的帮扶下建立的,两所学校的课程甚至照搬自密苏里,彼此之间也有互换生和互换教师。1924年燕京大学新闻系初创时,密苏里新闻学院不仅向燕京大学新闻系派出了教师,当时的系主任也由密苏里的教师担当。民国时期,许多从事新闻宣传的人也都在密苏里学习过。^③

职业化新闻教育能够在密苏里新闻学院甚至在整个美国的新闻教育中占据主导地位,是美国社会对于新闻教育的需求和美国学者在研究了美国新闻教育后得出的结论,密苏里的新闻教育只是一个对这种新闻教育的诠释或者具体的演示。

《美国新闻教育研究》专著中对新闻教育职业化的给出了定义:所谓新闻教育的职业化,以

培养满足新闻实务工作需求的人才为出发点所进行的教育活动,包括课程设置、内容选择和教学环节的安排等。^④

职业化的新闻教育主要来自于美国实用主义哲学基础和新闻实践发展的历史背景。从哲学的基础来看,美国哲学思潮的主流是实用主义哲学,它的代表人物是约翰·杜威。杜威注重运用科学解决实际问题,通过了解人和社会的性质,运用科学手段控制不利于人类发展和幸福的问题。他关心手段和工具的价值,用哲学为社会问题找出药方。总之,杜威认为要提出一种认识和纠正具体社会弊端的方法,而不是提出什么遥遥无期或者无法实现的目标。这种实用主义哲学一直延续至今,它影响了美国早期的新闻教育,使得这个领域都注重效果而力求解决一些实际问题。实用主义哲学希望新闻教育所培养出来的人才能够尽快服务于社会,能够拥有实用的传播手段和传播技能。这个思想铸就了职业化中的基本思想,即注重技能方面的培养。

以后的美国新闻教育一直围绕着怎样进行基本的技能训练及怎样彰显专业主义精神这两个问题展开讨论,这也显示了职业化过程中的两个要素:一是任何职业都应该具有的技能,一是职业发展到一定高度以后所需要的专业主义。

随着社会的发展,人们对于新闻工作者的要求越来越高,单一的职业化已经不能满足时代和社会的需求,现代社会需要多层次、复合型、能够掌握高科技的人才。这些都要求新闻工作者在学习的过程中掌握基本的人文科学和社会科学知识,能够具有相对丰富的学术底蕴。如果能够在职业化中融进相应的学术性,在具体的实践中体现出职业和专业相结合的味道,新闻工作的生命力就会得以长久地延续,新闻教育的前景就会依然光明。

在新版的密苏里新闻学院的选课表中,信息

① Frohlich, Romy & Holtz - Bacha(2003). Journalism Education in Europe and North America: An International Comparison, pp: 209 - 236, 237 - 253.

② <http://journalism.missouri.edu/programs/doctoral/>

③ Rozanski, Mordechai (1974). The Role of American Journalists in Chinese - American Relations, 1900 - 1925. Ph. D. diss. University of Pennsylvania. P. 313.

④ 黄鹂,《美国新闻教育研究》,(武汉,2006)。

制图、实用创意组合、策略设计、视觉新闻和计算机协助报道、新闻设计等具有专业水准的课程权重在明显增加,与以往新闻编辑、杂志编辑、批判式评论、社论写作、商业和经济新闻报道、融合媒体的报道、编辑和营销等相对传统的职业技能的培训形成了互为支撑,互为依赖的关系,为新时代具有高度专业精神和职业技能的新闻工作者的培养提供了教育体制的保障。

二、“密苏里方法”—— 学习新闻和广告最好的方法

“密苏里方法”是新闻教育中享誉世界的方法。这个方法的核心要义是:学习新闻和广告最好的方法是付诸于实践。

(一)“密苏里方法”传授的是具有实战效果的知识与技能

新闻教育是一门应用性非常强的学科。学者们认为,衡量或者检验新闻教育成功与否的标准之一就是看它培养的学生是不是能够把在学校学到的知识应用到实际工作当中以及以多大的比例应用。“密苏里方法”强调的是零距离对接,教学环节和教学内容的设置和展开都是围绕实战而进行的。

埃尔蒙德是该院的硕士研究生,他觉得在该院 PRIME LAB 的研究经历能让他第一时间对研究假设进行考证,对于他来说,密苏里新闻教育的独特性就体现在 PRIME LAB 为其提供的实验室以及他所参与实验研究经历。Prime Lab (Psychological Research on Information and Media Effects) 全名为信息与媒体效果心理研究实验室,该实验室配备着如心跳感应器、眼球移动追踪等仪器,可以随时追踪受访者在实验过程中的各种生理变化,从而推导出受访者在观看媒体信息这一过程中的心理变化。这个心理研究实验室是密苏里新闻学院的招牌实验室,主打以科学定量的研究方法进行对媒体效果的探索。除了先进的硬件设施以外,该实验室配备 Media Lab、SPSS、G * Power 等软件设施,方便进行自主研究的学生立即开展实验与数据分析。密苏里新闻学院关于第二任务反应时间即 STRT (Secondary

Task Reaction Time) 等众多科研成果均是在该实验室完成的。学生可以在这个实验室中进行自己的自主实验研究,也可以与自己的导师一起合作进行研究。该实验室是由密苏里新闻学院三名在职教授主持的,实验室向全部新闻学院的学生开放,无论是处在哪个阶段学习的学生,只需通过发邮件与这三名教授联系便可以加入该实验室。这个实验室为学生进行第一手的实验数据分析与收集提供了一个有效的平台。埃尔蒙德在回顾其于密苏里新闻学院 5 年间的求学经历时表示,他十分感激密苏里新闻学院让他找到了自己的研究方向,特别是他在密苏里新闻学院所获得的研究经历将会对他今后攻读博士学位更有帮助。

(二)“密苏里方法”通过实践加强学生对理论的感知

密苏里新闻学院有将近一半的老师来自业界,他们是在业界取得了认可的新闻工作者,许多人还获得过普利策新闻奖或者美国新闻的其他奖项。他们不一定具有博士学位,但他们给学生带来的知识与对新闻工作的理解却是非常具有直接指导作用的。

在理论教学的过程中,密苏里方法也很注重通过实践加强学生对理论的感知,就像医生的临床对医学知识的了解一样。

施温伯格是密苏里新闻学院的博士生,她的硕士学位也是在密苏里新闻学院获取的。她在访谈时表示,她十分喜欢密苏里新闻学院这种能让大家在实践中加强理论学习的独特教学方法。她在提及到 PRIME LAB 的时候表示,在 PRIME LAB,施温伯格开展了她的多项研究,有的是其自己独创的,有的是与导师共同合作的,PRIME LAB 让她更好地了解媒体对受众所带来的效果,这让施温伯格十分受益。虽然埃尔蒙德和施温伯格背景迥异,但都通过 PRIME LAB 让他们获得了学术生涯中最重要的研究经历。施温伯格认为,PRIME LAB 是自主开放的,没有人来要求学生去做与实验室其他人相同或者没有创新性的东西。埃尔蒙德的意見也体现了这一点。PRIME LAB 成为了许多博士生、硕士生研究项目的孵化地,很多成果显著的研究项目就在这里

成型和发展的。例如,埃尔蒙德手头的研究项目是课程作业的延续,他的研究意愿在 PRIME LAB 能够得到充分的支持。

(三)公共媒体平台的搭建是践行“密苏里方法”的有效手段

密苏里新闻学院有面向社会的公共媒体7家之多,这些媒体覆盖了当今新闻传播的所有媒体领域。^① 在这里学习的学生,无论是本科生还是硕士、博士或者其他交流访学的学者或者是合作研究者,都可以在这些媒介中进行相关的学习与研究,在真刀真枪的氛围里历练他们对新闻传播学知识的认知与培养他们新闻工作的实战技能。

《哥伦比亚密苏里人报》成立于1908年,在密苏里新闻学院创办的同一时间就宣告成立了。《密苏里人报》创办之初的宗旨就是手把手地教授学生新闻写作技巧,并且把这些经验和技巧运用到这一平台上,直到如今仍坚持着这一角色。该报社有效地将密苏里新闻学院和哥伦比亚社区相联结,同时高效地提高了学生新闻写作的准确性与时效性。戴维斯是正在攻读新闻学硕士学位的在校学生,在对戴维斯的采访中,笔者进一步了解到,多媒体报道和计算机辅助报道得以有效运用于《密苏里人报》中。例如,在每学期的轮值专栏报道中,戴维斯学习并运用了如何使用社交媒体对社区新闻事件进行有效追踪。从与戴维斯的采访中可以看出,《密苏里人报》作为社区报纸并没有降低对于新闻报道准确性和实时性的追求,反而进一步地提升了新闻报道的深度。戴维斯同时特别强调了他在上新闻写作课程时,深深地体会到计算机辅助报道在当今纸媒报道中的必要性。作为一门由设计到互联网,再到政府政策法规、受众分析等方面的综合型课程,戴维斯描述了课堂与实际报道中的差别,其中包括如何有效地与政府部门进行沟通、如何从政府的信息公开中查询汲取有用信息并进行报道,这些技能只有在不断地实践中才能得以加强。戴维斯曾经是一位从事了二十年农业技术

的专业人士,但是自从放弃生物技术的工作进入密苏里新闻学院攻读硕士学位,转行追求新闻梦想后,他所受益的新闻实践经历皆来自于丰富的课程内容以及新闻学院所提供的各类实践平台。这些都让已过中年的他仍有机会储备新闻行业最前沿、最核心的知识。坂达利是密苏里新闻学院的博士生,在对坂达利的采访中,他也谈到了自己在《密苏里人报》的经历。他认为《密苏里人报》为学生们创造了一个真实的新闻中心环境,他每个星期只要就空余时间就会在新闻中心值班,每天早上都要开新闻编前会来确定今天的新闻报道内容与主题。往往在开编前会的时候,就要向开会的责任编辑提出自己的新闻点子,这个新闻点子是靠自己挖掘的,而不是靠编辑分配的。只要点子一经同意,便可马上着手进行新闻的采访。坂达利表示,这些经历与真正的媒体环境十分相像,让他能够在走出校门后,马上适应其他媒体公司的环境,从而立即上手工作。

(四)“密苏里方法”是检验学生的成色、帮助学生提高的有效手段

密苏里新闻学院院长迪恩·米尔斯告诉我们^②,新闻工作者担负的责任重大,工作竞争压力大,“犯错误”的机会多。他特别强调了犯错误是新闻工作者无法避开的一个现实问题。我们解决这一问题的方法是:尽可能让学生在上学的时候多犯错误,在学习期间发现自己的不足,在离开学校的时候成为一个比较合格的、在新闻工作中犯错误少或者不犯错误的媒体人。

“密苏里方法”坚持让学生在上学学习的时候就以一个职业记者的身份到这些媒体工作,以高度专业的精神,以完全社会化的标准来要求和培养他们,既可以使他们更快地融入到新闻工作之中,也在实践中检阅了他们,提高了他们的实战能力,把犯错误的机会留在了学校。据美国新闻工作者协会的统计,密苏里的学生在新闻工作中的表现是最让人放心的。

比如,对于电视广播新闻专业的学生而言,学校先进的教学资源让选择这一专业的学生有

① 资料来自乔飞、彭威的实证采访调研。

② 李建新,《穿越密西西比》,(北京,2012)。

机会去 KBIA 商业广播电台和 KOMU 商业电视台工作。这两个广播电视台和《密苏里人报》一样,虽然属于学校的教学机构,但服务于哥伦比亚市的社区,同时覆盖密苏里州首府杰弗逊城等毗邻地区,在当地颇具影响力。被访者卡尔森是一位学习广播电视专业的大三学生。从卡尔森的切身经历来看,密苏里新闻学院对于广播电视专业学生的培养是一个系统而全面的过程,并不是简单的技术的讲解。她表示,广播电视专业的学生不仅从事记者工作,需要忙碌于第一线,还要掌握镜头前进行实时报道的专业技巧。卡尔森在提及广播电视新闻专业课程构架时表示,密苏里新闻学院广电专业的学生必须首先选择“广播电视新闻1”来学习基础专业知识,成绩合格者才可以选修“广播电视新闻2”来进一步学习。“广播电视新闻2”是该专业重要的进阶课程,具有一定难度,课程的难点和亮点就是学生可以在 KBIA 广播或 KOMU 电视台工作。学生不仅需要完成每两周一次的轮岗编辑室任职,并且需要在课堂中彼此交流在广播电视台所制作的节目,互评同学们的作品,达到真正的教学与实践相结合。这些特点有效地弥补了很多新闻教育实操中理论与实际相违背的缺点,大大地提高了学生把课堂知识运用到实际操作中的能力。卡尔森表示通过老师与学生相互点评作业内容,相互发现各自的优点和不足,有效地增加了教师与学生的互动与交流,学生可以扬长避短,教学达到教学相长的目的。

三、“密苏里方法”规制下的学术诚信

美国是个法制国家,也是一个讲究诚信的国家。这个诚信体现在许多方面,当然也包括在了学术方面。

一方面,学术界有严格的学术规范要求与学者应该遵循的原则,另一方面,对那些违反学术规则的人的制衡也非常严厉。

在密苏里新闻学院,我选择了一门“媒介管

理与领导”的课,由 Dr. Michael Dunn 讲授。在第一次课的时候老师给了每个学生两张打印好的纸头,是关于这门课的总体要求、总体描述、和总体目标的。按顺序,它的大致内容是:教科书的要求、阅读、课程描述、课程目标、上课日程、出席、教室里电子设备的规定、学术诚信、教室里的不端行为、(学术)不实和行为不端的报告程序、职业标准与道德等。老师并没有就这满满两页纸的内容在课堂上讲授,我在课后琢磨了半天才基本悟得其要。

在以上所有列举中,我认为其中最主要、最核心,也是篇幅最大的部分是它关于“学术诚信”、“不实和行为不端的报告程序”等内容的描述,从中可以发现密苏里新闻教育在制度方面的严格和在处理学术失范行为方面的严厉。

他们认为学术诚信问题是所有学术问题的基本,也是学校的基本原则。所有的学术组织和个人必须确立在学术诚信等方面的理性原则和忠实要求,努力发展这些学术诚信方面的优良传统,千万不能让学生接受不诚信的教育,不管这种努力是否能够成功。

在 Dunn 看来,学术不端行为至少包括以下方面的内容:^①

使用别人的材料没有注明引用或注明材料归属的;

一字不差地引用别人的材料没有注明引用或注明材料归属的;

扩展地引用在以前的任务中出现过的材料而没有得到老师许可的;

扩展地引用其他课堂上材料而没有得到老师许可的;

在新闻中虚构新闻信息或者新闻人物,不管该新闻报道与否;

在新闻信息或者在新闻人物中捏造信息源,不管该新闻发表与否;

在新闻中虚构新闻或者新闻人物的引言,不管该新闻是否发表;

.....

以上是针对新闻而言的,它非常严格地规定

^① <http://journalism.missouri.edu/policies/>

了对别人成果的尊重,只要是别人的东西,不管你如何使用,一定要说明出处,给予归属。这是学术诚信的质的规定性。在学术文章的撰写中,如果在一句话中有三个词与别人的完全一样,就会被视为是引用。在密苏里,老师有一个对学术不诚信和学术不端行为报告的程序。发现这样的问题老师要立即上报,最高可达校长。而一旦问题被确定属实,那么学生受到的处罚至少是这门课以零分记。白纸黑字写在那里,我想应该没有回旋的余地。是谓勿谓言之不预也!

对该学院的老师和学生而言,有具体的针对他们的“职业标准和道德”,这是一个“高标准”的设置,也是需严格执行的标准,讨价还价的结果可能就是以身试法。

投机取巧没有通道、剽窃抄袭没有市场、移花接木没有可能、讨巧作弊为人所不齿、学术规范大家遵守、制度条文一视同仁,等等,所有这一切,保证了该学院学术环境和教育环境的清洁,从源头上疏通了培养能够忠诚于新闻工作的优秀人才的渠道,是保证也是手段。

更难能可贵的是,他们的制度基础是对老师和学生同样的要求,在传、受两者之间形成了互为制衡的体系,教学生态是良性循环,这是何其理想的教学与工作环境!在这里,高尚就是高尚者的通行证!

坂达利是密苏里新闻学院的博士生,在采访过程中,坂达利表示最能代表密苏里教育的便是对采访伦理道德的要求。他表示,在研究生第一学期开学前,选择新闻报道方向的学生必须要参加密苏里新闻学院的“新兵训练营”,也就是新闻入学训练营。从那个时候起,教授就开始向学生们强调伦理的重要性,包括参访的时候不能收取被访者或组织方的任何费用,哪怕吃组织方的一片披萨饼也不行,以及采访后的新闻写作中,任何直接引用受访者的原话,都要打电话或者发邮件向受访者确认后,才能正式发表。坂达利表示,对于伦理的强调一直贯穿在整个新闻中心中,他在新闻中心的值班过程中,一直坚持这个原则进行新闻采访与写作。在密苏里新闻学院

研究生毕业之后,坂达利又被密苏里新闻学院博士项目录取。在博士项目的学习中,他更加深入地了解到了密苏里新闻学院关于新闻伦理课程的设置。坂达利在采访中说道,许多新闻学院把新闻伦理与新闻哲学这两门课并在一起上,但是密苏里新闻学院却把新闻伦理与新闻哲学这两门课分开,每个硕士研究生和博士生都必须在新闻伦理、新闻哲学、传媒法以及美国新闻史四门课中选修一门,这些课程与新闻伦理相辅相成^①。

密苏里新闻学院的新闻伦理课是该学院的一门招牌课程,主要是对大众传播领域中出现的伦理问题进行讨论和思辨。这一课程集中体现了对半个世纪以来因美国媒体产业蓬勃发展而涌现出的种种伦理道德问题的思考。这些问题让对新闻事业有追求的学生更明晰学术与专业领域中可能遇到的媒体伦理问题,并且用实际的问题予以解决。就如坂达利所说,媒体伦理反映了人文关怀,这一点在他自己国家尼泊尔是被忽视的。通过在密苏里新闻学院的学习,让坂达利了解到了不同体制、不同文化下对于新闻采访的不同要求。因为在坂达利看来,只有当媒体环境发展到一定的阶段并且形成产业之后,彼此间的竞争才会加速伦理问题的出现。通过对坂达利的采访笔者也进一步了解到,这节课的内容是基于形形色色的案例而开展的,并且结合新闻学院所开设的各类专业进行详细讲解。作为一门理论课,坂达利表示这节课并没有泛泛而谈,而是十分具有针对性。这就足以让很多国际学生学习到了西方媒体所采取的伦理道德准则,并且开始对当今全球化形势下的媒体融合展开思考。这类课程被定为研究生基础课,类似的课程包括传播法律课、新闻哲学课等,让研究生更好地从理论以及案例分析中学习密苏里新闻学院所推崇的《报人守则》。申克是一名国际学生,现在正在密苏里新闻学院攻读硕士学位,她在谈到媒体伦理的时候,也赞同坂达利的观点。她认为密苏里新闻学院十分重视在实践中运用所学到的媒体伦理。申克在研究生第一学期选择了

① <http://journalism.missouri.edu/policies/>

广电方向。她在 KBIA 广播电台实习的时候,曾经采访过一名重刑犯,在写新闻稿件的时候,她的负责老师让她每一个直接引用都字字句句地进行核实,并且对每一个细节都确保无误后才提交给编辑进行二次修改。

而在我们国内,一些卑鄙者靠造假、靠剽窃、靠种种见不得人的勾当在新闻教育界大得其利,这是多么大相径庭。

我们要做的事,或许不是鼓励能有更多的高尚者出现,而是减少卑鄙者的数量!

以密苏里新闻学院为例,中国学生到了那里后发现,那里的教育制度和管理比国内要严格很多,学院、老师、制度、同学等方方面面的监督和制约使你根本没有造假或者偷懒的机会。一门硕士生的课,老师布置要写 30 篇阅读文献的综述,学生们没有一个敢参阅别人的,也没有一个敢乱填几个文献而交差的。而学术论文的要求就更为严格。不少人感言:美国大学的学习比高中要艰难得多。

四、“密苏里方法”与新闻人才的脱颖而出

密苏里新闻学院院长迪恩·米尔斯介绍,在美国乃至世界范围的新闻奖项中,有过密苏里新闻教育背景的获奖者的数量应该是最多的。

在美国乃至世界新闻界,有“密苏里帮”一说。这个“帮”的意思是不是我们惯常理解的拉帮结派,而是指密苏里新闻人在新闻界的统治力和影响力,通俗的理解应该是团队的力量。在美国新闻学界、业界、甚至政界,都有密苏里新闻人的存在,似乎这是一个强大的帮派。创造、支撑、维系这个帮派的一个主要原因就是它的新闻教育。

“密苏里方法”在新闻教育中大致有以下一些特点:

(一)荣誉激励式

密苏里新闻学院赢得过无数的荣誉,这些荣誉在该院的许多地方都可以看到和感受到。密苏里新闻学院有完整的历史资料、照片、影像资料以及颇具规模的资料室、图书室、历史陈列室

等,它们记载和留存了完整的密苏里新闻教育发展的光荣历史,而整个密苏里新闻学院的教学楼、办公楼、实验楼等工作场所,都有该院值得炫耀的历史雕塑、实物、照片、报刊、图表、题签、奖章、证书等,这些东西的无处不在随时告诉在这里学习的人,这是一个具有光荣历史、赢得了许多荣誉的新闻学府,似乎也在提醒学子们,在这里学习的目的就应该是以成为优秀的新闻人为最高追求。前辈的足迹就是他们今后的道路。

荣誉似乎也具有一种榜样的力量。比如在走廊里陈列的该院学生获得普利策奖的事迹以及这些学生的成长、成功之路,就是一种很好的荣誉激励和榜样示范。这种荣誉的激励,潜移默化地提升了学生们学习动力和热情,擢升了他们学习的境界,鞭策着他们向着最高的目标攀登。

(二)媒体育成式

密苏里的新闻教育特别注重实战能力和应用技能的培养,而培养这些能力和技能的主要场所就是媒体。比如,由密苏里新闻学院负责或者主办,作为公共媒介面向社会的共有 7 家,这些已经培养出了不少固定受众的媒介既是真正的社会媒介,又是学生实习、实践的平台,也是媒介经营管理的实验平台,还是大众传播与大众沟通的平台。所有的学生都要经历这些媒介的学习与实践,在实践中把书本知识与实战技能进行了很好的结合。

事实上,密苏里新闻学院的许多课程都是安排在媒体里进行的,教师除了本院的任课教师外,还聘有许多媒体的资深人士。

笔者曾经选择了一门“媒体战略”的课,其间一位非常秀丽的美国学生(硕士生)经常和我探讨有关问题。突然有一天,我在一档电视节目里看到了她在做新闻直播的主持人。我大为感慨。她告诉我,她的不少同学也干过相同的工作。“有能力你会上,没有能力,这里的教育和培养机制也会给你创造一些机会而提高你的能力,直至你成为了一个合格的新闻人。”她说。

(三)师徒传授式

在密苏里主办的媒体,如《哥伦比亚·密苏里人》报、《环球记者》、《VOX》《KOMU》,都可以看到一个指导老师带领几个学生在“做新

闻”——开编前会,进行栏目或者版面的策划,选择稿件,修改稿件,画板,评议过往作品等,这样的情景很像我在报社工作时看到的一个师傅带领徒弟亲自做新闻一样,完全是师徒传授、手把手的方式。在那些情景之下,学生花一个学期或者两个学期就可以学会新闻操作的许多基本技能。而在另外一些时候,老师会带着学生出去采访,一个老师带三五个学生,老师把自己的看家本领传授给学生,学生悉心品味和感知老师何以这样或者何以那样,在没有或者说是故意丢弃书本的情况下完成知识与技能的传授和学习。

(四) 开放融合式

密苏里新闻教育的开放体现在对内的开放和对外的开放两个方面。对内学生可以根据自己的意愿选择课程、选择老师、选择其他院系的课程,可以视自己的情况选择修学时间的长短。我曾经碰到过一个学生,这个硕士生想换一个导师,他写了一个申请,填了一个表就搞定了,导师对此也非常坦然,开放的态势让人开眼。

密苏里新闻教育对外开放的范围和层次非常得深广。凡是这个学院的校友,学院都是他们的家,事实上从这里毕业的学生多数会定期地回到母校,反馈母校。学院对美国许多著名媒体开放,合作项目非常多。迪恩·米尔斯院长说,他当院长主要考虑的是能够弄到钱。筹钱的一个途径就是对媒体、对社会、对世界的开放。近年来,他们的合作项目推广到了世界各地,开放的程度达到了一个新高度。

密苏里新闻教育重视学科的开放与融合。媒介融合教育课是他们最早开设起来的,跨学科的教育、联合培养新闻人才的方式也走在了前列。

在它们的课表中笔者发现,新闻学院学生有近三分之一的课已经超越了传统的新闻传播学的学科范围而延伸拓展到了许多学科,开放力度非常大。

(五) 研究求变式

笔者在听他们的课程时发现,教师上课时除了给出学生指定的教材和参考书之外,讲课基本不照本宣科,而是讲自己的论文,讲自己最新的

研究成果,讲学术刊物上最新发表的论文,讲业界最新的需求和变化。

教师要完成好教学任务,就要不停地进行研究,学生要在考试或者考核中取得好成绩,就得广泛涉猎更多的相关内容,就要进行从学理到术理的思考与研究,就要想出能够在实战中出奇制胜的招法来。这样,研究求变就贯穿在了教学研究的整个过程之中。

(六) 代代相传式

美国的历史并不算长,但密苏里新闻教育的历史却是世界最悠久的。在100多年的历史进程中,它们基本保持了对优秀传统的薪火相传。如创院院长提出了“记者信条”,它们总结的“密苏里方法”等,虽然经历了历史流变,但核心与要义一点也没有改变,改变的是与时俱进的内容。密苏里喜欢选拔并培养自己的优秀学生留校工作,也保证了这个代代相传的可能性。另外,该院的新闻教育作为一个团队的追求、一种集体文化、一种自我风格,始终是一以贯之的。当然,在这个代代相传的过程中它们也在进行着扬弃,大浪淘沙般地把优秀的东西传下来,把不适合、不适应新闻教育的东西淘汰出去。

(七) “密苏里方法”的发展可能改变新闻学院的主体

在我们零距离感知密苏里新闻学院的时候发现,该院不仅有传统的报纸、广播、电视、期刊等新闻媒介,也有网站、新型的媒介组织以及广告公司和一些以盈利为目的的其他组织,媒介集团所应该具有的东西,该院基本都具有,所以我感觉它更像一个媒介集团。

新闻学院像一个媒介集团?我开始的时候不敢相信,但事实就是那样。所以,带着问题,我希望请教该院的院长。

院长说,新闻学院培养的学生如果不能够在媒体中工作,那绝对是我们的“产品”不合格,因此,“我们创办或者联合创办许多媒体,根本的目的是让学生们在校期间就接受良好的实战锻炼与检验”,“我们要求也能够接受他们在学校媒体中犯错误,犯任何错误,但我们不要我们的学生们在走向工作岗位后再犯任何的错误”。“媒介集团不是我们刻意追求的,但为了教学,

也是不得不为之的”。

五、密苏里新闻教育的当代特质

尽管当今社会已经步入了新媒体时代,密苏里新闻教育也特别地开始强化新媒体或者媒介融合等方面的教育。但当我们站在当代近距离地审视它的时候,发现它的特质是:既保持了对传统的继承,也有过对历史的扬弃,在遵循历史发展规律的同时还持续进行新的拓展与升变。

(一) 尊重历史、遵循历史规律。

在密苏里新闻学院,到处可以看到一些铜像、雕塑、照片、图示、电子显示屏等,它们所表现、昭示和传播的是该院的历史、历史人物、历史事件、该院发展的历史轨迹和历史传统等。所有这些内容直接地给来到这里的人们以历史的教育,并从历史发展的过程中汲取成功的经验;

(二) 标高自求,恪守道德标准。

该院对教学和科研的要求都比较严格,甚至苛刻。任何一个企图蒙混过关的人都不可能在这里获得侥幸,这与我们国内的新闻教育界有比较明显的区别。这里的老师知道抄袭、剽窃等是可耻的行为并坚决地杜绝之,每一个老师在讲第一节课的时候,也都把学术的要求和道德的标准以亲口告知并白纸黑字的方式告诉学生。一旦有类似的情况发生,老师无一例外地被开除,学生被退学。正是这个严格的道德和学术标准的执行,保证了该院学风、教风以及研究风气和整个学院环境的美好。反观国内,抄袭、剽窃者不仅没有约束,反而能够以剽窃的成果获得实惠,如晋升职称、获得官衔、申报课题等。这种丑行的存在,是中国新闻教育的毒瘤,一日不除,我们的新闻教育就一日无理想的发展环境;

(三) 方式多样,内容大于形式。

他们的课堂有教室、有报社、有实验室等,老师在上课的时候可以坐在桌子上面,学生在听课的时候也可以把脚放在椅子上面,学生可

以随时打断老师的讲话,可以抱个电脑看邮件,收集资料,也可以玩游戏等,可以穿的很露、很时尚,但有一点他们必须做到:教师教给学生的一定是自己研究并深有体会的内容,要有教师自己明显的特质,否则,讲一些大路货,学生查资料、看书就能够得到,听你老师的课干什么?而学生在考试与考核的时候,也要有自己的个性化的东西,要的是培养他们新闻职场上最基本的技能与素养。

(四) 教授治校、杜绝官场恶俗。

美国教师一般分三类,一类是助教类(assistant professor)、一类是副教授类(associate professor)、一类是教授类(professor),之外还有一些视对学校的贡献而设的荣誉教授等一类的职务。助教的位置不是特别得稳定,如果他们在5年左右的时间里不能实现学术的跨越,不能晋升为副教授,那么这样的助教就会选择离开,即便他们自己不这样做,学院一般也不会和他们续约的。副教授虽然获得了终身教职,但学院对他们的要求和考核也还是比较严格的,他们会在学术研究中花许多的功夫和时间,一般不会参与学院的管理。而对于教授,学校或者学院是有明确规定的,那就是要求教授能够主动的、自觉地关心、关注学院的发展,要把对学院的管理当作教授的一项任务。学院也会给教授一些管理的岗位,实现实质意义上的教授治校。

(五) 考核严格,没有“水军都督”。

美国学生普遍反映,小学、初中、高中是学生最幸福、最没有压力的学习阶段。大学期间的学习压力比较大。一个密苏里新闻学院的研究生向我“诉苦”:她的老师布置了一篇论文,竟然要学生写至少30篇参考文献的综述。另外一个学生介绍说:如果你的论文中的某一句话当中有三个关键词与别人的相同,老师就会认为你是在抄袭他人,你就要重新来过,如果你引用了别人的文章而没有标注清楚,就会被认为是剽窃。所有这些是他们坚决反对的。因此,学生们想拿理想的成绩,花更多的时间把自己固定在图书馆,沉浸在书本里是必然的。

一个最基本的惯例是,老师和学生都非常自觉地遵守学习和考试纪律,绝对没有考试作弊、

考前找老师、考后找老师等情况的出现。“水军”和“水军都督”在这里都不存在。

六、对密苏里新闻教育 以及“密苏里方法”的借鉴

密苏里的新闻教育是一个庞大的体系,任何一个中国新闻教育院校寻找和它一一对应的关系是不现实的,但任何一个中国新闻教育院校在与密苏里新闻教育的对视中发现自己可以学习借鉴的东西是完全有可能的。

在我们零距离读解密苏里的时候,曾经就以下一些课题做过研究与思考:“密苏里方法”的历史流变;“密苏里方法”时代性所应该包括的内容及其意义、价值之所在;密苏里新闻教育的专业理念与“密苏里方法”的时代性;媒介融合教育中“密苏里方法”的应用;通过对密苏里人获得普利策奖等美国新闻最高奖的调查研究看“密苏里方法”的价值体现;密苏里“家训”与“密苏里方法”的契合、共鸣与互补等等。

尽管这些内容可能在不同的历史时期会有不同的实质内涵,但“密苏里方法”的核心却一直没有改变。改变的是,学院随着媒体形式的不断丰富而逐渐扩大实践的平台,每当一种新的媒介形式出现,学院就拓展出一块媒体的实践平台。它不仅保持了与社会公共媒介的无缝对接,而且保持了在研究方面的优势,同时在寻求社会合作、招募社会资金、完善实验平台等方面也有很好的经验。这都是值得我们从中汲取养分的。

“密苏里方法”的基础是如何让学生在学习中运用,在运用中学习。这一点已经不可能仅仅通过传统的新闻写作课来实现,更多的是反映在一系列课程的编排中。密苏里方法鼓励学生结合现实中所出现的问题进行创新思考。这一点已经成为了对于“密苏里方法”认识的新视角。在理论研究学习上,密苏里新闻学院的老师鼓励学生们积极主动对理论提出质疑并进行深度的探讨。在实践学习上,密苏里新闻学院也为学生提供了多种创新性的课程,比如新开设的一门“苹果应用程序开发”的课程,这门课程是由新闻学院与工程学院计算机专业共同开设的,

主要是让两个学院的学生进行互动,新闻学院的学生对软件应用前景进行创意开发,计算机科学专业的学生将创意变为实际产品,最后通过新闻学院学生再次进行推广。

密苏里新闻教育立足于美国的民主制度和新闻环境,因此在访谈国际学生时,笔者只是获得了是学生对于他们在密苏里新闻学院所学到的新闻知识及实践体验与自己祖国新闻发展体制相比较时的浅层认识。这也表明,新闻学院的学生需要进一步地了解世界其他国家的新闻体制和产业,从而能够批判地看待新闻学科和新闻产业。例如,如果从美国自身的角度来隔岸观火,学生可能无法深入地了解美国新闻业发展与国外的区别,记者、媒体或广告等各个产业在不同文化、宗教和政治环境下的变革。这种教育对于国际学生来说尤为重要,因为所学的知识会对自己国家的新闻业发展具有更大的影响力。

在实际调研过程中,同样让人印象深刻的密苏里新闻教育中对于实践教学的深层次理解并非中国新闻教育所具备的。密苏里方法被运用到传统媒体与新媒体的各个方面。例如,如何手把手地教授新闻写作,如何帮助学生掌握摄影、摄像或者制作智能移动设备软件(APP)在新闻业中的运用,或者是在理论研究方面自由开放的研究氛围。实践表明了密苏里新闻教育的基石是鼓励创新。密苏里新闻学院鼓励学生在不同的媒体平台上进行创新,鼓励对于研究课题的探索。对于中国现有新闻教育而言,虽然不少新闻专业院校在硬件设施上有了很大的发展,实践教学仍被挤压而无法得到尽可能多的施展空间。更值得需要思考的是,新闻教育应该走上思考密苏里方法中所体现出的实践教育与理论教育的相互转换,实践在新闻教育中占主导部分。

对于道德和伦理的深层思考。密苏里新闻学院一直以来都走在了新闻伦理研究的前沿。早期密苏里新闻学院已十分重视对媒体伦理的强调,并将媒体伦理与新闻哲学合并为同一个科目进行教学,随着时间和社会的不断发展,密苏里新闻学院逐步将媒体伦理单独出来,使之自成一个独立的科目进行教学。密苏里新闻学院关于媒体伦理的强调内容,主要来自于新闻业和教

育实践中所遇到的很多问题,例如如何保证新闻更好地充当监督的角色,而非不断地追逐利益。对于中国现有的新闻教育而言,很多伦理问题并没有如此错综复杂地呈现,而是慢慢地暴露,并且渐渐地成为社会关注的焦点,引发人们对于新闻媒体在社会中角色的探讨。密苏里新闻教育中对于伦理的重视,可以运用于中国现有的新闻教育中,及时地对新闻工作人员所遇到的很多问题进行探讨,并且有助于在校学生树立新闻职业道德和伦理意识。

[参 考 文 献]

- [1] Frohlich, Romy & Holtz - Bacha (2003). *Journalism Education in Europe and North America: An International Comparison*, pp:209 - 236, 237 - 253.
- [2] 李建新(2013). 访学美国述要. 太原:山西教育出版社[Li Jianxin(2013). *An Introduction of Visiting the USA*. Taiyuan: Shanxi Education Publishing House]
- [3] <http://journalism.missouri.edu/programs/doctoral/>
- [4] Rozanski, Mordechai (1974). *The Role of American Journalists in Chinese - American Relations, 1900 - 1925*. Ph. D. diss. University of Pennsylvania. P. 313.
- [5] 黄鹂(2006). 美国新闻教育研究. 武汉:华中科技大学出版社[Huang Li (2006). *Study of Journalism Education in the USA*. Wuhan: Huazhong University of Science & Technology Publishing House]
- [6] <http://primelab.missouri.edu/about.shtml>.
- [7] <http://journalism.missouri.edu/policies/>
- [8] 李建新(2012). 新闻学院还是媒介集团. 新闻与写作[Li Jianxin(2012). *School of Journalism Or Media Conglomerate. News and Writing*]
- [9] 李建新(2012). 密苏里新闻学院的新闻伦理教育. 新闻大学 [Li Jianxin (2012). *News Ethics Education Of School of Journalism University of Missouri. Journalism Quarterly*]
- [10] 李建新(2012). 穿越密西西比. 北京:中国书籍出版社[Li Jianxin(2012). *Across the Mississippi*. Beijing: China Book Press]
- [11] Sara Lockwood Williams, Walter Williams. *The man who became Dean and founder of the Missouri School of Journalism*.
- [12] Stephanie Craft. *Remembering the Future*. <http://www.uta.fi/jour/events/1.10.05-seminar>
- [13] Earl English (1988). *Journalism Education at the University of Missouri*. Columbia :Walsworth Publishing Company 1988, P17
- [14] Nash Vernon (1928). *What is taught in schools of journalism : an analysis of the curricula of the members of the American association of schools and departments of journalism*, The University of Missouri Bulletin Volume 29, Number 45.
- [15] Helen Jo Scott (1929). *A Study of the Curriculum of the School of Journalism of the University of Missouri Based on the Opinions of 400 Alumni and Other Former Students*, Requirements for the Degree of Master of Arts in the Graduate School of the University of Missouri.

[责任编辑 张梦晗]

文化·社会·传媒

少数民族身份的媒介重构： 转型期少数民族媒介形象呈现与身份认同研究 (1979 - 2010)

张媛

(贵州大学人文学院, 贵州贵阳, 550025)

[摘要] 在现代人试图理解所处世界的意义的过程中, 大众传媒无疑起到了前所未有的重要作用。传媒参与, 甚至主导了现代人意义建构的过程。本研究采用内容分析与文本分析的方法, 通过随机抽样抽取三家主流报纸:《人民日报》、《北京日报》、《贵州日报》, 通过从“报道了什么”和“如何报道”两个层面来考察媒体如何再现少数民族的形象及其对少数民族认同产生的影响。

[关键词] 少数民族; 形象呈现; 身份认同

Media Construction and the Cultural Identity of China's National Minorities during the Transitional Period (1979 - 2010)

Zhang Yuan

(College of Humanities, GuiZhou University, Guiyang, 550025, China)

Abstract: Mass media have played critical important role to help people understand the world. The Media participate and even dominate the process of meaning construction. Based on the methods of content analysis and text analysis, the author selects such three kinds of mainstreaming newspapers as "People's Daily" (nationwide), "Beijing Daily" and "Guizhou Daily" (provincial). This paper tries to answer two questions of "what" (the contents) and "how" (styles) of the news coverage to represent the image of the national minorities and therefore construct their cultural identities during the years of 1979 - 2010.

Key words: National Minorities; Image Representation; Identity

在当代世界中, 认同问题成为人们政治、文化以及心理上的主流议题, 显得至关重要。所谓认同, 指的是“个体将自我身份同另外某些身份相融合的过程。”^① 民族认同在现代化建设初期起着积极的作用, 相同的语言和文字在民众中培育出一种“我们”感, 从而为现代经济的发展和政治制度的运作提供了前提。特定民族的成员对于民族的理解和认同并

[基金项目] 教育部人文社会科学研究项目: “民族形象建构与身份认同的变迁——新时期主流媒体民族报道研究(1978—2010)” (12YJC860058)。

[作者简介] 张媛(1982—), 女, 贵州贵阳人, 贵州大学人文学院新闻系讲师, 浙江大学传播学博士生, 研究方向: 政治传播、民族传播。

① 约翰·费斯克等编,《关键概念: 传播与文化研究词典(第二版)》, (李彬译), (北京, 2004), 第127页。

不是先验的,而是有一个习得的过程,或称社会化的过程。在民族群体中,成员可以通过家庭、社会教育、日常行为等方式了解民族历史,学习这些民族文化价值和规范或者自我认同。然而随着社会流动性的增强,民族成员,尤其是青年一代,当他们离开世代居住的地方时,大众媒介的进入对其民族身份的认同就起着至关重要的作用。此时,个体民族身份的建立更多地取决于对他者与自身的观照之上,这就是安德森所说的“想象的共同体”的建立过程。有鉴于此,本研究试图考察主流媒体是如何再现少数民族的形象及其对少数民族认同产生的影响。

一、基于族群认同视角的 少数民族身份认同研究

(一) 基本概念的界定:族群与少数民族

1. 族群

族群(ethnic)一词源于希腊词(ethnikos),它的原意是人民(people)、阶级(caste)或部落(tribe)。早在1965年,日本学者涉谷和匡就将族群界定为“由于具有实际或虚构的共同祖先,因而自认为是同族并被他人认为是同族的一群人。”^①这种意义上的族群具有文化传统、相同的语言和相似的生活方式。

De Vos(1982)也认为:“一个族群是一些自觉成群的人们,他们共同持有一组不与和他们相接触的他人分享的传统,这些通常包含传统的宗教信仰、生活方式及语言,一种历史延续感及共同的血源或起源处。”^②

一个更为详细的定义来自人类学百科全书(Encyclopedia of Anthropology):“族群,这个名词可适用于一个大的文化单位中的任何一个人群,如果这群人将其自我所属的群体视为一个与此文化单位中其他人群不同的独特群体,除了这种我群认同感之外,这个族群还有一些特质足以显

示它的独特性以及与其他文化群体的差异性,这些特性包括:与他群不同的语言、服饰、食物、生活方式及生活区域”^③。

“族群”这一概念引入中国后,国内的学者也做出了自己的解读。孙九霞认为:“在较大的社会文化体系中,由于客观上具有共同的渊源和文化,因此主观上自我认同并被其他群体所区分的一群人,即称为族群。其中共同的渊源是指世系、血统、体质的相似;共同的文化指相似的语言、宗教、习俗等。主观上的自我认同意识即对我群和他群的认知,大多是集体无意识的,但有时也借助于某些客观标准加以强化和延续。”^④另外一位学者徐杰舜则认为:“所谓族群,是对某些社会文化要素的认同而自觉为我的一种社会实体。”^⑤

综合借鉴上述学者的观点,本研究认为“族群”的概念必须包含对某些社会文化要素的认同,必须包含对族群自我意识的认同,同时族群是一个社会实体,其具有社会属性,只有在一定的社会条件下才能形成。一方面,共同祖源血统的认同产生的集体意识,提供了族群成员的归属感和安全感,得以在族群的历史延续中生存下来。族群成员因能自觉地意识到拥有与其他族群不同的祖先、种族独特性、地理起源、宗教信仰、语言、文化模式以及历史传统等族群性要素而将自己归属于该群体,并且具有一种历史的延续感。另一方面,族群构成因素为后天获得的特征,于个体来说,族群身份的认同并不是先验的,而是一个习得的过程,或者称为社会化的过程。

2. 中国的“少数民族”及其形成

1950年代,中国政府开展了大规模的民族识别。我国实行民族识别的历史背景,是在现代国家建构的过程中,在疆域上需要整合边缘社区进入现代国家版图;在文化上需要开展公民化的教育和塑造公民意识;特别是在意识形态上,要实现马克思主义的“民族平等”和保障列宁主

① 转引自:M·G·Smith,《美国的民族集团和民族性》,《民族译丛》,第6期(1983年)。

② De Vos, G. A. Ethnic pluralism: Conflict and accommodation in Ethnic Identity: Cultural Continuities and Change. In George de Vos and Lola Romanucci - Ross eds. Ethnic Identity: Cultural Continuities and Change. Chicago: University of Chicago Press, p5 - 41.

③ Hunter, David E. & Whitten, Phillip. Encyclopedia of anthropology. New York: Harper & Row. (1976), p. 146.

④ 孙九霞,《试论族群与族群认同》,《中山大学学报》,第2期(1998年)。

⑤ 徐杰舜,《论族群与民族》,《民族研究》,第1期(2002年)。

义的“民族自决权”。从1960年代起,所有的中国公民都拥有一个特定的从属于国家公民身份之下的族群身份——“民族成分”,这种身份由国家以行政手段对每一个社会成员个体正式给予承认。一般来说,“民族成分”——这种对族群身份的外部社会规定通常是以内在自我的认同为基础的,当二者统一时,就有利于保障处于社会弱势的少数民族的权益,因为明确的族群身份使得国家向少数民族提供基于个人的优惠政策在技术上成为可能。当国家认定的“民族成分”为每一个社会成员都插上了一个正式的、不易变更的“民族标签”时,对于具体的个体来说,他的民族认同究竟处在一个什么样的状态,却可能和这个“标签”无关。

郝瑞(Stevan Harrell)是西方研究中国民族问题的著名学者,他在2001年的论文《怎么在中国西南做少数民族》(Ways of Being Ethnic in Southwest China)中专门讨论了中国国家民族政策在少数民族身份“建构”上所起到的作用。按照他的分析,一些中国少数民族并不具有很强的原生性的特点,却被民族政策建构出来或者强化了自己的民族认同。其他学者也在研究中得出了类似的结论,国内如营志翔的《族群归属的自我认同与社会定义——关于保安族的一项专题研究》,国外如Katherine Palmer Kaup的《创造壮族——中国的族群政治》(Creating the Zhuang: Ethnic Politics in China)。

“少数民族”无疑是一个相对概念,与“多数”(majority)或“主体民族”相对应,这种对比通常并不是一种简单的数量上的对比,而是和群体占有的社会资源有关。通常情况下,所谓“弱势”是指不论在政治、经济、社会等资源处于不利地位,落居社会结构的下层,无法与多数族群(或称优势族群)共享所有的利益。

Wagley和Harris(1958)指出少数族群具有五项特质(引自许文忠,1998):

(1)少数族群是复杂社会组成的从属部份(subordinate segments of complex state societies);

(2)少数族群所持有特殊的体质或文化上的特性,使得社会中的其他优势族群给予较低的

尊重;

(3)少数族群成员之间因有意识的结合,是由于他们所共同持有的特性,以及由这些特性所产生的劣势所致;

(4)少数族群的身份是由继承所得,即使他们并没有明显地具有那些体质或文化上的特性;

(5)少数族群的成员不管是基于选择或需要,倾向于与同族成员婚配。

(二)族群认同与“自我”身份认知

对于特定民族的个体成员来说,其民族身份有两个来源,一方面为内在的自我认同意识,无论是原生的还是工具主义的,产生于血缘、家庭、语言、价值观以及社区环境和集体行为的影响之中;另一方面为外部认同,族群的外部认同来源于非群体成员对族群成员社会差异的感知,这种差异主要是在文化上,包括语言、习俗、观念与价值倾向、生活方式等。

正如Wallman(1983)所谈到的,族群认同不再是一种固定的、不具弹性的、坚定的、从一而终的承诺,而且也不必要是单一的,一种多元的族群认同可以同时存在。更重要的也许族群认同只是众多认同选择中的一个,甚至可以说其他所有的认同不再是一种历时性的、不变的心理机制,它可能随着环境的变化与个人心理需求而改变,同时,族群认同是经由作抉择和自我评价的过程(引自许文忠,1998)。

台湾学者许木柱(1990)认为族群认同是许多认同形式中的一种,与其他群体认同的相异之处,在于它是以族群为认同的主要基础之一,不像阶级或政治认同是以特定的社会经济阶层或政治理念为基础。由于不同的族群通常具有各自的文化特质,因此,族群认同往往与文化认同结合在一起,并透过特定的文化象征符号来显示与增强族群认同。

综观上述学者与相关文献所提出的观点,可以整理出几个族群认同的维度:(1)个人对族群的归属程度;(2)常与文化认同结合,并透过文化象征符号显示与增强族群认同;(3)随环境的变化与个人心理需求而改变;(4)兼具主观意识、独特性以及客观文化特质;(5)是个人向该族群团体习得团体模式的过程;(6)用以分辨我

群和他群的界线。

因此,本研究认为所谓族群认同是兼具主客观的特质,以族群特征为基础,区分我群和他族的心理机制,此心理机制是多重复杂的、认知的、情感的,以及动态学习发展的心理历程,进而能影响族群个体的行为、观念以及价值观;此外,动态学习发展的心理历程也会受到社会变迁的影响,为适应社会而自觉地修正族群认同的某些部份,使族群个体能够保持心理平衡的发展。

值得注意的是族群认同这种现象的出现有一些规律性特点,其中最大的特点就是族群认同只有在族群成员和外部社会发生关系时才出现,换句话说,族群之间的差异需要来自于比较,如果失去了“他者”的对照,“自我”也就失去了意义。无论是自我认同还是外部认同,族群认同的主要特征是群体性的共同的心理感受,这种感受,或者称之为感情,能够把本群体和其他群体区分开来。一般来说,族群在文化上与外部群体——一般是主流群体的区别,来自于族群成员带有自身独特性的社会化过程。由于认同是在个体社会化过程中产生的,是个体“人格”的一部分,能够对个体社会化产生影响的所有因素都可能影响认同——包括家庭、学校、同伴、大众传媒以及个体参与过的各种社会组织,甚至某种形式的心理暗示。

(三)转型期的少数民族身份认同

20世纪九十年代,民族主权主义思潮在欧洲兴起,民族认同被认为是“这样一种共同文化不仅使它的承担者们能够明白他们身处何处、向他们提供一种共同的历史认同感,而且当他们在决定如何生活时可以为他们提供更丰富、更有意义的选择的背景^①”。“民族”是一个主观性很强的概念,它通常不完全取决于客观的因素,比如血统;它更多地取决于人类个体的心理认同,正如马克思·韦伯所提到的:民族只有被主观认定具有共同特征时,才会成为“群体”^②。

在多民族国家中,民族认同与国家认同总是交织在一起,它们是一种能动员人民的力量。它

们之间的互动,影响着国家的向心力和凝聚力。“当这两种互为补充的认同达到协调与平衡时,多民族国家就变得有力量,其作用就会得到充分实现;相反,一旦两者的共生关系被削弱或者被拆散,甚至发生激烈的冲突时,就会催生离心力极强的族群民族主义,国家共同体便会陷入危机之中。^③”

对于特定民族的个体成员来说,其民族身份有两个来源,一方面为内在的自我认同意识,无论是原生的还是工具主义的,产生于血缘、家庭、语言、价值观以及社区环境和集体行为的影响之中;另一方面为外部认同,族群的外部认同来源于非群体成员对族群成员社会差异的感知,这种差异主要是在文化上,包括语言、习俗、观念与价值倾向、生活方式等。

随着城市化进程的不断加剧,大量少数民族从民族聚居区迁移到城市中,在脱离了原有族群环境之后,年青一代的少数民族成员的民族身份认同成为一个迫切需要解决的问题。胡蕙萱(2004)探讨都市经验如何形塑都市少数民族第二代的族群与身分认同,研究发现族群认同的条件并非完全仰赖文化的本质(例如:语言、文化或生活习惯),而可能是个人认同层次的选择。而个人对族群认同的接受与响应,则视所处的都市生活经验、情境而定。第二代都市少数民族,在工作中开始拥有丰富的跨族群接触经验,自我的族群身分随着互动的情境而展露。蔡春兰(2005)亦发现,都市少数民族后代对自己族群认同持肯定态度者,主要是家庭教育的养成、媒体正向报导的影响、政府推动的福利政策以及良性的族群经验使然,认同少数民族身份者表示大部分文化讯息来自于平面及电子媒介报导,他们将少数民族吸引人的片段或其他有利因素加以放大,或是向往媒介中呈现的部落风光,甚至成为追逐流行的指标。

而都市少数民族在所处的都会环境中,其族群认同也产生一些困境。卓石能(2002)发现,

① David Miller, *On Nationality*, Oxford: Clarendon Press, (1995), p. 89.

② 马克思·韦伯,《经济、诸社会领域及权力》,(李强译),(上海,1998年),第105页。

③ Anthony D. Smith, *A Europe of Nations. Or the Nation of Europe?*, *Journal of Peace Research*, Vol. 30(2), (1993), p129-135.

由于族群的刻板印象、他人对少数民族不当的族群态度,影响到少数民族第二代成员产生“认同的污名”的负面认同危机。蔡春兰(2005)亦发现都市少数民族对自身族群认同持否定认同态度者会努力使自己看起来不像少数民族,很多原本居住在农村的少数民族在进入城市之后,为了使得自己看起来像“城里人”,极力摆脱原有民族的语言、文化、衣着服饰等,选择让小孩完全都市化;有些是因为觉得自己已习惯都市生活,认为和少数民族没有任何关联,甚至有些基于有利于各种利益自愿保留少数民族身份者,在大多数情况下亦不愿意主动承认自己的少数民族身份。

二、大众传媒与少数民族认同建构

传媒再现媒介事件及其建构的过程,从中可以窥视出传媒在叙述的历史过程中对民族认同的建构。正如安东尼·吉登斯所说的:“在现代性的条件下,媒体并不反映现实,反而在某些方面塑造现实。”^①从某种程度上说,媒介并不建构现实,也不反映现实,而是虚构现实、想象现实,并且在此基础上重新定义现实,将现实不断生产出来^②。

与此同时,“媒介”也被认为是族群意识、文化认同正当化的重要“管道”。媒介象征着一种符号权力,可以控制并赋予族群关系定义,拥有媒介就是拥有权力,也就是拥有族群关系的解释权(孔文吉,1994)。族群的需求显示了大众媒介在传承特殊文化以及对族群媒介需求的问题。近年来的传播研究逐渐将传播与认同的关系架构在文化的情境中,尝试从生活经验以及公众文本、事件与舆论等途径来分析传播与认同的形成。(Carey,1989;引自谢伟姝,1998)传播学者英尼斯曾探讨文化认同与大众媒介之间的关系,他强调文化认同对于建立自我形象而言意义重大,少数族群为了统一的自我形象的建立,需要从媒介中持续而规律地感知其文化。弱势族群如果缺乏接近媒介的权利,最终将会导致其成员个人认同危机、族群文化自尊的丧失。

当研究传播领域中媒介建构认同(共同体)的时候,安德森所提出的“想象共同体”这一概念经常被引用。在《想象共同体》一书中,安德森开宗明义指出“民族是被‘想象’出来的”,区别不同共同体的基础就是他们被想象的方式。一开始,民族这个“想象共同体”是透过“文字”来想象的。“在十八世纪欧洲最初兴起的两种想象形式是:小说和报纸,为‘再现’民族这个想象共同体提供了技术的手段”^③。许多不相识、散布各处的人,共同读着同一部小说或同一份报纸时,“共时性”的链接及文字所产生的意象在人们心中召唤一种想象的共同体。除此之外,在资本主义、印刷科技和人类语言宿命三者间的交互作用下,印刷资本主义创造了统一的语言,链接了广大的读者同胞,形成了想象共同体的胚胎,电子媒介更促进了想象共同体的形成,因为多语广播能够召唤文盲和使用不同母语的人形成共同的民族想象。

进入20世纪晚期,“民族”这个理念几乎已经牢牢地固着在所有印刷语言之中。值得关注的问题是,印刷媒体如何促成“想象共同体”的产生。安德森发现,报纸版面的安排并不是纯粹的任意而为,这些事件被如此任意的挑选和并列在一起,表明它们彼此之间的关联是被想象出来的。日复一日,当原本互不相关的成员在新闻中不断的现身,其得以解读这些共同体的神圣意义。通过印刷语言,不同的阶级或者群体确实逐渐能够在心中大体想象出数以千计和他们自己一样的人。在安德森的启发下,随后学者们对大众传媒与族群认同问题进行了众多的研究。

Jeffres(2000)从1976年至1992年长时间的追踪调查美国都会区十三个族群,追踪其族群认同、族群行为、族群媒介使用与主流媒介使用,研究发现长期使用大众媒介会导致强烈的族群认同。随后Shi(2005)的研究也发现,对于少数族群来说,媒介使用促进了和相同离散族裔成员间的互动,这使他们建构一种安全感和认同的连

① 安东尼·吉登斯,《现代性与自我认同》,赵旭东等译,(上海,1997年),第29页。

② 潘知常,《新意识形态与中国传媒》,《江苏行政学院学报》,第4期(2006年)。

③ [美]本尼迪克特·安德森,《想象的共同体——民族主义的起源与散步》(吴叡人译),(上海,2005年),第24页。

续性,并且形成文化协商和共有的情感。媒介的新闻或内容提供的不只是讯息,同时也提供少数民族成员和同族裔聊天时的共同话题及相互理解的情境,并让自己感觉到是社群中的一员。

Berry 针对少数民族在新环境下面临的认同问题进行了研究,他发现少数民族或移民在新的环境下将面临两个主要认同问题:一是是否保留本民族的原有文化特色和文化认同;二是是否愿意发展与主流文化成员密切的关系,并接受他们的价值观。并且他认为这两个维度是相互独立的,也就是说,对某种文化的高度认同并不意味着对其他文化的认同就低。根据文化适应中个体对两个维度的问题的积极或者消极的回答会产生四种文化认同的模式。(1)整合:期望采用新的生活方式,但是不放弃自己原有的价值观和认同。(2)同化:个体绝大多数放弃自己原有的文化,完全融入主流文化。(3)分享:个体希望保留自己原有的认同,限制自己与新文化发展紧密的关系,把自己封闭在自己独特的民族文化之中。(4)边缘化:个体既不能认同主流文化也不能完全认同本民族的文化,处于两种文化边缘地带^①。

综上,国外探讨族群媒介消费如何建构族群认同之研究,显示出人际传播和大众传播对于少数民族的族群认同建构是同时产生作用的,有时人际互动甚至高于大众传媒,例如:Shi(2005)发现美国第一代大陆与香港华人,族群媒介满足他们思乡的渴望,促进了和相同离散族群成员间以及母国亲朋好友的互动,使他们建构一种安全感和族群认同,族群媒介建构认同具有显著的效果。

作为一个多民族国家以及多元文化的社会,促进族群之间的了解与彼此接纳是社会发展的主要指标。过去主流媒体对于少数民族的形象建构与塑造往往充满刻板印象与偏见,致使少数民族成为主流社会文化中的“他者”,媒体再现下的少数民族形象往往对受众造成主流同化影响,使得一般大众对于少数民族的看法与主流媒体报道趋于一致。有鉴于此,本研究依据刻板印象、媒介建构、再现理论和框架理论,采用内容分析与文本分

析的方法,通过随机抽样抽取三家主流报纸:《人民日报》、《北京日报》、《贵州日报》,探讨它们自1978年至2010年间如何再现少数民族形象及其对少数民族认同产生的影响,关注在有关少数民族的报道中,大众媒介描绘了怎样的少数民族图像?旨在从“报道了什么”和“如何报道”两个层面来考察主流媒体如何建构和再现少数民族的形象,进而分析其对少数民族身份认同的影响。

三、国内外研究综述

(一)国外研究现状

本研究中所采用的“少数民族”这一概念更接近于西方当代语境下的“少数族群”概念(ethnic minority),这方面研究在国外大多是集中在政治学与社会学之中的。在SSCI索引数据库中,使用这个词语进行搜索和新闻传播有关的文章大概有50篇左右。其中研究主要集中于以下领域:

1. 媒体在报道中对于“少数族群”的成见

Gail(2011)在对澳大利亚的电视节目进行研究时发现,由于媒体从业者自身的种族和立场,媒体在报道的过程中倾向于“亲英国的白人的立场”,而其他族群的种族、文化和信仰的差异则被忽视。有趣的是,Alumit和Frederick(2010)在对2004年美国大选的广播和电视新闻进行研究却发现,由于媒体试图尽可能的表现出客观以及避免被认为歧视特殊人群,因此在报道中更为大量的关注到女性和有色人群。当然,这一研究同样从另一个侧面证实了媒体偏见的存在。

2. 少数族群使用媒体时的不同特点

Srividya通过对黑人和白人对于媒体使用的研究发现,不同的肤色人种在使用媒体时候存在差异,他们对媒体所呈现出来的态度也具有差异性(Srividya,2011)。从国外的研究发现,媒体在报道中对于“少数族群”确实存在成见,而“少数族群”使用媒体确实不同于其他族群。

^① 转引自:张京玲、张庆林,《少数民族文化认同态度模式与文化适应的关系》,《中国组织工程研究与临床康复》,第52期(2007年)。

3. 媒介如何呈现少数民族群

Ter Wal(2002)的研究发现,主流媒体在对少数民族群进行媒体呈现时,常常采用以下三种作法:消声匿迹(absence)/低度呈现(under-representation)、或是错误呈现(misrepresentation)。另外,根据 Klimkiewicz(2000)的观点,媒体对于少数民族群的呈现有三种模式:本质主义(essentialism)、负面主义(negativism)、以及异国主义(exoticism)。

还有学者专门针对以《人民日报》为代表的中国官方媒体对少数民族的报道进行了研究。Blum(2001)的研究认为,中国官方媒体在描述少数民族时,常常将其和“贫困”、“文盲”、“迷信”等形象相连,以体现汉族自身的优越。Gladney(1994)则发现官方媒体中55个少数民族群体中有53个民族的图片使用了女性,以“较弱”的性别等同少数民族。

(二)国内研究现状

国内对于主流媒体少数民族报道研究的论文是比较少的,部分这方面的论文和研究也集中在对少数民族对外信息传播的研究上,主要是针对少数民族如何提升对外传播能力;如何建立少数民族地区的传播力量;如何赢得对外传播的话语权的研究。而反过来研究主流媒体对少数民族报道以及少数民族形象呈现的成果则较少。

从现有的相关文献来看,主要有:①顾媛婷(2009)在对建国以后《人民日报》60年的少数民族报道进行抽样调查分析之后,发现少数民族报道数量相对较少;报道面不平衡;报内容缺乏深度。②云南大学教授单晓红(2005)在对报纸传播中的云南少数民族形象研究后发现,通过主流媒体的报道呈现出来的云南少数民族都是生活在农村的、能歌善舞的、天天过节的、落后的、没有文化的、愚昧的、贫穷的刻板印象,对少数民族自我认同和角色认同产生负面的影响。③浙江大学吴飞教授(2007)认为现代传播媒介主要是使用主体民族的语言或者是多民族共同语言来进行的,虽然少数民族地区在努力发展地方语言媒体,但这类信息亦小,不过是总信息流量中很少的一部分。对于少数民族的报道时常会出现偏差,并且报道数量与其他的信息比起来是

非常少的。④谭淑玲(2003)的研究则发现,少数民族地区的主流媒体对本地信息的报道最多不超过该报刊报道量的1/10,全国性的报纸《人民日报》对少数民族文化信息的报道量则不足国内新闻的1/20。迄今为止尚未有专门针对主流媒体少数民族形象呈现及其对少数民族身份认同影响的系统研究。

四、课题的研究设计

(一)研究对象

本课题研究对象主要以主流党报中的少数民族报道为主,关注在有关少数民族的报道中,大众媒介描绘了怎么样的少数民族的图像以及主流媒体对少数民族身份认同的影响?结合改革开放以来新时期的形势的变化,以“主流报纸中的少数民族形象建构”为主题,对1978年以来33年间随机抽取的《人民日报》、《北京日报》、《贵州日报》三份党报中的少数民族报道进行分析,旨在从“报道了什么”和“如何报道”两个层面来进行考察主流报纸如何建构和再现少数民族的形象。考虑到时间的完整性和代表性之后,具体所选取的研究样本是从1978年12月31日至2010年12月31日间出版的报纸,报道内容方面由于所研究的主要是少数民族新闻报道,因此所选取的报纸版面涉及到各报纸除副刊之外的所有新闻类版面。

针对一个分析单位(即一篇有关少数民族的报道),主要从四个方面加以分析:一是报道呈现出来的外在信息,包括报道的时间、报道标题、报道篇幅、报道体裁、信息来源、报道版面位置及其大小等;二是报道的具体内容,涉及到报道的主题、报道的主体、报道区域、报道立场以及报道时机。三是报道所呈现出来的少数民族整体形象,包括文化形象、人格特征、族群关系等。四是报道策略,包括叙述形式和叙述策略。

(二)研究目的

通过研究试图达到以下目标:(1)发现主流媒体对于少数民族报道的主要特点;(2)通过对报道倾向的分析来判断是否存在倾向性及其产生的原因;(3)通过分析研究主流媒体的报道对

公众会有何影响?这些影响会否导致公众对于少数民族认知的刻板印象;(4)少数民族受众在接触主流媒体的少数民族报道时呈现出何种观感?对少数民族身份认同会有什么影响?(5)进一步分析主流媒体对于少数民族的报道对于少数民族形象建构和民族身份认同的影响,进而研究与社会的稳定以及和谐社会建构之间的关系。

(三) 研究问题

根据研究对象和研究目标以及此前探讨的相关理论,本研究将探讨国内主流报纸中少数民族形象再现与新闻议题建构,旨在从“报道了什么”和“如何报道”两个层面来进行考察。首先,本研究提出假设:主流报纸的少数民族议题建构尤其特殊的策略,主流报纸所呈现出来的少数民族形象与现实之间存在差异,这种差异将会影响少数民族个体身份认同的实现。

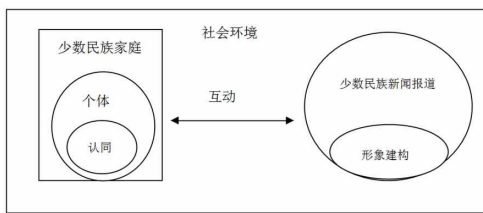


图1 研究假设(资料来源:本研究整理)

在此基础之上,本研究提出以下两个主要研究问题:

1. 主流报纸如何再现少数民族形象?
2. 主流报纸如何建构少数民族议题?

(四) 研究架构

本研究从比较《人民日报》与《北京日报》、《贵州日报》三份报纸报道主题、报道题材、报道内容、报道消息来源、报道主要内容、报道策略等方面进行分析入手,以试图理清相同的类目及单位,藉以分析从1978年到2010年三份报纸少数民族报道内容的异同,同时结合三份报纸所针对的不同受众特征,分析不同受众群体的报纸如何进行少数民族报道,呈现出何种少数民族形象,并以此可能对少数民族身份认同产生什么样的影响。

(五) 研究方法

1. 内容分析法

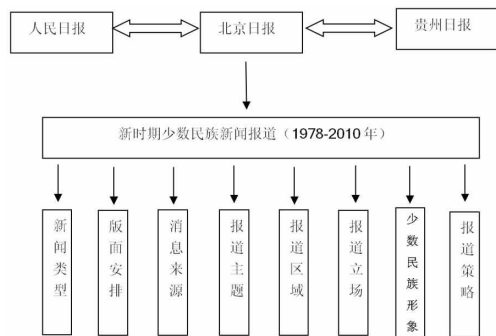


图2 研究架构图(资料来源:本研究整理)

一般而言,内容分析是以讯息的实质内容为主要而研究对象,也就是探究“什么”的问题。根据台湾学者王石番的归纳,内容分析主要可以应用在以下五个方面:第一,检视传播内容本质,描述传播内容的趋势。第二,探究内容表达的形式,包括:揭示宣传技巧、衡量传播内容的可读性、发现体裁的特征。第三,分析传播来源的特质,可以鉴别传播者的特征、测定个人或者团体的心理状态。第四,检测受众的特性,包括:鉴定团体与人物的形象;反应群体的态度、兴趣、价值和类型;提供证据;获取情报。第五,检验传播内容的效果。揭示传媒在形成意见和态度方面扮演什么样的角色;描述传播对态度和行为的影响;比较媒介内容与真实世界。

基本上,内容分析是分析既有的传播讯息,研究资料是现成的,具有可控制性。除此之外,定量的内容分析可以协助研究者从数据中界定主要的概念,对大量既存的经验资料加以提纲挈领,浓缩要点,常能得到运用问卷调查或是访谈等实证研究方法所不易搜集到的资料。

2. 文本分析法

文本分析不同于内容分析,内容分析是对传播中“明显内容”做客观、系统性、定量性的描述,文本分析则强调了文本再现意识形态的变化与流动性。这是由于意义是透过文本的诠释而产生,而开放的文本拥有多元的诠释,同时意识形态的发展与社会事件的论述有关,也就是存在于人彼此之间的论述,而非属于事件当下所被生产、散步与诠释的文本,因此文本之中的意识形态是无法被完全解读的。

台湾学者游美惠在《内容分析、文本分析与

论述分析在社会研究的运用》一文中对文本分析的解释,将文本分析视为对文本的解读诠释过程,她不只将文本分析视为文学性的文本结构分析,还提到了互文性与语境分析的概念,以说明社会科学研究者更在意的应该是文本的社会内涵。文本分析的重点在于对“意义建立和信息分享”为核心的传播进行研究,文本分析强调意义建构的整体性质,重视社会文化的特色,从多元角度打破传统传播研究对讯息及其来源的界定。传播中的意义总是存在于制造与再制造之中的,探索什么样的意义被生产制作出来,什么样的意义是文本以及受社会环境制约的受众优先期待的,一直是重要的研究工作。因此传播所研究的是社会中流转的意义,文本分析就是其核心。

(六) 研究实施情况

1. 样本抽取

2000年,赖斯(Lacy)的研究发现从5年的日报中抽取9个构造周足以预测总体均值^①。参考这一研究结果,本研究针对1978年12月31日至2010年12月31日共32年间的研究对象分为六组,考虑到样本的时效性,前两组为六年一组,后四组为五年一组。利用随机抽样的方法,从每一组中抽取9个构造周,一共是378天的报纸作为研究对象。针对被抽取出来的报纸,按照标题中含有“少数民族”、“民族地区”、“某某族”或者具有民族特色的人名地名等作为关键词,检索有关少数民族的报道。其中,《人民日报》共抽样出与少数民族有关报道344篇,《北京日报》为94篇,《贵州日报》为204篇作为内容分析和文本分析对象。

2. 类目建构

类目就是内容的分类,内容分析的成败决定于类目。类目越是周延而明确,适合于研究问题及内容,专题研究越是深入,也越具学术价值。王石番(1991)将建构类目原则区分为:符合研究目的、反应研究问题、穷尽、互斥、独立、单一原则分类、功能性、可操纵性、合乎信度、效度等9项。内容分析所运用的类目应该是针对特殊问题最有意义的类目,而明确和具体的类目才是最具有意义的。

巴德等人在所著的《传播内容分析》一书中

强调内容类目要有适宜性、穷尽和互斥。换句话说内容类目的建构必须在符合研究目的的基础之上,能够反应研究问题。同时,所有的研究内容都能毫不遗漏地归入设定的类目中,并且研究内容不能同时列入两个类目。简单来说,每个类目的理论定义和操作定义必须明确而不含糊,任何内容归入某一类目的时也不应该影响其他内容的归类。最后需要注意的是,理论上来说,不同层次的分析必须是隔离开来的,不能混淆,以免造成双重标准。

本课题的类目的建构主要分为说什么与怎么说二种:

(1) 怎么说类目属于形式探究,可区分为新闻类型、版面安排、信息来源、报道立场、报道时机、叙述形式以及报道策略等类目。

(2) 说什么类目属于实质探究,可区分为报道主题、报道主体、报道区域、少数民族人物特征、少数民族形象等类目。

五、课题主要研究结果

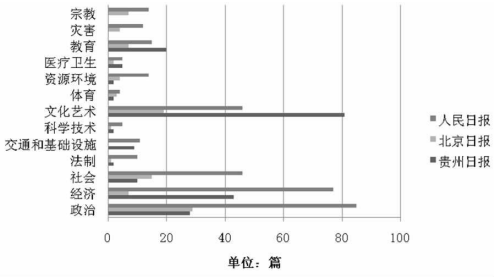
(一) 主要研究结果

本研究采用内容分析和文本分析法分析三家主流报纸(《人民日报》、《北京日报》、《贵州日报》)于过去三十三年间(1978年12月31日至2010年12月31日)如何再现少数民族形象。研究结果显示,在(一)报道主题(二)报道区域(三)被报道对象身份(四)少数民族主要形象呈现(五)少数民族报道策略等分析类目上,三家报纸各有不同的表现,如下:

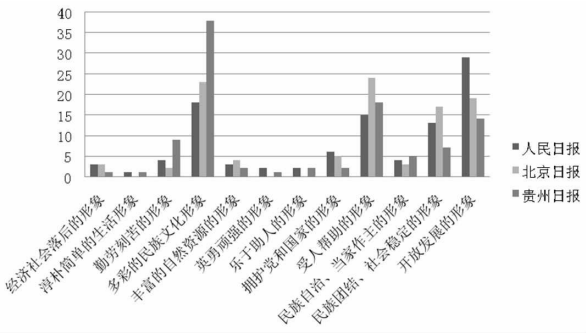
1. 报道主题:三份报纸报道数量最多的议题分别是政治、经济和文化艺术类,但是在排序上有所区别:《人民日报》和《北京日报》报道数量最多的是政治方面的选题,其次是经济类议题,而《贵州日报》则更为关注文化艺术方面的议题。

2. 报道区域:《人民日报》少数民族报道涉及最多的地区是西藏(26%),其次是新疆(20%)以及云南(11%),而根据第五次全国人口普查的结果,我国少数民族分布人数最多的省份依次是广西、云南、贵州、新疆。《人民日报》的少数民族报道区域与少数民族实际分布区域

之间存在明显差异,并且《人民日报》的少数民族报道几乎集中在五个自治区和云南、贵州、青海、四川、甘肃这十个地区,均未涉及到非少数民族聚居区域的少数民族。《北京日报》报道最多的是北京地区,其次是西藏和新疆,《贵州日报》则立足于本省,报道的大多都是本省各少数民族自治地区的少数民族新闻。



主流报纸少数民族报道主题分布(本研究整理)



主流报纸少数民族形象呈现(资料来源:本研究整理)

表 1 主流报纸少数民族报道策略(资料来源:本研究整理)

叙述策略	重复叙述	攻击	样板号召	诉诸权威	文化吸引	帮助扶持	身份认同	民族团结	肯定成就	其他
人民日报	5%	1%	11%	6%	8%	11%	7%	12%	38%	1%
北京日报	2%	0	4%	9%	23%	23%	0	22%	16%	1%
贵州日报	2%	0	15%	4%	36%	10%	0	15%	18%	0

3. 被报道对象身份:首先值得注意的是,在所抽取的少数民族报道中,只有少量报道中涉及到了少数民族人物,似乎正如 Matthew Hoddie 的研究发现的那样,报纸的编辑和记者们倾向于讨论少数民族整体而不是具体的个人或者少数民族^①。就所涉及到的民族来说,《人民日报》涉及最多的民族为藏族,其次是维吾尔族,被报道提及的少数民族为 45 个。《北京日报》报道涉及最多的民族为藏族,其次是回族和蒙古族。值得

注意的是,在北京地区人数最多的满族在抽样样本中却没有一篇报道涉及。《贵州日报》报道涉及最多的民族为苗族、布依族和侗族。

4. 少数民族主要形象呈现^②:《人民日报》在少数民族报道时,特别强调“民族团结”和“民族自治”,所呈现出来的少数民族形象主要是拥护党、各民族团结、民族自治的形象。《北京日报》则特别强调少数民族的“多彩民族文化形

① Matthew Hoddie, Minorities in the Official Media : Determinants of State Attention to Ethnic Minorities in the People’s Republic of China, The Harvard International Journal of Press, (2006), p.3 – 21.

② 少数民族形象的分类主要是以报道中所出现的关键词以及报道的主要内容进行区分,例如报道中出现“克服困难”“坚强”等字眼的就归类与“英勇顽强的形象”;报道中多次出现“成就”、“发展”等字眼的就归类于“开放发展的形象”,以此类推。

象”和“受到外界的帮助扶持的形象”。《贵州日报》在对少数民族进行报道时,关注丰富多彩的少数民族文化。

5. 少数民族报道策略:在对少数民族进行报道时,三份报纸基本将少数民族视为“弱势”地位的群体,无论是文明、社会、经济还是政治发展,少数民族都是处于“受到帮助的地位”。不过《人民日报》主要采取“肯定成就”的叙事策略,而《北京日报》和《贵州日报》则更加倾向于采用“文化吸引”作为叙述的主要策略。^①

(二) 研究结果解读

从微观层面到宏观层面,影响媒介再现少数民族形象的主要有媒介之外的信息来源、媒介的新闻产制机制以及媒介的所有制和社会意识形态的影响。

1. 信息来源

不论是国内或国外的研究都发现,政府单位比非政府信息来源有较多的进入媒体的机会。另外一方面从媒体的角度来说,也有大量的研究证实新闻记者(或媒体)在选择信息来源时,会系统性的偏向某些人物、团体或者组织。在计划经济时期,媒介主要由政府控制,媒介是社会控制的工具。因此,媒介内容主要由政府、媒介所有者或者媒介上层主管所控制,媒介中的新闻信息也体现着控制者们的意图。

尽管进入市场经济时代之后,媒介开始市场化,政府控制力有所下降,但是一方面党报的特殊性使得在重要的议题上仍然受到来自政府宣传部门的监管,另一方面媒介的内容选择上也会受到媒介工作人员的影响。由于媒介工作人员大多是来自受过较高教育以及经济较为发达地区的汉族,媒介工作者除了本身的背景外,更受到新闻社会化过程的影响,学习如何处理新闻信息,以便符合其所处社会阶层的观点。因此他们

在报道少数民族议题时候通常从其自身的认知出发,对不符合其原有的对于少数民族刻板印象的客观事实往往持有怀疑与对立的态度。

相对于主流族群和优势阶层来说,少数民族所拥有的社会资源与权力都相对较弱,接近新闻媒介的机会也较少,这也导致了少数民族话语权的削弱,使得来自少数民族的信息较难出现在媒体之上。政府虽然掌握着更多进入媒体的机会,但是由于政府通常对于少数民族的关注多是出于政策和政治的需要,也使得媒介中对少数民族的报道多是出于政治需要的报道,多是以正面宣传为主,通过少数民族的发展成就来展现民族团结的稳定局面。

2. 新闻产制机制

我国的主流报纸在处理少数民族领域的报道时,总是以“汉族人写给汉族看”的心态去介绍、报道民族新闻,不仅很容易使读者感觉到“汉族为主、少数民族为辅”的错觉,更是难以获得少数民族读者的广泛认同,同时也容易犯下“一叶障目”、“贴标签”的错误。“局外人”的潜意识使记者更容易在乎少数民族外在的某些相同特点,忽略了每个人独一无二的内在特质。为了便于记忆我们这种不自觉的“贴标签”行为也在无意中消解了我们深入了解不同文化的可能。(邱爽,2011)

从媒体对新闻事件的处理,我们可以观察到以下值得注意的现象:(1)大众传播媒体(报纸)的版面,是记者和各类信息来源权力互动的场域;(2)记者和信息来源都是有意图的作为者而绝非无意图的不作为者;(3)不同信息来源因其身份、地位不同,有些可以不作为就被大幅报道;有些却必须以各种策略、犯法才能挤入报纸的版面,同时必须承担各种被扭曲的风险。

^① 叙述策略主要是指传播者所使用的技巧或者是传播过程中所运用的修辞方法。“重复”指针对某一宣传内容不断反复陈述,即以相同或类似文句、观点在文稿中重复出现,加深读者印象。“攻击”是以贬抑性文字公然辱骂、描述人或事,企图激发读者厌恶的共鸣。“样板号召”即“典型榜样”,通过塑造具有代表性的人、事、物、单位,借以让读者产生学习效仿的心理。“诉诸权威”是诉诸于权威的信息来源,通过叙述者的地位、等级、经验或者权势来影响受众对于信息的接受。“文化吸引”策略通过对丰富的少数民族文化资源的陈述,以吸引读者的兴趣加深对少数民族地区的印象。“帮助扶持”策略常表现为少数民族受到来自汉族或者党和国家、或者发达地区的帮助支持以克服经济或者社会发展中的种种困难,并取得一定成就。“身份认同”策略通过身份认同来唤起受众对于信息内容的接受。“民族团结”是以各民族之间的融洽共处来展现民族团结的情景。“肯定成就”则是针对少数民族所取得的经济、文化、社会发展或者是基础设施建设等的成就来赞扬少数民族,建构和谐的局面。

Gans(1979)指出,新闻报导是一种例行性活动,记者每天必须在截稿时间的压力下,探访到足够的新闻。在媒介组织中个人被组织常规机械化,使其服从于集体节奏。一方面,记者和编辑在选择采访新闻的时候将自己自动地与组织的规范保持一致,记者通过潜移默化慢慢在媒介中摸清自我的定位与角色,顺从于组织和上司的规定,以集体化取代差异化。因此,无论是来自不同媒体的记者,还是来自同一媒体的记者都不自觉地根据自己的观感来使得他们最终选择传播的内容保持着一致性,在对少数民族报道上,无论是角度还是报道内容,各家媒体也显然是趋于一致的。

依照 Luhmann(2000)的说法,当新闻系统运作呈现封闭状态时,讯息处理的封闭性也会发生,这意味着新闻机构对于外在环境发生什么事情的判断,不仅会受到来自新闻媒体内部的影响,也会受到其他新闻媒体的相互影响。媒介对于新闻议题的报道并非是新闻媒介的对于事件的创新发现,而只是大众媒介利用既定的报道方式,再度谈论这一议题。也就是说媒介新闻是在“早就已知”与“对进一步讯息的需求”为前提下进行的产制。

3. 媒介所有制

“改革开放”后,党报体制出现了变化。1978年末,《人民日报》等数家报纸,首先向国家财政部门提出报告,要求试行“事业单位企业化管理”的经营方针,这也成为日后报业体制发展的基本原则和基调。这样的背景下,大多数报纸进入自负盈亏的市场经济运行模式。

不过,在中国,新闻媒体一向被视为官方宣传工具。在报道重要党政会议时,各个报社无不以报道准确、及时宣传党的路线、方针和政策为重点目标。原因是党政会议新闻,反应了全国人民的意愿,关系着各级政府、各行各业的工作。因而会议新闻也是各个层级、各个行业的党报所关心的。此类会议新闻刊载时都以头版位置,显著处理。现今大陆党报发展的趋势:即“党的喉舌”功能虽然在市场经济因素影响下逐渐弱化,但是却没有完全卸下国家赋予的社会责任;报业集团的成立,虽然使得“传媒企业”的角色持续增强,但仍旧在党的控制经营下。

少数民族新闻被认为是反映少数民族地区社会与经济发展、少数民族生活和文化状态的新闻,是对民族地区和少数民族的真实展现,因此处理好民族新闻与社会发展的关系,被认为是构建和谐社会的重要一环。根据党和政府的少数民族政策宣传需要,主流报纸的少数民族报道就是要更好地坚持民族新闻宣传“为少数民族服务,为民族地区服务”的宗旨,充分认识到发展民族新闻事业要符合构建社会主义和谐社会的总体要求。在政府的要求之下,也使得主流报纸的少数民族报道呈现出偏重民族团结、民族文化、民族自治等议题以便符合政治的需要,而忽视了对于少数民族其他议题的报道。

4. 社会意识形态

意识形态是指一种观念的集合。马克思主义认为,媒介是意识形态领域中的一环,不同的阶级观点在媒介中互有长短,然而最后的控制仍逐渐集中在垄断性的资本家手中。媒体的专业工作者自以为享有自主权,其实主流文化意识形态早已经在不知不觉中被内化了。

Hall(1981)认为,媒介受制于新闻产制过程中的两大机制:新闻产制的时间压力以及媒体报道需要遵守公正、平衡和客观的原则。因此这两种机制增加了媒体对信息来源的依赖,特别是所谓“可靠”的信息来源的客观、权威的陈述。这使得新闻产制的过程,在结构上就不得不向主要控制阶级(意识形态)靠拢,造成了媒介内容不断地复制当权者的意识形态。

按照阿尔都塞的观点,意识形态的生产,是通过意识形态国家机器实施的,至少就中国民族意识形态的生产来说,强制性的国家机器在意识形态的生产中,同样担负着重要的角色。每个社会都有意识形态,作为形成“大众想法”或共识的基础,而社会中大多数的人通常都看不见它。占有优势地位的意识形态以一种“中立”的姿态呈现,而所有其他与这个标准不同的意识形态则常常被视为极端,不论到底真实的情况为何。当社会中绝大部分的人对于某些事情的想法都很类似,甚至忘记了目前的事物可以有其他的选择,这就变成了哲学家葛兰西(Antonio Gramsci)所说的霸权(Hegemony)。

意识形态的控制者通过手中所掌握的权力来影响着媒介的报道,另外一方面社会现存的主流群体对于少数民族的刻板印象也会影响着媒介对于少数民族的再现。若众人对于族群形象抱持错误的刻板印象,将个体标签化或刻板印象化,亦有可能造成污名化的结果,进而造成族群互动时相当大的伤害。而媒体惯性使用过于稀少的主题描绘少数民族,事实上塑造了偏颇的少数民族文化(Gorham,2006)。

有时候意识形态对于个人的控制和影响并不是那么容易觉察的,阿尔都塞认为:“意识形态对人的控制并不是公开的,而是隐蔽的,我们内化了意识形态,因此不能意识到它的存在和效果。”当民间和官方的意识形态难以调和的时候,官方就会开始借助那些容易被内化的同时也更不容易被察觉的新意识形态实施政治宣传,从根本上说“国家、民族、执政党意识形态”是当下决定新闻走向的核心力量。主流报纸在日常新闻采编和制作中都在自觉和不自觉与国家、民族、执政党意识形态形成“合谋”关系。

六、大众传播对少数民族身份认同的促进

除上述分析之外,本研究也发现大众传媒在建构都市少数民族族群认同时,发挥了如同Browne(1996)所言的“教育”功能。不仅让少数民族重新发现过去的历史、文化与习俗的珍贵之处,也同时学习现今的成就。大众传媒在建构都市少数民族的族群认同时,亦如Ginsburg(2002)所谓调解了时空、知识与偏见的裂缝。大众传媒让都市少数民族弥补了自身与原住地及过往历史的疏离,重新认识自己的族群标记,也建立正面的荣誉感与自信心,这些都有助他们重新凝聚集体认同。大众传媒在教育涵化、协助都市少数民族构建相互连结与支持的空间、改善少数民族刻板印象以及协助都市少数民族与原住地维系情感与社会网络方面,都显露出正面功能。

(一)自我身份认同

在“族群自我身份认同”方面,大众传媒使得都市少数民族的“语言”、“生活方式”、“历史文化”与“习俗”等族群标记更为清晰,此外,大

众传媒使都市少数民族将来与原乡同胞交谈时更为容易。大部分都市少数民族对自己的历史文化所知有限,也甚少回原住地居住,大众传媒扩充了与原住地较为疏离的都市少数民族整体的族群历史文化与习俗之认识,让都市少数民族更了解自身过往的独特性,使得族群自我身份认同的标记更加铭刻于心。大众传媒提供都市少数民族在历史文化与习俗等内容学习,能够改善与强化都市少数民族与部落文化的连结,使其产生较为稳固的族群认同。

(二)族群归属感

在“族群归属感”方面,大众传媒的召唤和都市少数民族既有的族群经验形成一种循环,大众传媒内容愈符合其经验,族群受众就愈因为有亲切感而愈投入观看。曾居住过原住地的都市少数民族,也因收看大众传媒对自己的民族产生新视野,而有更浓郁的归属感产生;而大众传媒创造出的“弥赛亚时间”,让处在不同时空的都市少数民族因同时消费大众传媒,或是看到自家人上电视而互相通报的异地共时串连,形成了“跨越时空同在一起”的族群归属感;当情感依附逐渐形成命运与共的归属感时,大众传媒的消费就变成少数民族认同极深者的使命与责任。当然,大众传媒所召唤的族群归属感,仍不若人际互动来得亲切,社团以及同族同胞的互动所引发的归属感深度,是单向观看大众传媒无法提供的。

(三)族群态度

在“族群态度”方面,大众传媒经常播出正面、有成就的少数民族形象与楷模,或是少数民族珍贵的族群文化内容,建构正面的族群荣誉感,让有负面“污名认同”的都市少数民族转变为正面的族群态度,提升少数民族自信心,让他们在面对汉族的误解与刻板印象时,能够加以驳斥并间接发挥族群媒介的“融合”角色。过去蔡春兰(2005)发现,认同少数民族身份的都市少数民族后代,会将媒体正向的内容加以放大,或是崇拜向往媒体中呈现的原住地风光。从本研究结果显示,这些现象透过大众传媒的少数民族报道之后,对于改善族群态度有一定程度的帮助。

(四) 族群投入

在“族群投入”方面,居住在都市中的少数民族因为较缺乏丰富的少数民族聚居地生活经验,会以人际和媒介交互印证的方式,扩充己身对少数民族与民族历史文化的了解,大众传媒播出的家乡事、八卦与笑话,也常成为都市少数民族聚会时的聊天话题;而大众传媒的新闻节目让都市少数民族知悉同胞的需求而实时提供援助,或是得知政府对少数民族的福利政策而互相提醒,这些对都市少数民族而言是很重要的社会参与;大众传媒促成的文化实践,包括了少数民族饮食文化、少数民族地区旅游、少数民族庆典活动参与等活动。过去研究指出少数民族期待电视新闻能增加少数民族议题与权益之讨论以及族群文化节目。

七、小结

自1980年代后,随着改革开放的逐渐深化,中国正在经历一场剧烈的社会转型,在由社会转型引发的诸多社会问题当中,民族问题是其中最不易解决的环节之一。问题的复杂性部分来源于国际地缘政治格局。另一方面,历史条件的变化和中国日益加深的社会转型使今日的中国社会成为一个日趋分化和利益诉求多元化的社会。而基于1950年代社会现实建立起来的一整套民族政策,在许多方面表现出缺少一种足够灵活有效的机制可以因应这种变化了的社会现实。长期以来,少数民族生活在特定的地域与社会环境之中,其信息交流有赖于传统文化传承和小群体之间的互动,在此基础上形成对自我和外部社会的认知。对于处在特殊地缘和多文化背景下的少数民族,大众传播媒体对于增强其国民身份认同意识和对国家的向心力无疑具有重要作用。

为进一步在新闻报道中正确塑造好少数民族形象,必须注意把握各少数民族的本质特征。不能只是怀着一种猎奇的心态去报道“少数民族”,而应该注意反映少数民族的真实生活,尊重少数民族的风俗习惯、掌握少数民族的历史,在“多元一体”式的格局当中实现大众媒体对于少数民族形象的准确再现。少数民族则需要媒介平台来作

为文化表达,对外来表达属于自己的观点,对内则凝聚族群共识与认同,透过媒介来传递族群的语言、社会习俗等,借此塑造连接老一辈与新生代民族成员,确保文化传统不至于消逝,以及确保少数民族的文化发展适应现今社会。

[参考文献]

- [1] [美]沃尔特·李普曼(2002). 公共舆论(阎克文、江红译). 上海:上海人民出版社. [Walter Lippmann. (2002). *Public Opinion*. Shanghai: Shanghai RenMing ChuBanShe.]
- [2] 许文忠(1998). 山地布农族学童族群认同与自尊之研究. 台北:台北市立师范学院国民教育研究所硕士论文. [Xu, WenZhong. (1998). *The Study on Bunun Children's Ethnic Identity and Self-esteem*. Taipei: Master's Degree Thesis of Taipei Municipal Teachers College.]
- [3] 许木柱(1990). 台湾原住民的族群认同运动——心理文化研究途径的初步探讨. 载于徐文光,宋文里(主编). 台湾新兴社会运动. 台北:巨流出版社. [Xu, MuZhu. (1990). *Ethnic Identity of Aboriginal in Taiwan: Preliminary study Based on Psychological Cultural Studies*. Xu, WenGuang. Song, WenLi (ed.). *Emerging social movements in Taiwan*. Taipei: ChuLiu Publisher.]
- [4] 胡蕙萱(2004). 都市原住民第二代的都市经验与认同. 台北:国立清华大学人类学研究所硕士论文. [Hu, HuiXuan. (2004). *Experience and Identity of Urban Native Second-generation*. Taipei: Master's Degree Thesis of National Tsing Hwa University.]
- [5] 蔡春兰(2005). 都市原住民后代的族群认同——以十二位都市原住民后代为例. 台湾:国立东华大学族群关系与文化研究所硕士论文. [Cai, ChunLan. (2005). *Ethnic Identity of Urban Native Descendants: Based on Analysis of Twelve Urban Aboriginal Descendants*. Taiwan: Master's Degree Thesis of National Dong Hwa University.]
- [6] 卓石能(2002). 都市原住民学童族群认同与其自我概念生活适应之关系研究. 台湾:屏东师范学院国民教育研究所硕士论文. [Zhuo, ShiNeng. (2002). *A Study on the Relationship of the Ethnic Identities, Self-concept, and Life-adjustment of Urban Native Students*. Taiwan: Master's Degree Thesis of PingTung Teachers College.]
- [7] 孔文吉(1994). 原住民与传播媒介之批判——建构原住民自决的反论述. 原住民文化会议论文集. 台北:文建会. 97-127页. [Kong, WenJi. (1994). *Criticism of Native and Media: Anti Discusses about Construction of Aboriginal self-determination*. Proceedings of the

- Aboriginal Cultural Conference. TaiPei: Cultural Construction, pp. 97 - 127]
- [8] 谢伟殊(1998). 公视原住民记者观点之探究. 台大新闻论坛. 第5期. 61 - 78 页. [Xie, WeiShu. (1998). The Perspective of Aboriginal Reporters of the Public TV. *Journalist Forum of National TaiWan University*, (5), pp. 61 - 78]
- [9] Jeffres, L. W. (2000). Ethnicity and Ethnic Media Use: A Panel Study. *Communication Research*, Volume 27, No. 4, pp. 296 - 535.
- [10] Shi, Y. (2005). Identity Construction of the Chinese Diaspora, Ethnic Media Use, Community Formation, and the Possibility of Social Activism. *Journal of Media & Cultural Studies*, Volume 19, No. 1, pp. 55 - 72.
- [11] Phillips Gail (2011). Reporting Diversity: The Representation of Ethnic Minorities in Australia's Television Current Affairs Programs. *Media International Australia*, Volume 5, No. 139, pp. 50 - 85.
- [12] Zeldes Geri Alunit; Fico Frederick. (2010). Broadcast and Cable News Network Differences in the Way Reporters Used Women and Minority Group Sources to Cover the 2004 Presidential Race. *Mass Communication and Society*, Volume 5, No. 13, pp. 120 - 142
- [13] Ramasubramanian Srividya. (2011). The Impact of Stereotypical Versus Counterstereotypical Media Exemplars on Racial Attitudes, Causal Attributions, and Support for Affirmative Action. *Communication Research*, Volume 8, No. 38, pp. 65 - 85
- [14] Ter Wal, Jessika (ed.). (2002). *Racism and Cultural Diversity in the Mass Media: An Overview of Research and Examples of Good Practice in the EU Member States, 1995 - 2000*. Vienna: European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia. URL (consulted July 2005): <http://www.eumc.eu.int>
- [15] Klimkiewicz, Beata. (2000). *Ethnic Minorities and Media in Poland: Democracy without Advocacy?*. [http://www. idsnet. org/Papers/Communications/BEATA - KLIMKIEWICZ. HTM](http://www.idsnet.org/Papers/Communications/BEATA - KLIMKIEWICZ. HTM).
- [16] Blum, Susan. (2001). *Portraits of "Primitives": Ordering Human Kinds in the Chinese Nation*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- [17] Gladney, Dru. (1994). Representing Nationality in China: Refiguring Majority/Minority Identities. *Journal of Asian Studies*, Volume 53, No. 1, pp. 46 - 80
- [18] 顾媛婷(2009). 《人民日报》少数民族新闻报道研究. 北京:中央民族大学硕士论文. [Gu, Yuanting (2009), *Minority News Reports Research about People's Daily*, Master thesis of Min Zu University of China.]
- [19] 单晓红(2006). 新闻报道中的云南少数民族形象. 大理学院学报, 第一期, 45 - 48 页 [Shan, Xiaohong (2006), The Image of YunNan Minorities in News Reports, *Journal of Dali University*, (1), pp. 45 - 48.]
- [20] 吴飞(2007). 少数民族社区居民的电视体验报告. 杭州师范学院学报, 第二期, 1 - 7 页 [Wu, Fei (2007), An Experience Report of TV Media in a Minority Community, *Journal of Hangzhou Teachers College*, (2), pp. 1 - 7.]
- [21] 谭淑玲(2003). 少数民族文化传承与发展视野中当代民族文化报道的思考. 广西:广西大学硕士学位论文. [Tan, ShuLin. (2003). *Thoughts on the Journalist Report on Ethnic Culture in the Culture Inheritance and Development of Ethnic Minority*. GuangXi: Master's Degree Thesis of GuangXi University]
- [22] 王石番(1999). 传播内容分析法:理论与实证. 台湾:幼狮文化事业公司 [Wang, ShiFan. (1999). *Content Analysis of Communication: Theory and Evidence*. TaiWan: The Youth Cultural Enterprise Co..]
- [23] 邱爽(2011). 我国当代报纸新闻报道中少数民族刻板形象研究——以《人民日报》、《中国民族报》、《新京报》为例. [http://media. people. com. cn/GB/22114/44110/213990/15729630. html](http://media.people.com.cn/GB/22114/44110/213990/15729630.html) [Qiu, Shuang. (2011). *Stereotypes of Ethnic Minorities in Contemporary Newspaper in China: Analysis of People's Daily, China Ethnic News, The Beijing News*. [http://media. people. com. cn/GB/22114/44110/213990/15729630. html](http://media.people.com.cn/GB/22114/44110/213990/15729630.html)]
- [24] Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News*. New York: Vintage Books.
- [25] Luhmann, N. (2000). *The reality of the mass media*. Stanford, CA: Stanford University Press
- [26] Hall, S. (1981). "Notes on Deconstructing the Popular". In *People's History and Socialist Theory*. London: Routledge
- [27] Browne, D. R. (1996). *Electronic media and indigenous peoples: A voice of our own Ames?*, IA: Iowa State University Press.
- [28] Ginsburg, F. (2002). Mediating culture: Indigenous media, ethnographic film, and the production of identity. In K. Askew & R. Wilk (Eds.), *The anthropology of media: A reader*. London, UK: Blackwell.

[责任编辑 张梦晗]

我国电视业体制改革之路的理性观照 ——1999 - 2012 年我国电视制播分离研究文献综述

郝 雨 张 欣

(上海大学影视学院, 上海 200436)

[摘 要] 我国电视业对于制播分离的探索和实施开始于上个世纪 80 年代末期。而随着媒介环境的变化与媒介市场竞争的加剧,制播分离改革逐渐成为主流话语热议的话题。本文选取近十多年来核心期刊对于制播分离研究的文献,通过对制播分离改革文献概况、研究的主要思路与视角以及研究未来方向的梳理,围绕制播分离这一热门话题做出系统深入的探讨,着重关注近几年新一轮制播分离改革的历程,归纳总结目前制播分离的不足之处,尝试对我国制播分离的未来愿景作出预想和方向性规划。

[关键词] 制播分离;政策因素;可行性;困境

A Literature Review on the Research of TV Programs' Commission in the years of 1999 – 2012 in China

Hao Yu Zhang Xin

(Film and TV School of Shanghai University, Shanghai, 200436, China)

Abstract: The exploration and practice of the TV programs' Commission in China has started since late 80's last century. With the change of the media environment and intensified media competition, the topics of Commission have become hot discourse. Based on the literature review of the research in this field on China's SSCI journals in recent decade, the authors analyze systematically the process and tendency of the topic of Commission, generalizing the weaknesses and predicting the future on the practice and theories of Commission Studies.

Key words: Commission; Policy Factor; Feasibility; Dilemma

在传统媒体电视为王的大背景下,我国电视业的体制改革一直在探索和实验。从上个世纪 80 年代末期以来,对于制播分离的规划和实施更是成为主导性目标。到 90 年代初,中央电视台、北京电视台等有实力的大电视台纷纷成立电视剧制作中心,我国电视剧制作领域开始了“制播分离”的尝试。“制播分离”成为业界热门话题,始于 1999 年 11 月国务院办

公厅转发的信息产业部和国家广电总局的 82 号文件,其中关于“网台分营”的提法被解读为中央鼓励“制播分离”的信号,由此在业界掀起了一个电视改革的小高潮。但随后,2000 年 6 月,广电总局明确规定“电视制作权、宣传权、覆盖权、经营权、播出权五权不能分离,五权必须统一”,电视业制播分离成为政策禁区。

[作者简介] 郝雨(1957—):原名郝一民,男,河北昌黎人,上海大学影视学院新闻系教授,博导,上海大学新闻理论研究中心主任,主要研究方向:新闻理论。电子邮箱:haoyu211@sina.com;张欣(1988—):女,山东威海人,上海大学影视学院硕士研究生。

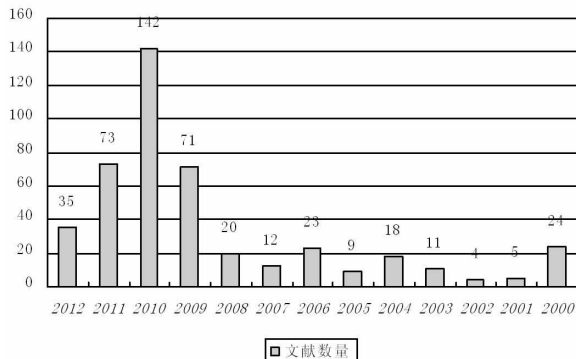
①2000年制定的广播电影电视“十五”规划中,对“制播分离”也作出了限制。2005年底,以浙江为代表的电视机构,开始通过“委托制作”的形式,征集社会制作公司招标节目,成为制播分离的一个新信号。2009年,国家广电总局印发了《关于认真做好电视制播分离改革的意见》的通知,政府从政策上对制播分离给予了支持。真正把中国传媒业“制播分离”模式推向实践中的还是2009年10月21日上海电视台、上海东方传播集团有限公司揭牌,它标志着中国“制播分离”改革进入实质性阶段。②随后,湖南电视台、广州电视台、辽宁电视台也相继实施电视节目制播分离。

在学界,关于制播分离的研究起步较晚,直到上世纪90年代末,理论界才开始对它进行研究论证、科学化分析,因此制播分离的理论性研究实际上远远落后于改革的实践。从2003年到2010年,随着电视节目制播分离实践的展开和深入,关于制播分离的研究迎来了高潮。但是,直到目前,电视节目制播分离的研究多数还仅仅停留在制播分离推行初期的实践总结以及经验

归纳上,更多的是对过去十年来制播分离的动态和效果进行研究,对于电视节目制播分离更加学理化的系统而深入的研究还比较缺乏。所以,这一领域的研究亟待更加全面、系统和深入。另外,经过梳理发现,在电视节目制播分离的研究中,既存在着含糊不清的地方,如对制播分离的界定不够明确,也存在着简单化的倾向,如制播分离的模式化,对中间发行渠道研究的忽视等。

一、我国近十年制播分离研究现状梳理

文献数量来看,纵观这十余年来,呈现出一种理论与业界实践紧密相关的发展态势,通过对期刊全文数据库的搜索,国内首篇有关“制播分离”的学术文章载于《电视研究》1999年09期,题名为《制播分离—电视业改革的必然选择》。截止到2012年9月,笔者对中国期刊全文数据库进行以“制播分离”为关键词的检索,共命中448篇相关文献。



通过上述统计数据可以很明显看出,在“制播分离”于1999年正式被有关部门提出之后,2000年的有关研究相对较多,成为一个小高峰,而2009年之后,随着上海文广“制播分离”进程的进一步推进,相关研究更是出现了爆炸性的增长,由2008年的20篇井喷到71篇,在2010年更是将这个�数几乎又翻了一翻,创下了“制播分离”研究历史的新高点。由此可以看出,我

国“制播分离”实践与理论研究受政策性因素影响较大,关注度围绕政策呈现出增长的趋势。

从研究内容来看,在制播分离改革初期,研究视角多集中在对于“制播分离”这一全新概念的定义与阐释,随着改革实践的推进,研究的视角也更多地转向对制播分离实践过程中具体问题的分析上。仔细梳理十年来的研究成果,大致可以将它们分为以下几个方向:(1)对“制播分

① 赵洪涛,《我国媒介生态下电视节目制播分离现状及趋势研究》,济南:山东师范大学硕士毕业论文,2011年。

② 郝雨、郝艳辉,《制播分离的现实困境与前景——以上海文广集团为例》,《现代视听》,第1期(2011年)。

离”概念内涵的厘清(2)对“制播分离”改革必要性与可行性等问题的论证与探讨(3)对我国“制播分离”改革历程的梳理与总结(4)对已实行“制播分离”改革的电视栏目、电视频道经验的总结与反思等(5)对改革实践中遭遇问题与困境的揭露以及改革方向路径的探讨。

从研究方法来看,由于“制播分离”本身作为一个全新的概念,虽然经过20世纪最后十年的实践以及21世纪头十年的理论研究,已经逐渐成为业界和学界普遍关注的话题,但是由于政策环境的特殊性,我国的“制播分离”的研究仍然处于定义问题和理解事件现象的阶段,因此多数文献仍以定性研究为主,定量研究的文献较少,其中比较有代表性的是2011年由喻国明和宋美杰共同发表的《中国传媒业:发展状况、热点聚焦与未来走势——基于2010年关涉传媒业文本的高频词分析》以及王洪和李蔚在2004年发表的《我国制播分离研究的文献综述》。在定性研究中,实践早期的研究大多不成熟,围绕问题本身的论证存在诸多逻辑悖论,但是也有在缺乏实践经验的情况下提出较为完整论证的文章,较有代表性的是王甫2000年发表的《积极稳妥地实行电视业制播分离》和陆地的《制播分离还是分立?》。在制播分离研究后期,文章呈现井喷状态,对于问题的研究方法也呈现出多样化的趋势。

二、国内对制播分离研究的主要思路和视角

通过对过去十年研究文献的梳理,国内对制播分离研究的主要思路与视角可以大致概括为对制播分离概念的厘清;对制播分离改革必要性和可行性的分析论证;对我国制播分离改革发展历程的划分以及发展模式的总结;我国制播分离改革遭遇的困境与问题等。

1. 制播分离是一种“交易机制”而非“管理制度”

制播分离是一种新体制,因此在我国学术界

几乎所有研究制播分离的文献,都对此作了界定。对制播分离的概念界定众说纷纭,大致可以分为两类:一类是在电视节目的生产过程之中将制作和播出完全分离,电视台只负责节目的购买、编排和播出,而将节目的制作交于社会公司。例如,清华大学传播学院教授尹鸿在《“分离”或是“分制”——对广电制播分离改革的思考》一文中认为制播分离“就是制作主体和播出主体分离,制作和播出方都通过市场行为来完成交易”。^①另一类则从词源出发,认为“制播分离(体)的概念来自于英文 Commission,最早起源于英国,原意是指电视播出机构将部分节目委托给独立制片人或独立制片公司来制作”。^②这种概念相对较为变通,可以概括为“委托制作”的经营模式。由于早期的制播分离研究缺乏实践的案例,因此对于制播分离的概念的定义理解得十分模糊,直到业界制播分离实践经验逐渐丰富起来,学者才对制播分离这一定义做出更为深刻的思考。

以上两种定义都将似是而非的“灰色地带”完全划分在“制播分离”的定义中,含糊而不精确,早期的研究中,清华大学的陆地教授看到了这些“灰色地带”的存在,并在其《制播分离还是分立?》一文中把制播关系划分为三种类型:制播分离、制播分立和制播合一。将之前一直被模糊着的“灰色地带”定义为“制播分立”,认为“所谓制播分立,是指电视节目的策划、投资、制作、审查、购买和播出等各个环节由两个或两个以上具有某种关系的部门或机构分别完成的运作体制或机制。”^③虽然这种定义似乎更为科学和清晰,但他对“制播分离”和“制播分立”的划分存在着人为的、不科学的因素,因为具有领属关系、同属关系、契约关系和合作关系的法人之间也存在着真正的市场交易行为。

最近几年,还有学者从我国制播分离发展的实践出发对此概念进行定义。例如上海社会科学院新闻研究所的吕鹏认为,制播分离是指广播电视将可以市场化运作的广电节目投入市场进

① 尹鸿,《“分离”或是“分制”?——对广电制播分离改革的思考》,《现代传播(中国传媒大学学报)》,第4期(2010年)。

② 李澎,《制播分离(体)的原意》,《广播电视信息》,第12期(2001年)。

③ 陆地,《制播分离还是分立》,《声屏世界》,第9期(2000年)。

行以市场为导向的交易的一种发展模式。笔者认为这一定义从市场出发,以实际的节目制播关系为主要表现形式,并且强调了交易这一市场特征,更符合目前改革的需求和目标。在下一阶段的研究中,学术界有必要从理论上给制播分离下一个精确的定义。

2. 旧有体制的弊端使“制播分离”具有必要性和可行性

对“制播分离”是否是必要的考量也是研究初期的一个重要方面。其中认为制播分离势在必行的文章不在少数,关注电视业发展的人们已经清楚的认识到我国旧有电视体制机制的弊病,如“观念僵直、制度陈旧、管理混乱、浪费严重,人浮于事,缺乏活力等等”,陈鹏在《破冰前行的电视产业改革——制播分离与节目公司化运作趋势分析》中提到“如果在产业化与市场化的背景下仍实行原先的制播合一制的话,必然造成节目内容的贫乏和形式上的单一,失去观众;或者节目成本过高,导致收益下降,甚至入不敷出。”而“制播分离”这种将节目制作抛向市场的做法被视为是“可以带来人事制度、财务制度、管理制度各方面的优化,带来机构与观念的同步更新”,而“只要保留着自制自播的方式,它(电视台)就无法跳出自产自销的小农经济观念,就无法改变前店后厂式的小作坊结构,就无法实现真正意义上的现代化、社会化的大生产、大流通。”^①因此,赞成派的观点认为,旧有体制的弊端使得我国制播分离改革具有必要性和可行性,制播分离改革被认为是盘活广电市场,解决当前我国广电体制弊端的出路所在。

当然,也并不是所有学者都一边倒地支持进行“制播分离”改革。其中,有学者从交易成本的角度出发,评析制播分离的优势其实也依然是未定的事实,认为“当播出平台获取节目所花费的成本以及需要承担的风险(即交易成本)大于内部生产所需另外支付的管理运营成本的时候,节目的市场化获取方一式被认为是非理性的;反之,则是理性的。”诚然,“制播分离”这一模式确实是给诸如美国、英国等国家带来了电视

业的繁荣强盛,然而在我国独有的电视体制之下,“制播分离”的改革难免流于形式,十多年的改革实践中所遭遇的现实难题,不禁让人反思这一模式是否适合当下的电视业,以至于有学者从规模经济以及中国特有体制的角度出发,抛出“制播分离,既不符合产业发展规律,也不符合中国电视实际”的观点。例如尹鸿先生在《“分离”或是“分制”?——对广电制播分离改革的思考》中认为“一般情况下,政府会通过一定的法规手段,防止行业过度垄断,通过保护适度竞争来保证媒介为大众服务的水平能得到提高。从这个意义上说,制播分离并不符合产业发展规律”,“从另一个角度看,制播分离更不切合中国实际。中国由于四级办电视,导致电视竞争非常剧烈,根本谈不上垄断性,政府没有干预产业链整合的理由”。笔者认为,任何国家的广电体制的改革都应该立足于本国的国情,不仅需要考虑政策性的因素,同时应该将经济因素等纳入考量的范围,对于制播分离改革在我国的可行性与必要性的质疑是合理的。随着近几年对于该问题的论证分析向纵深方面拓展,加之已有的实践经验,制播分离的经济学原理还是存在的,原有的缺乏成本核算与投入产出意识的制播合一体制,使得电视节目制作成本远高于社会力量制作。因此,将有利可图的“制播分离”向纵深推进有其必要性和现实意义,更具有可行性。

3. 我国制播分离改革的发展历程与模式(以指导性政策的出台为依据划分)

多数文献认为,我国的制播分离实践的尝试首先出现在电视剧的制作上。但是对于发展历程以及基本模式,呈现出百家争鸣的状态。

哈艳和苏亚萍于2010年发表的《我国广播电视制播分离研究》中将我国制播分离进程划分为5个阶段,分别为:广播电视制播分离的萌芽阶段(1986年—1995年);广播电视制播分离的初步形成阶段(1996年—1999年);广播电视制播分离谨慎探索中(2000年);广播电视运行机制和制播分离的进一步推进(2001年—2004年);广播电视制播分离改革开始走向正轨

^① 陈鹏,《破冰前行的电视产业变革——制播分离与节目公司化运作趋势分析》,《视听界》,第4期(2005年)。

(2005年至今)。^①张雷在《从制播分离看中国电视业30年改革与变迁》中,将中国的电视业改革分为:思想启动(1978—1983)、全面改革(1984—1988)、治理整顿(1989—1992)、改革深化(1993—1995)、强化管理(1996—2000)和整体转型(2001年至今)六个阶段,其中制播分离改革是在治理整顿阶段,也就是我国经济体制由计划经济走向社会主义市场经济体制的大背景下出现的产物。^②以上两种划分方式基本代表了学界对于制播分离发展历程的分期研究,普遍以国家政策的出台作为临界点,制播分离改革的实践受到2000年“电视制作权、宣传权、覆盖权、经营权、播出权五权不能分离”的政策制约,我国的制播分离改革变成了禁区。10年后,新媒体异军突起,且去广电化严重,广电主流媒体的位置受到震动,急需借力发展。于是,制播分离重新被关注,成为业界学界的热词,然而此时广电已错过制播分离改革的最佳历练时期和转换期,广电的内容生产模式已远远不能与多样化的需求和被分散了的注意力相匹配,高成本的投入只能给电视媒体带上更沉重的枷锁,经营者迫切实施制播分离是要将老化的队伍剥离,再用社会低成本的团队制作节目。

对于制播分离改革模式的总结,在2004年王洪和李蔚发表的《我国制播分离研究的综述》中已经对2004年之前的模式进行了汇总,具体可分为:封钢模式、王长田模式和夏骏模式。事实上,封钢模式与王长田模式都是民营电视制作公司的经营模式,区别在于是否寻找固定投资商,而夏骏模式实际上就是承包电视台进行改版包装。笔者认为这种分类方式是在实践不成熟的背景下作出的总结。周宁在《电视节目制播分离刍议》中提出了更为成熟的模式划分,“一是全频道的制播分离,主要是指频道专业化;二是栏目承包制,即通过公开招标制片人,承包电视台所需节目(主要是栏目)的制作;三是独立制片公司制作节目,电视台购买。”^③基本囊括了制作与播出的三种关系模式。但是在实际操作

中,由于制播分离在当前中国运行的政策空间有限,因此,这些独立运行的民营制作公司也不得不挂靠电视台,与其联合制作。

笔者认为,在国内目前所经历的制播分离改革的实践中,主要的形式为栏目承包制,独立制片公司制作节目方兴未艾,并且涉及到体制性障碍,竞争力十分弱小,发展十分艰难。在未来的发展中是否还会出现全新的模式尚属未知,但是结合国内特殊的政策环境与经济背景来探索多条改革道路是势在必行的,新一轮制播分离改革应该致力于寻求更适合中国广电行业发展的制播分离之路。

4. 制播分离改革的困境源自于缺乏明确的政策指导

旧体制的种种弊端,使得不论是电视业界的工作人员,还是新闻传播学界的研究者在分析制播分离对我国电视业的影响时,几乎都是指出它的有利之处,例如孙玉胜的《制播交换障碍何在》、徐方舟的《中国电视改革的问题及对策》等。概括地讲,这些优点有以下几点:降低成本,遏制浪费;弥补缺口,丰富节目;激活市场,利于融资;调整机制,激发活力;精简人员,压缩队伍。但是也有一些学者在文章中认为制播分离并非是治愈电视台顽疾的灵丹妙药,如清华大学尹鸿教授指出,“尽管制播分离带来了中国电视剧20多年的繁荣,中国也早已成为世界电视剧第一生产和播出大国,但中国至今却没有出现具有国际竞争力的、综合性的、专业化程度高的大型电视局生产企业。”“大量电视剧都粗制滥造、滥竽充数。”他直接指出,“制播分离脱离中国电视运营的实际现实,这也是制播分离目标长期以来只打雷不下雨的根本原因。”“中国电视目前的状况,不是分不足而是合不够”。

2009年之后的制播分离改革被很多学者定义为新一轮的制播分离改革,相较于十年之前的制播分离改革,新一轮的研究不再仅仅局限于对于现象的定义和解读,而是更多地结合电视栏目或频道以及媒介集团的改革经验探讨在过程中

① 哈艳秋,苏亚萍等,《我国广播电视制播分离研究》,《现代传播(中国传媒大学学报)》,第10期(2010年)。

② 张雷,《从制播分离看中国电视业30年改革与变迁》,《视听纵横》,第1期(2009年)。

③ 周宁,《电视节目制播分离刍议》,《西南民族学院学报(哲学社会科学版)》,第4期(2002年)。

出现的问题,进而总结出目前我国制播分离改革所面临的困境,并思考解决出路,这一部分的研究对于我国进一步推进深化广电体制改革极具借鉴指导意义。对于我国制播分离改革所出现的问题,研究主要集中在以下几个方面:

首先,改革推行慢的原因是由于缺乏明确的政策指导。在过去十多年的时间里,国家政策的起伏不定导致制播分离改革的不连贯,使得制播分离改革缺乏系统政策支持下的实践。路俊卫在《我国广电制播分离变革中的瓶颈与突破》中提到“政策规制的不确定性使得规制根据市场情况频繁修订,如广电文件中针对播出内容、时段、时长限制的即时出台规制较多,尽管这些规制在规范节目播出、保障节目社会效益等方面起到了积极作用,但这些规制即时性出台往往是滞后于实践,节目制作方在节目播出时随时会面临播出规则更改甚至是被停播的窘境,并可能独自承担由此带来的巨大投资风险。”^①张雷教授在《制播分离的体制性障碍及突破路径》中也有类似的见解:“对于电视台来说,在制播分离的收益尚未明确的情况下,要解决诸如人员分流等问题所产生的改革成本确实异常高昂,在前途未卜、成本巨大,切缺乏明确制度保障的情况下,按兵不动或许是更优的战略选择。”^②因此,多数实力较弱的广电媒体选择消极应对制播分离改革,制播分离改革短时间内一直是少数媒体的狂欢。

其次,节目交易市场机制尚不成熟。一方面,我国缺乏常态化的节目交易市场,节目交易只能通过交易会、广博会等方式进行,方式和渠道单一,节目的市场活跃程度比较低,很多电台电视台节目公司制作的节目只能在台内使用播出,难以推向市场,形成产供销一条龙产业。李岚在《新时期电视制播分离改革的现状、问题与趋向》中认为“我国缺少有效联系制作方与播出方的中间人——节目交易中介组织,营销环节薄弱,对节目的购买存在盲目性。”同时她还认为“在市场交易规范上,价格形成机制缺失,缺乏

科学、公正的节目评估体系。”^③在社会制作公司日益繁荣的背景下,节目制作环节呈现出了欣欣向荣的景象,然而制播分离改革的最终目的并不仅是节目制作水平的提高,而是要促成节目制作公司的繁荣发展与降低电视台节目制作成本,从而营造双赢的局面。因此,在节目制作公司和电视台之间一定要搭建沟通顺畅的交流平台,为双方提供无限的合作可能。在此基础上,将市场交易规范化、制度化,推动制播分离改革走向有序和高效的时代。

最后,电视台缺乏内部激励制度和制播关系难以理顺是可能制约新一轮改革的瓶颈。张雷教授在《对新一轮制播分离改革的调研分析》中得出结论“电视台制作与播出环节之间的关系难以市场化将会是最大的制约瓶颈,播出平台容易陷入‘左右为难’的境地。一方面,来自体制内的压力可能会促使播出平台采用体制内的节目;另一方面,来自体制外的竞争压力和自主化经营的要求又会诱发播出平台不再漠视在成本和创意等方面可能更具市场竞争力的社会制作力量的节目。因此,如何让播出平台变‘左右为难’为‘左右逢源’,将会是下阶段改革的重点。”单晓红在《中西方制播分离的差异及中国式“复制”的困境》中认为“由于我们的电视台仍然是国有媒体,本身占有稀缺媒体资源,同时,电视台经过长期的国家投资和自身积累,拥有强大的实力和优质的人才资源,而大多数节目制作公司因刚刚起步,经济实力有限、技术更新受限、人才资源也尚未占据优势,使起步阶段的制播分离陷入不平等竞争。”^④电视台本身的优势以及竞争的不平等使得制播分离改革缺乏活力与动力,因此,只有建立切实可行的内部激励制度,理顺符合我国发展现状的制作播出关系,才能打开新一轮改革的局面。学者戴继红在文章《电视制播分离的必要性解读及其困境》里认为在制播分离改革面临的困难主要在于没有相应法制法

① 路俊卫,《我国广电制播分离变革中的瓶颈与突破》,《东南传播》,第2期(2010年)。

② 张雷,《制播分离的体制性障碍及突破路径》,《视听界》,第2期(2010年)。

③ 李岚,《新时期电视制播分离改革的现状、问题与趋向》,《电视研究》,第4期(2009年)。

④ 单晓红,《中西方制播分离的差异及中国式“复制”的困境》,《新闻与写作》,第8期(2012年)。

规的保障;电视台以频道为中心的运作体系尚未建立,真正实施频道负责制才能规范播出系统;一个比较成熟的电视节目市场尚未形成,实行制播分离必须要一个基本成型的电视节目市场;现有的人事制度、资源配置方案、节目评估标准很不完善。上述问题基本涵盖了目前学界对于制播分离改革的反思与探讨,总体来看,稳定的政策环境是制播分离改革进一步深化的先决条件。

二、我国制播分离研究的未来方向

过去十几年,对于制播分离改革思路与方向的研究,几乎足够让整个业界乃至全社会充分认识到制播分离改革这个陌生而又熟悉的概念,但是制播分离改革发展的实践进程仍然十分缓慢,在过去一轮制播分离的改革实践中,形式大于内容,许多媒体集团形式上完成了事业企业的分离,但是实质上,分离之后的各项制度,节目制作内容方式等都尚被置于次要的地位。因此,未来的研究方向,应该致力于推动制播分离改革名副其实。

1. 中国化探索为主,借鉴西方经验为辅

制播分离的概念与模式源自西方,但是我国有自身独特的政策环境,与西方具有不可忽视的制度性差异。通过梳理十年来的文献,不难发现,目前中国式“复制”所遭遇到的困境大多是忽略了环境性差异,在中西方不同的传媒制度和理念中,制播分离的具体诉求不同,我国新闻传播业从媒体资源,到经营手法,再到利益享用,都带有一定的行业垄断特征,这直接决定了中国依然要走一条中国化的道路。

同时,英美等国家的制播分离有许多经验值得我们借鉴,但现有的研究很少涉及到西方国家电视节目制播制度的情况,只有少数几篇比较全面系统的硕士学术论文对西方的电视节目制播制度进行了梳理,其他多数文章仅仅指出制播分离最早源于英国,具体情况怎样,研究的人很少。结合西方国家制播分离的实例,来分析我国应该怎样实施制播分离,具有重要的理论和现实意义。

笔者认为,虽然在制播分离改革早期,学界

的研究远远落后于实践经验,然而在新一轮制播分离改革之际,学术研究可以结合西方国家制播分离实例,分析比较国内外差异,有助于防患于未然,在实践发生偏离或者是走入困境之前,给予制播分离改革实践以方向上的指导,而不仅是在问题出现后再讨论问题,这才是从根源上解决制播分离进程缓慢的关键所在。

2. 寻求坚强完整的理论体系作支撑

在2009年上海文广为领头羊的新一轮改革开始之后,与“制播分离”相关的研究再次回到主流话语体系中,相关的研究也不外乎是对有关这次新一轮“制播分离”改革可行性、可能遇到的改革阻碍以及改革意义等方面的探讨,从研究方向来说,与之前的相关研究并无大异。纵观这十几年来的研究,可以发现,大多的研究背后都缺乏一个坚强的理论框架的支撑,研究者们大多是用自己的语言描述自己所窥见的事件,继而试图归纳问题的所在,给出策略与建议。

如此的研究虽然直截了当,却难免流于随意和主观判断,缺乏说服力。此外,如此的研究路径也直接导致了目前大多数的研究成果呈现出“一边倒”的倾向,缺乏更深的观察视角与新鲜的结论,未能给改革实践提供足够的理论支持。近几年,理论界开始为制播分离改革寻求更系统完整的理论框架,比较有代表性的是2010年上海交通大学刘敬东的硕士学位论文《制度经济学理论框架下的制播分离研究》,文章以制度经济学理论框架为支撑深入探讨了制播分离的产业链与发展前景,对推进制播分离改革具有借鉴意义。

3. 对中间发行渠道的关注

交易费用的观点为制播分离改革提供思考角度:当组织内部的管理成本大于市场的交易成本时,我们应该重新安排契约,从组织内部剥离出一些业务,使之完全市场化。当组织内部的管理成本小于市场的交易成本时,我们就使市场组织化,即把一部分通过市场交易达成的业务整合进组织中,使之和组织一体化。^①

(下转 114 页)

^① 古晓峰,《制播分离或制播一体:交易费用的观点》,《声屏世界》,第9期(2005年)。

台湾媒体的框架策略与认同焦虑： 以“钓鱼岛事件”为例

王淑平

(厦门大学新闻传播学院, 厦门 361005)

[摘要] 媒体的新闻框架策略涉及了意识形态的建构与新闻基模的重组。框架机制是一连串的排除、省略与强化及再现的过程,除了彰显媒体立场,也藉由不同的框架策略形塑议题,新闻命题即是一种框架策略的展现手法。日本将钓鱼岛“收归国有”事件发生后,该事件成为台湾媒体报道的热点,但台湾媒体各为其主的框架策略,反使台湾的认同焦虑更加深化。

[关键词] 钓鱼岛、论述分析、框架策略、认同焦虑

The News Framework Analysis and Identity Anxiety of Taiwan Media: A Case Study on the Event of “Diaoyu Islands”

Wang Shuping

(School of Journalism and Communication, Xiamen University, Xiamen, 361005, China)

Abstract: For the mass media, the strategy of adopting corresponding news framework represents specific ideology. News framing is the process of a series of exclusions, omissions and emphasis during news reporting and editing, shaping the realities through the definitions and interpretations of the public issues. After Japanese "nationalized" the Diaoyu islands, this event has become a hot news focus for Taiwan's media. The author argues, according to the different strategies of news frameworks in Taiwan, the media strengthen people's anxiety of their self-identities.

Key words: Diaoyu Islands; Discourse analysis; News Framing Analysis; Identity Anxiety

随着日本政府将钓鱼岛“收归国有”,迫使中日关系降至冰点,大陆反日情绪升温,紧张情势一触即发。日本此举除了破坏自中日建交四十年以来的友好关系及东海和平,也使潜藏在历史维度下的中日美三国错综复杂关系重新浮上台面,然而夹杂在主权、渔权、经贸、领海基线的争夺和协商下,台湾媒体又是从什么样的视角框

限“钓鱼岛事件”、保钓运动及主权争夺? 本文由新闻基模命题、微命题着手,以“钓岛事件”为视角,进一步拆解隐藏在新闻论述后的框架策略与“钓鱼岛事件”的“巨命题”。

人们对生活世界中的社会、政治的知识与信念,大多来自于每日观看的新闻报导,除了日常交谈会话之外,再也没有其它的话语实践如同报

[基金项目] 教育部区域与国别研究培育基地,厦门大学港澳台研究中心项目资助。

[作者简介] 王淑平,女,厦门大学新闻传播学院博士生。

刊和电视,大规模的介入人类生活。^①然而新闻报道的内容呈现看似中立,却离不开媒体框架的设置,“框架”的概念最初由高夫曼(Goffman)提出,引入新闻传播研究中后,意指媒体所建构的新闻报导可作为理解社会事件的基本参考结构。当一则新闻事件转为文字,进入媒体框架的场域时,会受媒体自身的框架作用,凸显其欲传达给受众的问题及核心意义,这也意味着新闻媒体运用框架机制强化受众对新闻事件的认知与态度,藉由框架机制排除某些事件,框架涉及了选择、排除、再现事件的结构,除了影响受众对各类事件的重要程度排序外,也将媒体自身的意识形态与核心思想包藏在新闻报导中。

新闻报道不仅是各式框架竞争下的产物,更是一种文本类型的呈现。新闻报道涉及了媒体的框架竞争,也直指该媒体的意识形态。框架研究在受众认知部份,常与基模(schema)的概念混用,若将新闻报道转为新闻文本,以van Dijk的论述分析进行新闻基模(news schema)解构,则新闻文本的核心意义就会趋近于新闻框架的高层意涵。^②van Dijk指出论述分析是一种多学科的汇聚体,能够为不同类型的社会与文化文本提供结构性的归纳与说明。^③换句话说,论述分析关注语言被谁使用及怎样进行互动,与其社会情境的扣连为何、社会情境与事件的连锁效应又以什么样的表征暗藏在文本的字句中。

从论述分析的角度来解构新闻文本深层意涵, van Dijk曾以命题(propositions)着手分析新闻文本,他认为任何语言的文本,都是由许多命题所组成的主题(theme)呈现,命题与命题之间会因为主题是具有相对接近性而形成较高层次的命题,称之为“巨命题”(macro-proposition),而透过较低层次的“微命题”(micro-proposition)逐步向上推绎到较高层次巨命题的过程中,可以得到文本的核心意义,即文本结构中的“新闻基模”^④,在新闻基模的基础下, van Dijk归纳出新闻文本结构包含了“摘要”和“实

际情节”两大部分。其中“摘要”是由“标题”和“导言”所组成,“实际情节”可细分为“主要故事”(situation)和“评论”(comments),其下有主要事件、结果、景况(circumstances)、先前事件、历史、口语反应、预测和评估。易言之, van Dijk的新闻基模是抽绎各相似的微命题逐步向上推演,关注较高层次的巨命题或巨巨命题,是一种由下而上的分析方式。本文挪用 van Dijk的论述分析概念,将不同的新闻文本视为不同微命题的情境组成,目的是要了解同一则新闻是如何在不同的媒体进行意义产制,藉由命题的浓缩进行意义的翻转抑强化,由下而上找出巨命题隐藏的权力关系或思想类型。

本文以台湾报纸媒体对钓鱼岛的新闻报道作为论述分析对象,研究时间设定为日本将钓鱼岛正式“国有化”之后十天台湾媒体对此议题的新闻论述,是故采集新闻样本的时间为2012年9月11日至2012年9月20日。媒体部分则选取《中国时报》、《联合报》、《自由时报》三家报纸在此时期对钓鱼岛的相关报道:包括社论、评论、专栏、读者投书、特稿等,总则数分别是137则、106则及114则,共357则作为新闻文本分析对象。

依据 van Dijk的论述分析概念,本文发现台湾三家媒体针对“钓鱼岛事件”各别采取不同立场,进而产生对议题的定义权、诠释权的框架竞争,从被浓缩的微命题逐步向上爬梳,可发现有三个新闻命题是台湾媒体所共享的,分别是:主权争夺与宣示(共224则)、渔权与经贸关系(共45则)、保钓/反钓的群众效应(共88则),这三种命题相互牵引、制约,也互为延伸。本文将这三种新闻命题视为“命题”而非“巨命题”系因若只以垂直视角,武断性地划分成三种巨命题,则会陷入媒体设定的框架策略,非但无法窥见媒体意识形态的多元位移,更遑论从论述等情境线索拆解媒体核心思想类型。更具体地说,若将此三

① Van Dijk. T. A. (1988). News as discourse. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates. p100.

② 臧国仁,《新闻媒体与消息来源—媒介框架与真实建构之论述》,(台北,1999)。

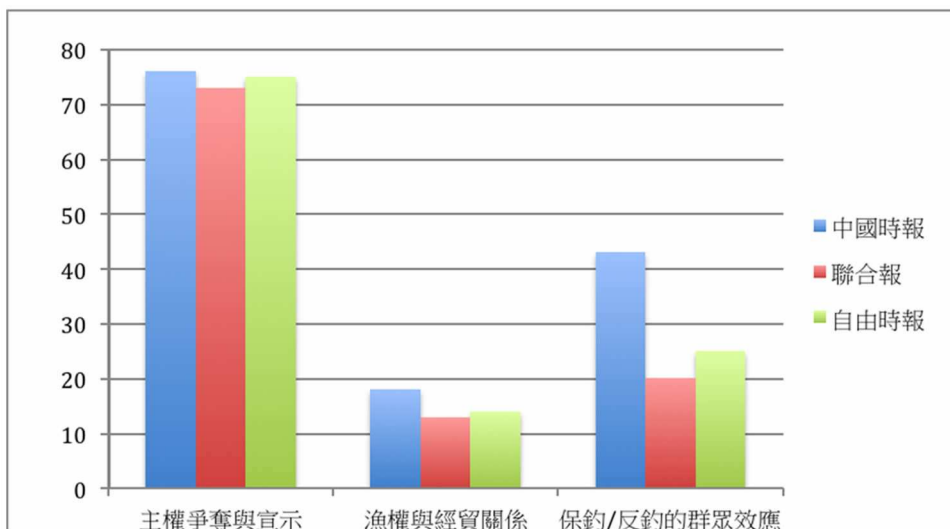
③ Van Dijk. T. A. (1988). News as discourse. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. p108.

④ Van Dijk. T. A. (1988). News as discourse. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. p17.

命题视为巨命题分析,则会落入一元化的线性思维,在“钓鱼岛事件”中,媒体的命题策略只是形塑巨命题的情境线索之一,而非全部核心符旨。

归纳三家媒体共享的新闻框架,本文发现三种新闻框架的报道则数不相上下(见表一)。议

题的发起源自日本将钓鱼岛“收归国有”后,引发中、日、台对主权的争夺与宣示,此类的报道则数最多,共占总则数的63%,虽三家媒体对此类报道则数数量几近一致,可见其重视程度,但却利用微命题各自建构不同表述。



(图表来源:研究者自绘)

三种命题环绕主权相构相生,钓鱼岛主权是构成此三命题的核心所在。换句话说,渔权与经贸关系、保钓/反钓的群众效应皆是主权争夺与宣示的衍义。这点可从主权争夺与宣示此命题占总则数的63%窥知。细究其微命题的建构与文本论述,《中国时报》与《联合报》对钓鱼岛是与大陆共同领土此命题有共识,报导策略的差异在于如何以微命题进行各自表述。《自由时报》则以钓鱼岛主权争议为议题工具,目的在逼马政府对中华民国/台湾的政治符号与暗喻作出回应。

一、《中国时报》的框架策略:

天下共主

“天下共主”一词源于中国西周王朝,是封建制度的延伸表义,周王室将领土分封给诸侯,由诸侯分治地方,巩固周室;在此,诸侯仅拥有地方自治权,但并无实际主权,唯天子为共主,依附共主的行动而采取措施的主从制也由此展开。

本文根据《中国时报》对新闻意义的产制作

一拆解,认为钓鱼岛主权在该报被框限为主动与被动的微命题表述,并以「主/从」的框架策略体现在新闻文本中,而其背后意涵则是挪用“天下共主”的意识形态。更确切地说,《中国时报》将钓鱼岛主权聚焦在中国与日本两国之间的矛盾与冲突。面对引发事件争议者的日本政府,大陆在“钓鱼岛事件”中的作为与发声比起台湾马政府的行动更具积极意义,也藉此表明在中国与台湾之间并无主权问题,只有「主/从」逻辑,一如中国历史中天子与诸侯关系,在此,大陆被形构为具积极作为的“共主”。

两岸之间理当也会发生主权之争,这也是民进党的愿望,但是实践上,两岸在钓鱼台没有主权之争。亦即,台北与北京政府彼此对钓鱼台的主张,理解成是下属单位的主张,虽重迭,未必互斥。……至于在中国历史上的重复管辖现象,则也存在于封建诸侯与天子之间。天子是“天下共主”,但诸侯是实际管辖者。^①

再者,该报以大陆采取具体行动为报导视

① 《中国时报》,2012年9月20日,A16时论广场。

角,放置在该报的头版头条,一连六天,标语及内文都一再重申大陆“寸步不让”的主动立场。如「冲突遽升 日收钓鱼岛为国有 中宣布领海基线 强势对决」^①、「中国强势宣示主权 海监船巡钓鱼岛:没看到」^②、「警告日本 不要玩火」^③。而此“共主”符号进一步被媒体论述衍化为二大经济强国的权力角逐,并意指“共主”不容小觑:美国实力在衰退,中国则继续增强,亚太的小兄弟有多少甘愿作“再平衡”的棋子,不惜触怒中国?^④

在媒体建构的“主/从”二元框架中,被动者不仅是看似无实际武装动作,被日本右翼赶鸭子上架,但又一心想求和的日本,如:「钓鱼岛国有化 签约 日盼未影响中日关系」^⑤、「与其说日本白目,不如说日本是一个不会处理冲突的民族」^⑥;相较于大陆的官方声明「中华民族任人欺凌的时代一去不复返了!」^⑦、「挺进12海里 中国6船巡航钓鱼岛 日船盯船 未拦截」^⑧,马政府召回驻日代表后并无进一步的作为与以护渔之名邀媒体同行之动作也被媒体以微命题的对比框架(强/弱)「召回代表后 下步怎么走」^⑨、「“上级单位”紧急决定在距离钓鱼台四十五海里处停船掉头返回基隆港」^⑩划入无积极作为的被动暗喻。

保钓/反钓的群众效应与渔权、经贸关系的命题也在「主/从」的二元框架中释出。《中国时报》在群众效应的报导则数共43则,远多出《联合报》(20则)、《自由时报》(25则)的报导数量

将近一倍,占整体数值的12%,其中以影视艺人对保钓的立场表述、与日本的互动观察居首,共22则。渔权与经贸关系共18则,关注焦点为由大陆发起的“经济制裁”。

媒体挪用影视艺人反日宣言、群众抗议行动及抵制日货等符号具建构主动框架,如「民间祭经济制裁 全面抵制日货」^⑪、「大陆逾50城市 反日大游行 北京万人抗议 怒攻日本使馆」^⑫、「温岚 原民血统激昂保钓「再得寸进尺,别怪我们出草」」^⑬、「大家来保钓 23日北市大游行「日本就像挥舞拳头的强盗」民间人士不满政府态度过于保守 成立人人保钓大联盟呼吁积极保钓」^⑭,并运用经贸关系的形势强化被纳入“主动”框架的好处,如「保钓转单 观光、运输、机电受惠」^⑮。

而未对保钓表态的影视艺人与日人在大陆的处境、因“钓鱼岛事件”在经贸关系损失则被媒体标上未能同仇敌忾、被中国所厌恶、驱逐以及日本产品遭抵制的形象,本文将此类归纳为被动框架,如:「接拍日片遇反日潮 伟仔被轰没骨气」^⑯、「五万人游日喊卡 家电业惨兮兮 日货遭抵制 日商大老将访京」^⑰、「日人在沪宵夜被毆在港拍片挨骂」^⑱。在《中国时报》的报道策略中,「主/从」是三个命题所共享的二元框架,而「主/被动」的建立则紧扣着国际形势「强/弱」关系的确认。

① 《中国时报》,2012年9月11日,头版A1要闻。

② 《中国时报》,2012年9月12日,头版A1要闻。

③ 《中国时报》,2012年9月12日,A3焦点。

④ 《中国时报》,2012年9月13日,A13时论广场。

⑤ 《中国时报》,2012年9月12日,A3焦点。

⑥ 《中国时报》,2012年9月18日,A15时论广场。

⑦ 《中国时报》,2012年9月11日,A1要闻。

⑧ 《中国时报》,2012年9月15日,头版A1要闻。

⑨ 《中国时报》,2012年9月14日,A4政治新闻。

⑩ 《中国时报》,2012年9月14日,A4政治新闻。

⑪ 《中国时报》,2012年9月16日,A3焦点新闻。

⑫ 《中国时报》,2012年9月16日,A1要闻。

⑬ 《中国时报》,2012年9月19日,D2娱乐。

⑭ 《中国时报》,2012年9月15日,A14两岸新闻。

⑮ 《中国时报》,2012年9月20日,B3证券期货。

⑯ 《中国时报》,2012年9月14日,D4娱乐。

⑰ 《中国时报》,2012年9月15日,A3焦点新闻。

⑱ 《中国时报》,2012年9月14日,A11两岸新闻。

二、《联合报》的框架策略： 大屋顶下的中国

相较于《中国时报》的“共主”意识,《联合报》的微命题论述其实只是在符号层次上玩弄意识形态的衍义,换句话说,联合报踩定“中华儿女”这条基准线,将具象的“共主”符号转化为抽象的“大屋顶中国”,两者差异在于《中国时报》形塑的是共主的积极作为与强势作风,《联合报》则以较为柔性的中国怀想出发,企图以“大屋顶中国”为两岸的情感载体,进一步将钓鱼岛主权归属、渔权与经贸关系、保钓/反钓的群众效应压缩成两岸共识。

在框架策略的选择上,《联合报》与《中国时报》虽有两岸共同维权的共识,但不若《中国时报》采取强/弱、主动/被动的“主/从”划分,《联合报》采取的是“共享”的框架策略,更进一步说,“共享”意谓对“外来”的指认,而有了以“大屋顶中国”为依据的“内/外”的划分,于“内”关注的是台湾该如何运用钓鱼岛议题让台、中关系紧密化,以期“借力使力”;于“外”除了所有与“内”相对、企图分化“大屋顶下中国”的意识之外,在国际关系间台湾如何扮演好夹在中、日、美三国间的尴尬角色,皆是联合报的框限重点。

在钓鱼岛议题的报导策略上,《联合报》的新闻论述多用“两岸”来宣示在其“内”的政治意涵,如在主权争夺的议题上有:「日今签约购买钓鱼岛 两岸强烈抗议」^①,「国台办喊话:兄弟阾于墙 外御其侮 响应马日前谈话 指钓鱼岛主权是“两岸共同责任”」^②,「日买钓鱼岛 打开两岸新叙」^③,在群众效应上,联合报是三报之中,唯一在头版以并列的方式放上台湾与中国大陆人民抗日照片,^④在此,918的符号意涵被放入历史轴线,以

集体记忆构连两岸共识,塑造两岸人民在抗日行动上的共通与一致性。然而,北京保钓出现中华民国国旗一事,也强化了联合报对“内”的“共享”论述:

从八月十五日钓鱼岛上的两幅国旗,与九月十五日北京日本大使馆前的中华民国国旗出发,启动思考;即知,这两个场景都证实了“大屋顶中国”的本来就存在,与“大屋顶中国”的必须被护守。^⑤

除此之外,《联合报》替民进党批判马政府的“懦弱消极”转化为“积极响应”而背后意涵是欲扣紧台、中关系,这样的媒体意识体现在新闻报导中,是将马政府提出的“东海和平倡议”与邓小平路线做一扣连,将两岸共识进一步内化。

马总统的“东海和平倡议”应非在钓鱼台“维权”上自废武功。相反,在日本于钓鱼台争端中,以“切香肠”方式步步逼进之际,积极“维权”乃为以具体行动向日本宣誓“寸土不让”的决心……^⑥

马总统提出“东海和平倡议”十六字原则,邓小平则早在三十几年前就提“搁置争议、共同开发”,而前提是“主权在我”。^⑦

《联合报》以大屋顶中国的报导策略是以意识形态做为“共享”的内/外之分的,所有背离大屋顶中国的论述,皆被视为“外”,此一思维可以该报对李登辉接受日本“周刊文春”专访,并表示“钓鱼台一直都是日本的”^⑧所引起的反弹为例:

李登辉以“廿二岁以前是日本人”为傲。他也从不掩饰他不爱中国,但他没理由不爱台湾,因为钓鱼台是台湾宜兰县的一块土地。他既然不爱台湾了,我们台湾纳税人为什么还要每月拿大把银子供养他?^⑨

① 《联合报》,2012年9月11日,头版。

② 《联合报》,2012年9月13日,A3焦点。

③ 《联合报》,2012年9月17日,A15民意论坛。

④ 《联合报》,2012年9月19日,A19头版。

⑤ 《联合报》,2012年9月18日,A2焦点新闻。

⑥ 《联合报》,2012年9月12日,A15民意论坛。

⑦ 《联合报》,2012年9月17日,A17民意论坛。

⑧ 《联合报》,2012年9月13日,A3焦点。

⑨ 《联合报》,2012年9月14日,A19民意论坛。

无疑地,向来主张台独思想的民进党并不属于“共享”体制,其对“钓鱼岛事件”的渔权优先主张与倒阁提议也理所当然地被放逐于“大屋顶中国”之外。如针对民进党人士苏贞昌认为应优先保护渔权之发言,《联合报》随即引用了前国民党主席连战的谈话:

台日已召开十六次渔业会谈都没有结果,如果日本没有解决问题的诚意,「再开十次也是没有结果。」^①

“兄弟阅于墙,外御其侮。”这句话不只适用于两岸,更适用于台湾朝野各党。国家面临领土沦丧的危机,在野党却还把攻击火力转移到倒阁上,完全混淆是非。^②

对大屋顶“外”的意识形态系统性地框限是“共享”框架的必要策略,面对复杂诡谲的国际关系,《联合报》认为台湾角色虽然尴尬,但也充满利基,并不时以“献策”的方式,吁马政府此在主权宣示上须避免被边缘化的危机,并藉此形势“借力使力”,如:「日购钓鱼岛 中反制 台尴尬」^③、「争钓鱼岛再不发声 台湾更边缘化」^④

不能让北京抢去中华民国的话筒,亦即不要被边缘化;也当知借力使力,在日本与大陆之间创造台湾的政经利基。^⑤

台湾由于其特别战略地缘地位,可以扮演积极调解促和者的角色,北京/东京/华盛顿应该认真面对这种角色的作用。而马总统所提的和平倡议及其行动纲领,似乎可以成为各方思考的方向。^⑥

三、「自由时报」的框架策略: 不惜一战

《自由时报》与《中国时报》、《联合报》对钓鱼岛主权争夺宣示的报导策略大相径庭,其报导策略看似认为马政府应以民生经济为优先考虑、批判马政府在处理钓鱼岛主权争议的态度软弱,实则关切的是马政府对台湾主权的立场与倾向。因此,渔权、经济、钓鱼岛、领海基线、保钓/反钓的群众效应皆是主权衍义的象征符号,如:「苏:政府应先保护渔权」^⑦、「日中若掀贸易战 国贸局:台湾断链危机大」^⑧、「林聪贤建议马登岛 省渔会吁加强护渔」^⑨、「中国暴民杀秋田犬 江蕙叹十声」^⑩。

如果带领台湾创造经济奇迹、社会均富的蒋经国地下有知,目睹马英九把台湾经济连结中国而掏空产业,贫富差距不断扩大,一定会破口大骂!一句话,马英九把焦点转移到“保钓”,就是人民忘记他四年多来让台湾经济“保掉”!^⑪

更确切地说,所有的能指衍生都是为召唤符号义做准备,唯有符号义浮出台面,才能更具体的启动主体与他者的分立机制。

(苏贞昌表示)领土主权是至高无上的,避免冲突、力求和平,也是必要,对日本的动作,马政府“硬起来是必要的”,但他强调,对于中国划领海基线,政府也要表示严正态度,不能模糊。^⑫(括号为本文所加)

《自由时报》利用钓鱼岛为指认主体与他者的工具,主体藉由指认与自己相异的“他者”(other),来确认自我认同与主体形塑。当主体晦暗不明,无法完整被言说或论述时,所有会使主体破裂的符号或衍义,都被划入巨大的他者意

① 《联合报》,2012年9月13日,A3 焦点新闻.

② 《联合报》,2012年9月20日,A15 民意论坛.

③ 《联合报》,2012年9月11日,A15 民意论坛.

④ 《联合报》,2012年9月16日,A15 民意论坛.

⑤ 《联合报》,2012年9月16日,A2 焦点新闻.

⑥ 《联合报》,2012年9月19日,A15 民意论坛.

⑦ 《自由时报》,2012年9月13日,政治新闻.

⑧ 《自由时报》,2012年9月18日,焦点新闻.

⑨ 《自由时报》,2012年9月12日,焦点新闻.

⑩ 《自由时报》,2012年9月19日,影视名人.

⑪ 《自由时报》,2012年9月12日,自由言论.

⑫ 《自由时报》,9月12日,焦点新闻.

象,换句话说,当主体无法精准的勾勒什么是“我”,便会启动指认哪些不是“我”的机制。

值得注意的是,本文发现该报并无将引发这次“钓鱼岛事件”的日本归在“他者”论述,反而认为日本是友善的“盟友”。

毕竟站在台湾的立场,日本始终是台湾的盟友,中国的飞弹仍然对着台湾,那是台湾的敌人。敌我分野,始终要分明。^①

“我们如果真出动武力保卫钓鱼台,用海空军去炸射日本人,是不是迫使同情我们、支持我们的日本人掉过头来反对我们?我们不全力应付严重威胁我们生存的大敌,而去跟我们有唇齿关系的日本摊牌,是不是跟自己过不去?”^②(此段为该文截录四十年前保钓人士敏洪奎的<一个小市民的心声>)

从《自由时报》将日本划为与他者相对,构成自我的部分区块,进一步过渡成自我指认的标志,可见该报的主权论述混杂了历史共业与殖民怀想的符号多元意指。然而,这也意味着对自身认同的不确定性来自于台湾政治环境的内部质变,以及无法再被忽视的中国。

四、结语

从“钓鱼岛事件”抽绎台湾三家媒体:《中国时报》、《联合报》、《自由时报》的框架策略为“天下共主”、“大屋顶中国”、“不惜一战”。进一步分析,看似各为其主的新闻命题——“主从”、“共享”、“分立”,其实潜文本的共同意指是民族想象的各自表义与延伸,一如 Benedict Anderson 所言:“这些被印刷品所连结的‘读者同胞们’,在其世俗的、特殊的、‘可见之不可见’当中,形成了民族的想象共同体的胚胎”。^③ 换句话说,钓鱼岛是国土疆界的具体符旨,而新闻框架则是媒体用来勾勒对中国/大陆/台湾民族想象的画具。

台湾的蓝绿冲突一直是影响社会安定的隐

忧之一,媒体各自为政的报导框架只是冲突的缩影。吴介民(2010)曾提出普遍存在台湾社会的二种中国想象,第一种中国想象因“害怕失去商机”,认为台湾的未来只能指望大陆的恩庇,而全然以利益为操作导向;第二种则恐惧“被吞并”,对中国避之唯恐不及,采全盘否定的态度,^④甚或将大陆“妖魔化”。然而这二种视角或可呼应台湾媒体对“钓鱼岛事件”的框架策略,却无法完全解释形塑此想象的机制与台湾社会的主体危机感。

具体的说,台湾主体的危机感来自其民族想象中揉杂了对日本的殖民情结与中国怀想的认同投射,摆荡在历史光谱中的是对自我认同的焦虑,在此,主体须藉指认“他者”——日本、民进党、中国,以完成自我形构,这样的指认遂成了认同焦虑的最佳体现。民族的想象让主体有了弹性释义空间,对自我认同的焦虑进而产生放大/缩小的再诠释性,这也意谓裂缝的产生。换句话说,当主体无法被完整言说或论述,自我认同的表意场域遂变成想象共同体各自表述的契机,然而一切的表意活动皆是强制、重复的修补机制,唯有借着对主体裂缝的修补,挪用能指衍生进行意义的衍义与再制,修补机制才能强化在表意场域再实践的正当性。

在此,钓鱼岛遂成了“可见”的参照文本,形成在媒体的表意实践进行话语权、定义权的竞争;然而“不可见”的指涉符旨则以非客、非主的姿态在媒体论述的场域内,进行为“第一人称”即“我(主体)”的释义争夺。当“我”在摇摆、“我”需要再被解释与框限,进而启动让“我”感到安全的修补机制,好让“我”符合“我”的想象,其后潜伏的是对“我”的焦虑与不安。

台湾媒体在二种中国想象中掇拾零碎、片断、混乱的符号序列以进行筛选、删除、强化、压缩,藉由微命题的意义产制形成框架策略,各自深化立场,新闻框架成了媒体意识形态的基模,

① 《自由时报》,2012年9月19日,自由广场。

② 《自由时报》,2012年9月16日,自由广场。

③ 本尼迪克·安德森,《想象的共同体》,吴叡人译,(台北,2010年),第87页。

④ 吴介仁(2010),《第三种中国想象》,纵览中国。

目的在巩固、呼应巨命题的完构,但这样片面、武断的框架设置并不能解除主体的认同焦虑,一味拥蓝或挺绿都只是延伸冲突与对立的口水战,继而深化以利益为导向及害怕被吞并的二种狭隘式的中国想象,不但对钓鱼岛主权毫无帮助,更恶化两岸关系的发展,扩大了对“他者”的恐惧与主体的认同焦虑。

对台湾媒体“钓鱼岛事件”的框架策略进行论述分析,有助于我们理解台湾社会的认同焦虑与历史共业的缺口密切相关,在主体能够被多元义的前提下,媒体如何成了“做身份”的认同载

具,并依循此二分逻辑,蓝者更蓝、绿者恒绿,而与“钓鱼岛事件”相关的主权、渔权、领海基线、群众效应、经贸关系……等微命题在表意系统成了意义产制的素材拣取,以完构各自的民族想象,然而若只沿着媒体建构的框架窥视“钓鱼岛事件”只会再落入二元对立的片面思考,唯有放下既有框架的民族想象,充分理解现实情境,壁垒分明的主体想象才有可能重新被完整释义。

[责任编辑 张梦晗]

(上接 106 页)

制播分离正是这样一种组织内部剥离出来的市场化,因此,制播分离到何种程度,要从交易费用角度考虑,不得不依靠电视台自身的财务指标和所处周边环境来仔细斟酌考量。从根本上说,要激活制播分离这盘棋,还是要从市场发行与节目交易的角度入手。

岳森和许林在《从制播合一到制播分离——从新制度经济学看新一轮制播分离改革》中表明“从制播合一到制播分离的转变,是广电体制的变迁和创新。按照新制度经济学理论,制度变迁,就是制度的替代、转换和交易过程。制度变迁和创新的发生乃至最终实现会受到诸多因素的影响。”^①制播分离改革究竟是一种交易机制的创新,还是一种管理制度的变革?笔者在这里更倾向于前者,制播分离出现发展与媒介市场的竞争加剧,电视台的初衷是需要通过采取一定的手段来夺回逐渐失去的市场份额,归根结底,制播分离改革是以盈利为目的的。因此,关于其概念,发展历程,遭遇困境乃至模式的探讨,最终都是服务于市场发行的,虽然目前我国的节目制作

流通市场尚不健全,发展不够成熟,但是学界的关注点并不应该仅放在对问题的陈列与剖析上,而应更多地放在探索走出困境的出路上。

在制播分离改革最早出现的英国,从1996年到2002年短短七年时间里,BBC广播公司就经历了从制播一体到制播分离,然后除电视剧、娱乐节目外大部分节目又回归到制播一体的过程。出现这种反复的现象原因很复杂,但是,无论是制播分离还是制播一体,其目的都是为了提高整个电视产业的效率,增强本国电视产业的国际竞争力,在全球化、国际化的背景下,争取更多、更大的发展空间。我国的制播分离改革虽然仍处于探索阶段,但是笔者相信,只要在新一轮的改革中,多关注市场与交易成本,再加上政策上的鼓励与扶持,制播分离改革将不再是纸上谈兵,会为中国的电视产业发展带来全新的生机与活力。

[责任编辑 张梦晗]

^① 岳森、许林,《从制播合一到制播分离——从新制度经济学看新一轮制播分离改革》,《新闻界》,第3期(2010年)。

农村青少年的互联网使用研究 ——基于对隆里村的田野调查

刘亭亭

(华南理工大学新闻与传播学院, 广州 510000)

[摘要] 本文以笔者于隆里村田野调查期间获得的田野资料为分析起点,在对相关文献梳理的基础上,探究了生活在我国西南偏远农村地区的青少年对互联网的使用情况,试图理解互联网在他们生活中扮演的角色,以及他们的生活状态对互联网使用的影响。本文将以三个青少年的生命故事的形式呈现研究结果。本文发现,生活在偏远农村的青少年已逐渐成为网络化的一代;个人的自律、父母的监护对他们能够积极使用互联网至关重要;对于缺乏父母监护、缺乏未来发展方向的青少年来说,网络滥用的可能性较大。考虑到大批农村青少年“被留守”的现状,以及他们的发展机遇在体制上的短缺,农村青少年的互联网使用情况不容乐观。

[关键词] 互联网;农村;青少年;网络成瘾

A Qualitative Study on the Use of the Internet for the Rural Adolescents: Based on the Field work in Longli County of Guizhou Province, China

Liu Tingting

(College of Journalism and Communication, South China University of Technology, Guangzhou 510000, China)

Abstract: Based on the field data from Longli County of Guizhou province, this paper examines the use of Internet for the adolescents in Longli County. Through analyzing the data obtained from in-depth interviews and participatory observation, and the literature review, the author studies the roles and impacts of the Internet for the rural adolescents. This paper presents the findings through analyzing the life stories of three teenagers of Longli County. The author argues that the teenagers living in remote rural counties have become a generation of Internet users. It is critical important for them to use the Internet wisely if they are more self-disciplinary and have guardianship. Otherwise, the possibility of abusing the Internet is very big. Considering the fact that most of the teenagers are left behind in rural areas of China, meanwhile they are absent of enough developmental opportunities institutionally, the impact of the Internet on rural teenagers are not optimistic.

Key words: Internet; Rural China; adolescents; Internet Addiction

[基金项目] 第三届青年社会领袖田野营。

[作者简介] 刘亭亭,女,华南理工大学新闻与传播学院在读硕士,主要从事传播人类学、传播社会学、性与性别文化研究,电子邮箱:ltjtjtju@gmail.com。

一、引言

从黎平机场出来,我与伙伴们坐上由隆里居民私人经营的汽车,一路摇晃、颠簸,傍晚时候,终于到达隆里村。收拾好行李,天已经完全黑了,我走到村口的杂货店买一些日用品。

杂货店是一间用木板砌成的徽派建筑式的老房子,面积大约有15平方米左右,内里昏暗、潮湿,只有不到四分之一的地方拿来摆放商品。可选的商品种类不多,大部分还是仿制的“山寨货”。杂货店近一半的空间被两张自动麻将桌、以及围在麻将桌四周打麻将的十几个人占了去。打牌的人有老有少,有男有女。他们打得非常认真,其中几个人只是抬头看了看我,又继续埋头看牌,大部分人都没有注意到我。他们打了一盘又一盘,不知已经进行了多久,也不知会进行到什么时候。

杂货店也是老板一家六口人的起居室,杂货店的最里头摆有一台电脑,看起来很旧的样子,主机、屏幕与键盘上都布满了灰,还有一种油腻的感觉。这会儿,老板娘和她的女儿正用暴风影音的软件,上网看偶像电视剧《一起来看流星雨》。看到精彩处,还对剧情进行讨论。

我走过去与老板娘攀谈起来,老板娘说:“这里家家户户都有电脑吧!”我问她:“你们家还有其他电脑吗?”她笑着说:“有一个电脑就够了,再多几台就不得了了,小孩子都不读书了!”(2012年7月24日)

以上是我在贵州省黔东南苗族侗族自治州锦屏县隆里村调查期间(2012年7月24日至8月9日)的一篇田野日记(注:老板娘提供的数据并不准确,但可以反映当地居民对电脑与互联网普及程度的感知。根据隆里村中国电信的工作人员提供的信息,此时隆里大概有200户人家开通了宽带服务,加上蹭用隔壁邻居家无线

网络的用户,总共约有400户人家使用互联网。而《隆里乡志》的统计数据表明,至2007年,隆里乡共有1527户人家)。类似的场景,在隆里调查期间多次出现。对于中国大多数城市居民而言,互联网早不是新鲜的事物,当代中国的大多数年轻人在熟悉数字电视、互联网、平板电脑与智能手机的环境下成长。而对于物质条件相对匮乏、基础设施尚待完善、市场尚未在生产资料分配中起关键性作用的中国偏远农村地区,电脑、手机、互联网也逐渐走入了人们的生活。

生活在边远农村的青少年如何使用互联网?互联网在他们的生活中扮演什么样的角色?他们生活状态如何影响他们对互联网的使用?都是本文要研究的问题。

二、文献综述

(一)对农村互联网发展情况的研究

随着互联网在中国的普及,对互联网的研究已有很多。其中,不乏将研究注意力落在农村地区上的学术报告。这些报告大多数使用量化研究的方法,以数字说话,能在整体上呈现农村地区互联网发展的情况,给后续研究以数据的支持。然而在这些研究中,农村居民的本体性很少被体现,在这些报告中难以看到他们自己的话语。

中国互联网络信息中心(CNNIC)的发布的《2010中国农村互联网发展调查报告》中,可看到中国农村互联网发展的基本情况:“截至2010年12月底,农村网民规模已达1.25亿,占整体网民的27.3%,较2009年底增长了16.9个百分点”。^①通过对数据的整理与解读,CNNIC指出在互联网使用中,农村网民与城市网民间存在严重的结构性差距,这种差距不仅存在于互联网的普及程度上,还存在于性别、学历、年龄等方面。CNNIC还认为,农村地区信息匮乏是导致中国经济社会发展中“二元结构”的一个因素。

① 中国互联网络信息中心 CNNIC,《2010中国农村互联网发展调查报告》,(2011年)。

张明新、韦路则通过构建结构方程模型的方法来解释中国农村居民的家庭互联网采用情况,他们的问卷调查结果显示:“农村居民过低水准的互联网知识直接限制了他们对互联网的采纳,而态度因素对农村家庭互联网采纳的间接影响则不显著”,即低下的互联网知识限制了农村居民对互联网的采用^①。对于这种结论,笔者不能苟同——在政治经济学视角下,“城乡二元”这一不公平、不平等的体制,才是造成农村地区信息匮乏、农村居民知识低下、以及城乡之间结构性差异的根本原因,他们的论断有本末倒置之嫌。在不平等的体制底下,农村居民要通过自己的努力增加互联网普及率,提高对互联网知识的了解,达到与城市居民齐平的水准,几乎是不可能的。

对农村互联网的研究中,还有一种“技术乐观主义”取向的研究,即把互联网在农村地区的引入与普及看作促进农村社会发展的一种手段,认为“互联网进入农村,特别是中国西部偏远落后乡村,应该会为当地社会发展和人民生活的改善带来巨大好处”^②,还认为与家电下乡、电脑下乡相比,互联网下乡对农村的经济发展将产生更深刻影响^③。这类研究的主要目的是找到让互联网更快地、并且是可持续地在农村普及的方式。它们的局限在于,把互联网的经济作用看成互联网对农村影响的全部,因而认为互联网的推广必然给农村居民带来正面影响,未能看到农村居民实际生活的复杂性,不能区分农村居民内部不同的群体,因而未能看到互联网对不同群体可能产生的不同影响。

(二)对农村青少年互联网使用的研究

已有的文献可以帮助我们了解农村青少年互联网使用的基本情况。梁振山、何健、杨汴生等人对河南省8316名农村中学生的问卷调查非常值得参考:他们的调查结果显示,河南省农村中学生上网报告率为54.7%^④,也就是说,超过

半数的农村中学生都使用互联网,对于农村中学生来说,网络已经不是非常新奇、陌生的东西。在网上网的学生里,主要使用网络来进行人际交往(聊天)、多媒体娱乐以及玩网络游戏。他们还发现,1.5%的学生有网络成瘾的症状,而11.3%的学生有成瘾的倾向。最后,他们提及学生互联网的使用过程里存在较为显著的性别差异,在网络使用上男生普及率高于女生,在成瘾倾向上男生也高于女生。这份调查对帮助我们了解农村地区青少年使用互联网很有参考价值,但也存在不少问题:第一,这个调查以中学生为调查样本,鉴于农村地区较高的辍学率(尤其是女生的辍学情况非常严重),中学生的网络使用情况并不能代表更广阔意义上的“青少年”的网络使用情况。第二,受限于问卷调查的内容,他们不能对更深层次的问题,诸如针对“为什么网络使用中存在性别差异”“相较于城市青少年,对农村青少年来说,互联网有什么特殊的意义”作出更多解释。

不少学者都关注到城乡青少年的互联网使用差异,通过对城市中学生与农村中学生的对比研究,他发现城市中学生互联网使用情况无论在数量或质量上都比农村中学生表现优异,他们的互联网普及率高,且更能够正面、积极地使用互联网。

而受到国外学者,如Griffiths、Davis、Caplan、Caplan等人的启发,国内对青少年互联网使用的研究里有一批以“网络成瘾”或“病理性互联网使用”(Problematic Internet Use)为关键词的研究(在万方数据库中,键入“网络成瘾”,可以搜得2540篇论文,包括390的学位论文,2012/9/8)。这些研究大部分有以下的特征:第一,将研究重点放在互联网对青少年的负面影响、或病理性影响之上。第二,以量化研究的方法进行,尝试使用量表测量青少年网络瘾症的程度,分析人格特质、生活情境、互联网使用偏好等因素(变

① 张明新、韦路,《知识、态度与乡村社会的家庭互联网采纳》,《传播与社会学刊》,第10期(2009年)。

② 段京肃、王锡苓、李惠民,《落后地区农村互联网发展的市场之路?——以宁夏灵武市“首家农民网吧”的遭遇为个案》,《新闻大学》,第1期(2008年)。

③ 晓雪,《互联网下乡或成下一机会》,《中国图书商报》,2009年4月10日。

④ 梁振山、何健等,《河南省农村中学生网络使用行为状况调查》,《中国学校卫生》,第12期(2008年)。

量)对其网络瘾症程度的影响。第三,以比较容易获得的城市大、中学生样本进行问卷调查。这些特点同样存在于一批对青少年参与网络暴力游戏的研究之中。艾康将这种对网络成瘾的量化研究带到对农村青少年的互联网使用情况研究之上。他将注意力集中在农村的留守儿童身上,他的研究发现:“被留守”这一生活情境,与这些儿童的生活质量息息相关。由于父母不在身边,留守儿童面临生活突发事件的心理弹性不强,自制力较弱,且长时间处于情绪不安的状态,是网络性心理障碍的多发群体^①。

这些对互联网负面效果的研究富有意义,但实际上,“网络成瘾”——即一种由于长时间、不理性地使用互联网,造成网络使用者社会、心理功能的损害的非物质性行为失控,在青少年群体里是较为罕有的情况,比如杨洋的研究结果中,仅有2%的中学生有网络成瘾的倾向。过于强调互联网的负面作用,会造成对互联网这一媒介的偏见。^②郑思明就主张跳出“网络成瘾量表”为代表的“网络负面影响”研究潮流,采用质性研究、访谈的方法,对城市青少年的互联网使用进行研究。郑提出一个值得所有研究者放在心上的观点:“青少年的健康上网行为与网络成瘾之间存在着互联网使用行为的多种可能,两者并不是‘非此即彼’的关系。互联网使用行为就像是一条流动的、连续的纽带,健康上网行为与网络成瘾均是互联网使用行为的种类之一……”^③他的研究还发现,家长、同伴、社会、教师和学校介入有利于引导青少年健康上网,其中家长的作用是最重要的。郑思明的立场也是我所赞同的,他对城市青少年互联网使用的研究对我接下来的研究启发甚大。

综上所述,已有的对农村青少年互联网使用的研究有以下特点:第一,大部分研究以量化进行,得到了丰富的数据,但受限于量化研究本身固有的缺陷,无法对更深层次的问题提供理解。

第二,大部分以在校的中小学生对问卷调查的样本,受限于其样本,无法反映更广大意义上的“青少年”的互联网使用问题。第三,不少研究专注在互联网使用的负面影响上,无法反应互联网使用的更多的可能性

三、研究方法

本文采用质性方法,以参与观察和访谈的方式,通过对隆里村的田野调查,研究在农村青少年的日常生活中对互联网的使用。具体操作中,是以深度访谈法与参与观察法为主要的研究方法。

三个案例的当事人以及他们的亲属是本研究重点访谈的对象(见附件一),实际操作中,访谈多以非结构式访谈的方法进行——这主要是出于对研究主题的考虑,因为本研究致力于探讨互联网在农村青少年的生活里扮演的角色、互联网对他们产生的影响,而非结构式访谈的方法,能更好地从被访问人的视角,揭示他们真正关心的问题,也能让研究者更好地理解访谈主体^④。对受访者的访问不是一次性地完成,对每个案例的当事人,笔者都尝试不止一次地与他们本人、或他们的亲属交流,以求获得对他们整个生活状态更完整的了解。在案例当事人之外,笔者还访问了14位隆里当地的居民(见附件二),一方面获得对隆里村的整体认识,一方面验证案例受访者所陈述的情况,和他们的情况在隆里村是否具有普适性。

参与观察法是本研究的另一种重要研究方法,该方法要求研究者长时间深入到研究对象群体内部,建立与研究对象的联系,从研究对象的角度理解他们的生活,以获取研究资料^⑤。在隆里期间,笔者参与进隆里人的生活,与他们同吃同住,以获得对隆里人日常生活的第一手的观察资料。笔者还以网吧顾客的身份进入当地两家

① 艾康。(2010)。湘西州农村初中留守儿童网络成瘾的现状与体育干预措施研究。硕士,吉首大学,吉首。

② 杨洋。(2006)。青少年“大五”人格、互联网服务偏好与“网络成瘾”的关系。硕士,首都师范大学,北京。

③ 郑思明。(2007)。青少年健康上网行为的结构及其影响因素。博士,北京:首都师范大学。

④ [英]迪姆·梅著,李祖德译,《社会研究:问题、方法与过程(第3版)》,(北京,2009年)。

⑤ [美]卢克·拉斯特著,王媛、徐默译,《人类学的邀请》,(北京,2008年)。

“黑网吧”,开展了为期一周,每天不少于3个小时、最多8个小时的观察。这些过程让笔者获得丰富的质性材料,得以尝试以当地人的视角来理解他们的生活。

四、案例分析

本章将检视农村青少年对互联网的使用经历,三位生活在农村的青少年的案例将被呈现。他们的案例之所以被挑选出来,并以细节呈现,是因为他们的生活状态分别代表了三种农村青少年生活境况的典型:A是一名留守男孩,B是一名出生于城市、从城市返回到农村的“农民工二代”,而C是一名在母亲陪伴下成长的“非留守女孩”。诚然,他们的故事不能完全代表所有农村青少年的情况,三人也并不能完全代表跟他们情况一样的每个青少年的故事。笔者只愿在对他们的故事的呈现中,平衡其特殊性与普适性,给相关研究领域添上绵薄的贡献。

1、留守男孩A的故事

A是一个14岁的男孩,正在念初三,他有一个龙凤胎的妹妹。兄妹二人是所谓的“留守儿童”:他们的父母在外地工作,日常生活都由他们的姑妈照料。本次田野调查进行期间,恰逢暑假,他们放假在家,A的妹妹常常帮姑妈做家务,但是很少见到A。妹妹说,因为A大部分时间都在上网打游戏,所以很少看见他。田调期间,兄妹二人的父亲回来了一次,父亲有一次跟A谈话,A默默地听着,感觉上父亲对A的控制力与耐性要大于姑姑。

A目前在乡镇里一个封闭式的中学念书,平日活动受到学校的严格控制。就读封闭式的学校绝非偶然,因为A沉迷网络游戏,一有机会就往网吧跑,一打游戏就是好几个小时,如此荒废了学业。据A的妹妹与姑妈所说,从前A在成绩好的时候,学业比他的妹妹还优秀,自从他爱上网络游戏,成绩便一落千丈。父母平时不在身

边,姑妈暂代A的监护人,但是姑妈只能照顾A的起居饮食,没办法管住他,姑妈说:

“以前他在隆里读书,像我们一般在家里面还能看住他。当他去学校里面了,他上网去了,我们都不知道……老师打电话来,我才知道他去网吧了……星期天的时候,我就要去网吧把他抓回来,最多的时候一天把他抓回来三次,气得你都要死!”

“他的爸爸妈妈都在外头做事、都在外头做生意这样子跑啊,很少时间在家里,不能天天跟着他这样子……他爸爸平时都不在家,就算回家来了一次,狠狠地教训了他一次,他感觉也不怕,你又不是经常在家里面。”

家人商量之后,无奈决定把A送进封闭式学校,希望学校能管住他。他的姑妈这样说:

“打了也打了,怎么管教也管教了,说也说了,好像也就没办法了……现在这间学校管教得要严一点,没有什么事情都不能出学校,要出学校先要班主任签名……希望他去那里要好一点,如果不好的话那真的是……”

在笔者对A的姑妈进行补充访问的时候(2012/9/4),A已经去了那个封闭式的中学念书,至于他的学业能不能提到提升、他的网瘾能不能减轻都还没有结论。只是笔者觉得,封闭式的学校或许能在行为上对A进行监管,但是在情感与心理方面,A依然缺乏父母的陪伴,甚至连姑妈的陪伴都没有了,就读封闭式学校对他的成长未见得是好事。

分析

A的案例是“留守儿童”的经历中的典型。由于缺乏父母的监护,他们的监护人往往难以提供像父母一样亲密、负责任的关爱,被留守儿童的生活质量难以保证,甚至发展出诸如欠交作业、说谎、乱花钱等不良行为^①。据8号、9号受访者提供的信息,当地一些小孩为了去网

^① Lu, W. (2011). Left - Behind Children in Rural China; Research Based on the Use of Qualitative Methods in Inner Mongolia. Phd. , University of York.

吧玩游戏,还会发生逃学、偷窃、欺骗家人的行为。

A喜欢玩网络游戏的情况也并不特殊,据笔者在的观察,隆里村共有两个无证经营的网吧,而光顾网吧的顾客大部分是未成年的男生。他们大部分时间都在与熟悉的朋友玩网络游戏,常常说脏话,偶尔还抽烟,在网吧一待就是一整天。A的表姐这样形容这一代年轻人:

“我感觉现在的小朋友跟我们原来不一样了,我们小时候各种玩,山上啊,河里啊……山上打野菜,去抓鱼,晒得黑黑的,现在他们基本是就网吧……如果会利用网络资源还比较好,但他们就是打游戏。”

当代农村青少年已逐渐成为“网络化的一代”,电子化的娱乐世界让孩童们着迷,使他们与周围的山与水隔离开来,在他们还没有注意到的时候,一种“城市化”、“现代化”的虚拟生活方式已经将他们包围。在这样网络化的环境中,青少年一旦缺乏自制力,父母又无法提供监护管制的话,是很容易发生过分沉溺网络的情况的。

值得注意的是,留守男孩A的故事并不是线性向前发展的——由于姑妈无力监管A,A沉迷于网络荒废学业,他的家人对他进行了新的安排,也就是将他送到封闭式学校念书。笔者相信,新的安排会对A产生新的影响,而他的家人还会就新的情况对他再做安排。据笔者获得的信息,跟A情况类似的、过分沉迷网络以致于荒废学业的留守儿童,他们的家长也会就孩子的情况调整对孩子的安排。例如,有三个女儿的8号受访者选择放弃到城市打工、赚钱,回到小孩身边,陪伴小孩生活与学习,以及帮助三个极迷恋网络的女儿戒除网瘾。

综合这些信息,笔者认为,父母是否在身边、父母如何安排对小孩的监护,对孩子的生活影响至深。留守儿童固然是“体制性孤儿”,但父母并不是完全没有选择的余地,他们可以通过不同的安排改善孩子的生活。

2、农民工二代男孩B的故事

21岁的男孩B,他的父母离开隆里村到外面城市打工已经很多年了,目前父母依然在外面

工作,不在B的身边。B在温州出生,在温州呆了很多年后,回到了隆里村。目前,B一个人在隆里村生活,没有念书,没有工作,他也不愿意到外面的城市找工作,他只是每天花很多的时间在网吧上网。

第一次遇见B,是在一个晚上,笔者与研究伙伴一起到隆里村的一个“黑网吧”进行田野观察。B之所以会引起笔者的注意,首先是因为他看起来像是整个网吧里年纪最大的男孩,更确切地说,是唯一一个看起来已经成年的男孩。他长得高大,这时候正光着膀子,脖子上戴着一条闪亮的金项链。与其他正在玩网络游戏的小男孩们不同,B没有在玩游戏,他正在通过即时聊天工具QQ与许多女性网友聊天,那些女性网友的头像都是些穿着曝露的女性图片。令人意外的是,B竟然主动与我们搭讪了几句。

第二天下午,笔者与研究伙伴再次来到网吧。我们走进网吧的时候,B已经在网吧里上网,一边玩游戏,一边抽着烟,这次他把上衣穿上了。B很主动地跟我的研究伙伴聊天,询问她年纪多大、有没有结婚,言语中很有调情的意味,还提出晚上一起吃烧烤的邀请。B给人的感觉,可以用“油嘴滑舌”来形容。虽然常常上网认识女性网友,B目前没有女朋友,而且他认为通过网络认识女朋友“很不现实”。

据B所言,他常常来网吧上网,他说,这个网吧里的男孩子们基本上都互相认识(我们在说笑的时候,网吧里所有男孩会一起跟着发笑)。他目前没有念书,也没有工作,当笔者问他以后会不会到外面的城市工作时,他很不乐意回答,似乎对没有工作的现状感到羞愧。他说:“现在不准备出去了,在外面都呆了8年了。”B的言语中流露出与他的年龄不符的沧桑感。

在接下来的几天笔者在网吧进行田野观察的时候,常常看见B,他总是先于笔者来到网吧,并且待到很晚。

分析

男孩B与男孩A之间最明显的不同,在于B出生、成长在城市,而后返回到农村生活,是典型意义上的“农民工二代”。B的情况也不特

殊,跟他一样终日泡网吧的男孩们情况跟他类似,很小就没有继续念书、没有工作、也不打算工作。首先,因为父母到城市打工、有一定积蓄,家里不缺钱,因此不急需他们工作、赚钱帮补家计;其次,他们在城市长大,不懂得、也不愿意务农,在农村又很难找到非农业领域的工作机会;再者,他们清楚知道持着农村户籍,到城市里并不能找到体面、舒适和喜欢的工作,甚至可能会比在隆里生活得更糟糕——在农村,他们属于边缘;到城市,他们同样处于边缘。

必须承认的是,在目前中国“城乡二元”这一不平等的体制下,B很难通过自己的努力融入农村,或融入城市。B的情况回应了学者们的观点,农民工二代面临着复杂的身份认同困境,他们对农村人的身份没有认同感,成长中习得了一些城市人的生活方式与价值观,却又难以真正融入城市,对遭受的不平等待遇很敏感。

网吧给他们提供了一个“自由而隐匿的场所”,在网吧里玩游戏,不仅可以消磨时间,还让他们得到成就感与友谊^①。B在网络的虚拟世界里如鱼得水,他熟悉各种电脑软件与社交媒体的操作,能与陌生人在很短的时间里熟悉起来,更重要的是,在这里,他无需思考现实生活中的问题。可以看见,网络与网吧为B提供了一种逃避现实的功能,但笔者与B自己都清楚知道,网络并不能真正让他的生活变得更好。

3、大学生女孩C的故事

女孩C今年20岁,在沈阳读大学二年级,笔者田调期间恰逢暑假,她从学到回到隆里村,与母亲相聚。严格说起来,女孩C不能算“非留守儿童”,因为她的爸爸也在外头打工,不在她身边。C在上大学以前的18年,都呆在农村,直到大学才到城市念书。她的妈妈曾经也短暂地到外面打工,后来决定留在C身边,陪伴她念书。

女孩C跟妈妈的关系非常亲密,笔者常常看见她在厨房帮妈妈做家务,两人有说有笑,C说:“我和我妈关系就像朋友一样,(她)总是很

理解支持我。”妈妈陪伴与支持使得她在温情和受到照顾的环境下成长——对于当代大部分农村青少年来说是非常少见、非常奢侈的。中学毕业以后,C顺利考上大学,到城市念书。

女孩C最初引起笔者的注意,是因为在一次闲聊中,她说到她在暑假通过一个叫“沙发客”的网站,实现了一次沙发客之旅,从沈阳一路游玩到南京、上海、广州、三亚,这些都是她从前没有去过的城市。沙发客网是一个网络旅游平台,网站的注册会员可以互相交换旅游资源,C直夸这个网站“太好用了”。在谈到互联网时,她说:“(互联网)让我学到了很多,扩展了我的知识面和视野。”她常常上豆瓣网,这个网站上有图书和电影的介绍,她通过这个网站的信息学到了很多。

女孩C是笔者所了解到的隆里青少年里,最明显地受益于互联网的一个。她在高中的时候就开始上网,但高中课业繁忙,她很克制,不会花很多时间在网络上,这一点让她的妈妈很欣慰。上了大学以后,互联网上丰富而齐全的信息让她受益匪浅,她吸收了很多知识,获得她需要的信息,还在网上认识到志同道合的朋友。

分析

在当代中国农村,女孩C的境遇可谓极其幸运,她在母亲的陪伴下长大,有机会接受高等教育,能够享受互联网和信息时代带来的福利。她能够主动运用互联网搜寻需要的信息,判断信息的价值,并能理性、克制地使用网络。笔者认为,女孩C如此顺利的成长经历,跟她自己自律的个性,以及母亲的支持与陪伴紧密相连。因为C能够自律地使用网络,她的母亲没有过多地管理她上网的行为。但母亲的影响是间接而深远的,母亲的陪伴给她营造了一个幸福的成长环境,笔者认为对她自律个性的形成至关重要。

五、结论

以田野调查的方式,本文研究了隆里村青少

^① 孙秀丽.(2007). 网吧中游戏的魅力. 硕士,兰州大学.

年对互联网的使用,研究发现:在中国农村,随着计算机与互联网的普及,互联网逐渐成为青少年生活中最重要的媒介与娱乐方式,而父母监护和农村青少年的生活境遇对他们是否能够健康使用网络意义重大。

本文对留守儿童 A、非留守儿童 C 的案例分析很好地回应了 Amato 和 Fowler 的实证研究,他们的研究发现父母的支持、监督、惩罚等监护行为与子女的学业成绩紧密相关,并能降低子女发展出不良行为的可能性^①。我们可以推断,长期缺乏父母监护的留守青少年,网络滥用的可能性要高于能够与父母一起生活的青少年。同时,留守青少年的生活质量与情感状态也令人堪忧。

另一方面,本文对农民工二代 B 的案例分析亦能对 Hall 与 Parsons 的见解提供支持,他们认为互联网的病理性使用是对生活在其他方面没法得到满足的一种补偿^②。在制度性的不平等之下,生于城市的农民工二代难以在城市受到同等待遇,在教育、就业、医疗等方面受到歧视,虚拟的网络世界就此充当他们替代性满足的工具。

综上所述,笔者认为影响青少年网络使用的因素存在于三个层面:第一,在青少年个人

的层面,即青少年本身的个性会影响他们对互联网的使用;第二,在家庭层面,父母适当的支持与监护能够为他们提供更好的生活环境,亦能帮助他们合理、积极地使用互联网。第三,在社会制度层面,公平的社会发展机遇能为农村青少年创造更好的生活境遇,而降低他们沉迷网络的可能性。就目前社会大众对于农村青少年网络使用的认识来讲,其关注主要停留在第一个层面。对这一问题的认识,如果仅仅停留在第一个层面,往往容易忽略掉问题之根本——在制度上,城市地区的发展机遇优先于农村地区,城市居民的身份优等于农村居民,这一不公、不义且缺乏远见的制度安排,才是造成大量青壮年劳动力从农村向城市迁移,大量儿童被留守,而出生于城市的农民工二代无法融入城市的根本原因。青少年处于人格发展与社会化的初始阶段,他们的控制力与社会资源相对短缺,仅仅靠他们自己的努力发展出对网络使用的理性与自制力,可能性很小。笔者呼吁,父母与社会制度政策制定者需要更关注农村青少年的互联网使用与成长问题,其中牵涉的问题很多,需要我们认真思考并在实践中反复摸索。

附件一 案例受访者信息

受访者	年龄	性别	采访日期
A	14	男	8.2
A 的姑妈	-	女	8.2 8.6 9.4
A 的胞妹	14	女	8.2
B	21	男	8.3 8.4
C	20	女	8.6 9.6 9.10
C 的妈妈	-	女	8.6 9.4

① Amato, P. R., & Fowler, F. (2002). Parenting Practices, Child Adjustment, and Family Diversity. *Journal of Marriage and Family*, 64, 703-716.

② Hall, A. S., & Parsons, J. (2001). Internet addiction: college student case study using best practices in cognitive behavior therapy. *Journal of Mental Health Counseling*, 23(4), 312-327.

附件二 其他受访者信息

编号	身份说明	年龄	性别	采访日期
1	村口杂货店老板娘	约 35	女	7.24
2	药店老板	约 40	男	7.29
3	中国电信工作人员	43	男	8.2
4	锦屏县隆里乡计划生育技术服务站工作人员	37	男	8.3
5	锦屏县隆里乡计划生育技术服务站工作人员	26	女	8.3
6	旅店老板娘	约 30	女	8.5
7	村口杂货店老板	37	男	8.6
8	炒粉店老板娘	48	女	8.6
9	炒粉店顾客	—	男	8.6
10	人口普查办公室工作人员	40	男	8.6
11	隆里古城生态博物馆资料信息中心的所长	—	男	8.7
12	外来媳妇 陈姐姐	30	女	8.8
13	陶大哥	40	男	8.8
14	某旅店老板	—	男	8.8

[参 考 文 献]

[1]中国互联网络信息中心 CNNIC. (2011). 2010 中国农村互联网发展调查报告. [CNNIC. (2011). The report of Internet development in rural China 2010.]

[2]张明新、韦路. (2009). 知识、态度与乡村社会的家庭互联网采纳. 《传播与社会学刊》, 10,101 – 130. [Zhang, M. , & Wei, L. (2009). Knowledge, Attitude and Home Internet Adoption in Rural Society. *The Chinese Journal of Communication and Society* 10, 101 – 130.]

[3]段京肃,王锡苓,李惠民. (2008). 落后地区农村互联网发展的市场之路? ——以宁夏灵武市“首家农民网吧”的遭遇为个案. 新闻大学(01), 137 – 142. [Duan, J. , Wang, X. , & Li, H. (2008). Market Development of Internet in Underdeveloped Rural Area;A case study of the“First Peasants’Internet Bar”in Ling Wu, Ning Xia. *Journalism Quarterly*, 01 (137 – 42).]

[4]晓雪. (2009). 互联网下乡或成下一机会, 中国图书商报, p. X03. [Xiaoxue. (2009). Internet in Rural Areas Could Be the Next Opportunity, *China Book Intelligence* p. X03.]

[5]梁振山,何健,杨汴生,钟娅,彭永平. (2008). 河南省农村中学生网络使用行为状况调查. 中国学校卫生, 29(12), 3. [Iang, Z. , He, J. , Yang, F. , Zhong, Y. , & Peng, Y. (2008). A Study on Internet Use Behavior among Rural Middle School Students in Henan Province. *Chinese Journal of School Health*, 29 (12), 3.]

[6]方伟. (2008). 城乡青少年学生“数字鸿沟”探析——对遵化市中学生的定量调查. 硕士, 北京大学, 北京. [Fang, W. (2008). *Digital Divide between Young Students in Urban and Rural Areas; A Survey in Young Students in Zunhua County Master*, Beijing University, Beijing.]

[7]郝辰宇. (2010). 城乡青少年网络媒介素养的比较研究——以商丘地区为例. 新闻爱好者(下半月)(9). [Hao, C. (2010). A Comparative Study of Urban and Rural Adolescents’ Network Media Literacy. *Journalism Lover* 9.]

[8]吕艳飞. (2011). 我国城乡青少年网民网络信息行为比较研究. 现代情报, 31(11), 79 – 81 [Lv, Y. (2011). The Comparative Study of Chinese Urban and Rural Young Internet Users’ Network Information Behaviors. *Journal of Modern Information*, 31, 11 , 79 – 81]

[9]Griffiths, M. D. (1998). Internet addiction; Does it really exist? In J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet; Intrapersonal, interpersonal and transpersonal applications* (pp. 61 – 75). New York: Academic Press.

[10]Davis, R. A. (2001). A cognitive – behavioral model of pathological Internet use. *Computers in Human Behavior*, 17, 187 – 195.

[11]Ca plan, S. E. (2002). Problematic Internet use and psychosocial well – being; development of a theory – based cognitive – behavioral measurement instrument.

- Computers in Human Behavior*, 18(5), 553 – 575.
- [12] Caplan, S. E. (2003). Preference for Online Social Interaction; A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well – Being. *Communication Research*, 30(6), 625 – 648.
- [13] 曹建琴, 杨金伟, 杨军, 姚大志, 周郁秋. (2010). 网络成瘾损害量表的信度和效度研究. *中国全科医学*, 13(34), 3 – 5. [Cao, J., Yang, J., Yang, J., Yao, D., & Zhou, Y. (2010). Reliability and Validity of Internet Addiction Impairment Indexes. *Chinese General Practice*, 13(34), 3 – 5.]
- [14] 王立皓, 童辉杰. (2003). 大学生网络成瘾与社会支持、交往焦虑、自我和谐的关系研究. *健康心理学杂志*, 11(2), 3. [Wang, L., & Tong, H. (2003). A Comparative Study on College Students Internet Addiction Disorder and its relationship with social support, communication anxiousness and self consistency and congruence. *Health Psychology Journal* 11(2), 3.]
- [15] 杨容, 邵智, 郑涌. (2005). 中学生网络成瘾症的综合干预. *中国心理卫生杂志*, 19(7), 3. [Yang, R., Hao, Z., & Zheng, Y. (2005). Comprehensive Intervention on Internet Addiction of Middle School Students. *Chinese Mental Health Journal*, 19(7), 3.]
- [16] 杨晓峰, 郑雪. (2008). 大学生网络成瘾的量表编制及其与心理健康的关系研究. *中国特殊教育* (5), 8. [Yang, X., & Zheng, X. (2008). Development of Internet Addiction Scale and Relationship between Internet Addiction and Mental Health of College Students. *Chinese Journal of Special Education* 5, 8.]
- [17] 郑思明. (2007). 青少年健康上网行为的结构及其影响因素. 博士, 北京:首都师范大学. [Zheng, S. (2007). *The Structure and Factors of Adolescent's Healthy Behavior of Internet Use*. Phd, Capital Normal University, Beijing.]
- [18] 艾康. (2010). 湘西州农村初中留守儿童网络成瘾的现状 & 体育干预措施研究. 硕士, 吉首大学, 吉首. [Ai, K. (2010). *A Study on the Current Condition of the Junior School Unattended Children's Internet Addiction in Western HuNan and Sports Interventional Measures*. Master, Jishou University, Jishou.]
- [19] 杨洋. (2006). 青少年“大五”人格、互联网服务偏好与“网络成瘾”的关系. 硕士, 首都师范大学, 北京. [Yang, Y. (2006). *The Relationship between Adolescent's Neuroticism, Internet Service Preference and Internet Addiction Master*, Capital Normal University, Beijing.]
- [20] [英] 迪姆·梅. (2009). 社会研究:问题、方法与过程:第3版(李祖德译). 北京:北京大学出版社. [May, T. (2009). *Social research: issues, methods and process* (Z. Li, Trans.). Beijing: Peking University Press.]
- [21] [美] 卢克·拉斯特. (2008). 人类学的邀请(王媛、徐默译). 北京:北京大学出版社. [Lassiter, L. E. (2009). *Invitation to Anthropology*: Rowman & Littlefield Pub Incorporated.]
- [22] Lu, W. (2011). *Left – Behind Children in Rural China: Research Based on the Use of Qualitative Methods in Inner Mongolia*. Phd., University of York.
- [23] 侯力, 解柠羽. (2010). 城市农民工二代移民社会融入的障碍研究. *人口学刊*, 184(6), 57 – 61. [Hou, L., & Xie, N. (2010). Study on the Barrier of Social Inclusion of the Second Generation Immigrants of the Urban Migrant Workers. *Population Journal*, 184(6), 57 – 61.]
- [24] 吴艳. (2009). 解决农民工二代就业的必要性及对策研究. *河北农业科学*, 13(2), 3. [Wu, Y. (2009). Study on the Necessities and Countermeasures of Solving the Employment of the Second Generation Peasant Workers. *Journal of HeBei Agricultural Sciences*, 13(2), 3.]
- [25] 孙秀丽. (2007). 网吧中游戏的魅力. 硕士, 兰州大学. [Sun, X. (2007). *Glamour of Internet Game in Cyberbar*. Master, Lanzhou University, Lanzhou.]
- [26] Amato, P. R., & Fowler, F. (2002). Parenting Practices, Child Adjustment, and Family Diversity. *Journal of Marriage and Family*, 64, 703 – 716.
- [27] Hall, A. S., & Parsons, J. (2001). Internet addiction: college student case study using best practices in cognitive behavior therapy. *Journal of Mental Health Counseling*, 23(4), 312 – 327.

[责任编辑 张梦晗]

书评

贞励杏坛 铭勒金石

——读《台湾新闻教育家郑贞铭》

张梦新

《台湾新闻教育家郑贞铭》一书日前问世了。为一位健在的新闻教育家出版传记,特别是为一位台湾的新闻教育家出版传记,这不仅是浙江大学出版社历史上的第一次,可能也是中国大陆出版史上的首例。作为一名从事新闻教育三十余年并与郑贞铭先生有近二十年交往的老教师,我认为郑贞铭先生是无愧于这一殊荣的。

本人与郑贞铭先生相识于1994年的2月23日,第二天就是正月的元宵节。贞铭先生来到当时的杭州大学,和我们新闻与传播学院的五位教师见面并座谈。这是海峡两岸正式开放交流后,我所见到的第一位来自台湾的新闻教育界的著名学者,先生的谦和儒雅、平易近人,对新闻教育事业的关心和热爱,给我留下了深刻的印象。

1995年,郑贞铭先生又来到杭州,个人出资,以他母亲的名义在杭州大学新闻系设立了奖学金,每年有近10名同学获奖。虽然金额有限,但对于受奖学生来说,无疑是一巨大的鼓舞和鞭策。从1995年到1998年,共有30名杭大新闻学子受惠。

这以后,郑先生和台湾的李瞻先生一起努力,在1996年向复旦大学和杭州大学等多所大陆的新闻院系赠送了十几箱新闻传播类书籍。这些专业书籍的到来对当时专业书籍匮乏的大陆新闻院校来说,可谓雪中送炭,深受广大师生的喜爱。这一年的6月,由郑先生领衔的“台湾传播发展协会”与台湾大学新闻研究所合作在

台北举办了“两岸与香港新闻实务研讨会”,当时国内主要新闻院系的12位负责人应邀前往,我们杭州大学新闻系的前后二位系主任张大芝教授、李寿福教授也在其中。

1997年春,杭州大学百年校庆,郑先生作为特邀嘉宾,受聘为杭州大学客座教授,出席了新闻教育改革座谈会与杭州大学建校100周年庆祝酒会,并与时任海基会会长的汪道涵先生合影。

作为两岸新闻交流的先行者,郑先生为推进两岸新闻传播教育界和业界的交流真是不遗余力。我本人也曾于2000年和2003年在郑先生的帮助下先后二次赴台参加学术研讨会。郑先生和他的朋友们悉心安排了大陆教师的食宿、交通和行程,除学术研讨外,还介绍我们访问了多家台湾报纸、广播电视媒体和铭传大学、文化大学等高校,让我们深深感受到宾至如归,血浓于水。

不光是两岸新闻界老师的交流,贞铭先生还积极促成两岸新闻学子的交流。当时我系的硕士生潘向光,就参加过大陆新闻院系研究生赴台交流团。

同样,当郑先生和台湾新闻院校的老师来杭访问时,我们也一起交流新闻教育的改革、新闻人才培养的方法和思路,探讨网络时代我们新闻事业和新闻教育面临的挑战等问题;陪他们游览美丽的西子湖,介绍杭州的历史文化,品尝杭州的美味佳肴。记得有一年文化大学的一行老

师来杭访问时,郑先生告诉我们当天恰逢王洪钧先生生日。海峡两岸的老教师们相聚在杭大路的龙宫大酒店,欢乐地为王洪钧先生唱起生日歌,分享生日蛋糕,其乐融融。这虽是小事一桩,但让人深感贞铭先生对师长的尊重和爱心。

2007年4月9日,浙江大学新闻与传播学院专门举行了新闻教育改革暨郑贞铭先生新闻实践研讨会。郑贞铭先生亲临会场,时任浙大副校长的胡建森教授到会致辞并作主题发言;来自海峡两岸的复旦大学、上海交通大学、上海大学、南京大学、湖南师大、中国文化大学、浙江大学、浙江大学城市学院的丁淦林教授、张国良教授、戴元光教授、段晋肃教授、田中阳教授、邵培仁教授、吴飞教授、李岩教授、张允若教授和来自台湾的王应机先生、赖祥蔚先生等30余位资深新闻传播者,以及一些青年教师和研究生齐聚一堂。研讨会围绕郑贞铭先生的新闻教育理念展开,以新闻教育改革为主导方向,就网络化时代新闻传播教育的新方向、全球一体化与新闻传播教育的改革、中外新闻教育比较研究、新闻学与传播学的关系,郑贞铭先生新闻教育实践研究等议题进行了深入探讨。此次研讨会是浙江大学第一次举办以台湾学者为主题的研讨会,对于加强两岸的学术交流与合作,促进大陆与台湾的新闻传播教育都具有重要意义,引起了社会的广泛关注。

郑贞铭先生曾言:“写作是他的生命。”自1964年其29岁时撰写台湾首部研究新闻教育的专著《中国大学新闻教育之研究》,至2001年出版六卷本的《百年报人》,2010年将《无爱不成师》增订为《爱》与《桥》,先后独著或主编40余

种新闻传播学方面的著作或教材。这些著作和教材,都体现了贞铭先生半个世纪间对新闻传播事业深刻的思考,对新闻传播人才教育与培养的良好用心和博大的社会责任。

郑先生“只认教室,不认校门”,其足迹不但遍布台湾的政治大学、文化大学、世新大学、淡江大学、辅仁大学、铭传大学等高校,在大陆中国人民大学、复旦大学、中国传媒大学、武汉大学、浙江大学、暨南大学、福建师大以及香港的浸会大学、树人大学、珠海书院等新闻传播院系,也都留下了讲学的身影。因此被誉为“华人世界新闻教育家”,获台湾“传播教育特殊贡献奖”,被世界中文传媒协会授予“新闻教育终身成就金牌奖”。

郑先生热爱新闻传播事业,热爱师友,热爱青年,信奉“无爱不成师”。他认为“教育之目的,不仅在使人有用,更在于使人幸福;唯有如此,才能提升生活品质与人的生命意义,这是教育工作的终极关怀”^①。因此郑贞铭先生在四十多年的从教生涯中总是把爱心与教学的技巧加以糅合,从而成为广大学生的良师、慈父和好友。

郑贞铭先生以其半个世纪以来对新闻事业的执著追求,对新闻教育的无限热爱,以及对新闻研究的不断探索和丰硕成果,谱写了他的传奇一生,更为我们从事新闻教育的广大教师树立了一座标杆,成为我们永远尊敬的师长,学习的榜样。

[责任编辑 张梦晗]

① 郑贞铭,《无爱不成师》,(台北,2005),第328页。

中西方学术期刊审稿制度比较研究

尹玉吉

(山东理工大学学报(社会科学版)编辑部, 淄博 255049)

一、学术期刊及其审稿制度首先产生于西方

审稿攸关学术和学术期刊的存亡。学术期刊的产生必须具备以下几个条件:封建制度统治比较薄弱以至于基本破除,科学技术相对发达,社会具有包容和鼓励学术研究的制度基本成熟;学术研究已经成为一种稳定职业,有一批以此为生的学者队伍;出版物在形式上不再具有偶发性,而是持续不断地周期性出现;已经有一批专门从事学术期刊出版的编辑队伍;邮递已经比较发达。这些条件首先在西方产生、成熟。公认的世界上最早的学术期刊有4个:1663年德国的《启发讨论月刊》、1665年1月的《学者杂志》、1665年3月英国皇家学会的《哲学汇刊》和1665年英国的《牛津公报》。同样,学术期刊相对成熟的审稿制度——“同行审稿”也首先产生于西方,其原因有二:一是因为大量学术期刊已经存在;二是赖以参考、模拟和切实可行的专利“同行评议”制度——威尼斯共和国的专利评审的“同行评议”制度,1416年就已经存在。与我国不少学者的观点恰恰相反,我国清代中期《吴医汇讲》由于不具备上述5个条件,其性质属于传统图书,而不是学术期刊,其审稿性质不具有真正意义同行审稿的性质。在中国,真正的学术期刊的起点是1815年的《察世俗每月统记传》,然而,由于近代中国学术期刊主要由传教士创办,以传教为主,同时普及、介绍西方文化和科学,所以其审稿以著、审、编“三位一体”为主要特点,无须同行审稿;解放前中国学术期刊审稿活动还处在探索期,更加之社会动荡不已,无法实行西方的同行审稿制度;解放后由于历史的原因,我国学术期刊审稿实行的是计划经济色彩浓郁的“三审制”,其渊源是列宁和毛泽东战争年代的出版思想。

二、三审制和同行审稿制的比较

在学术期刊出版的网络化、数字化和全球化的今天,我国学术期刊还没有哪一家能真正进入国际知名学术期刊行列。因此,我们的审稿是坚持三审制,还是改进三审制?是积极借鉴同行审稿制度,还是完全过渡到同行审稿制度上去?回答这个问题,只有进行中西方学术期刊审稿制度的比较才能实现。而二者的比较本质上就是三审制与同行审稿制的比较,而这种比较更是三审制和同行审稿制利弊的权衡。

(一)同行审稿的利与弊。1. 同行审稿制度的优越性:(1)同行审稿制度能够使编委及审稿专家国际化,极

大提高学术期刊的质量;(2)同行评审制度能够更广泛地借助众多领域专家、学者的聪明才智,弥补编辑部有限人员知识面相对有限的缺点,最大限度地避免了失误,从而极大地提升了学术期刊的质量;(3)同行审稿使审稿权力由中立的第三方同行审稿专家去行使,最大限度地实现了公平;(4)同行审稿制度在体制上能够有效防范学术造假。2. 同行审稿制度的弊端:(1)对审稿人缺乏具体要求;(2)机制还不够完善,没有真正使审稿人的责权利相统一;(3)成本偏高;(4)同行竞争造成互贬。尽管同行审稿制度利弊兼有,不过它是一个开放的系统,其缺点是能够克服的,这也是西方国家学术与学术期刊发展如此健康、迅速的主要原因。所以,同行审稿制度利大于弊。

(二)三审制的利与弊。1. 三审制的优越性。由于我国审批制条件下的作者是在体制内运作的,审稿实行的又具有很强的计划性,学术期刊整体定位是刚性的,在这种体制下,作者、编者、审稿人意图明确。所以,三审制效率比较高,三者有一定的默契度,操作起来比较容易。2. 三审制的弊端。(1)客观上讲,适宜于革命和战争年代的三审制在和平建设时期难免过时;(2)由于三审制是计划在先,故论文时效性较差,与学术的时效性要求存在很大矛盾;(3)由于三审制是在体制内运作的,使得学术评价的客观、公正性难以保证;(4)三审制的“内部人审稿”制度特点,必然使审稿人面过于狭窄,所以,三审制导致编辑工作失误更多。比较可见,三审制的缺点远多于优点,三审制的这些缺点往往带有制度性和根本性。

三、积极借鉴同行审稿制,努力改进三审制

中西方学术期刊审稿制度的优劣势由制度背景差异造成的:1. 出版制度不同;2. 审稿程序迥异;3. 专家数据库迥异;4. 编辑工作要求迥异。我们建议:第一,我国应当努力倡导学术期刊同行审稿制度。这种制度得到世界学术期刊界的普遍认可,极大地推动了学术事业和学术期刊事业的发展,由此催生出了一大批世界一流学术期刊;第二,中国应当努力实现学术期刊的国际化,即作者国际化、审稿国际化、读者国际化的办刊模式。

(本文原载于《浙江大学学报(人文社会科学版)》2012年第4期,全文3.2万字)

《中国传媒报告》征稿启事

本刊热忱欢迎全球华人传播学家、新闻学家、传媒业界专家和关注中国传媒的有识之士赐稿。为了使您的稿件能顺利进入审稿程序,并获得录用,请按以下要求投稿。

一、来稿基本要求

1. 论文符合本刊范畴,具有较高学术水平,内容应涉及传播及相关领域。
2. 投稿论文此前未曾在其它刊物发表。
3. 论文一律用电子邮件附件(Attachments)形式发送到:chnmedia@vip.sina.com。翻译稿须附原作者同意翻译出版授权证明及原文。
4. 附件请用 Word 窗口文件或文字文件,并注明文件名。
5. 稿件篇幅原则上以 8000 - 12000 字为宜,专题论文的篇幅在 18000 字之内。
6. 投稿前请您仔细检查稿件格式、摘要的撰写是否符合要求,对不符合要求的地方进行修改并准备好文章电子版。
7. 稿件应注明作者的真实姓名、详细通讯地址和联系电话、电子邮箱,发表时署名自由。

二、关于来稿处理

1. 本刊对来稿采用匿名审稿制,因编辑人手有限,一般不办理纸质文本退稿,作者务请自留底稿。
2. 请勿一稿多投,也不要重复投稿,以免编辑部重复登记。
3. 来稿将根据本刊编审流程进行处理,投稿后三个月仍未收到本编辑部处理意见者,可自行对稿件另作处理。

三、关于文章的各项要素和编排格式要求

1. 篇首格式:文章题目,作者姓名、工作单位全称、所在省市和邮编;中文提要(300字以内)、3-5个关键词;英文题目、英文摘要、英文关键词。
2. 首页页脚处应注明文章基金项目(若文章无此项目则省略)和作者个人简介(50字以内),格式如下:基金项目:项目名称(项目编号)。作者简介:第一作者姓名(出生年-),性别,(民族-汉族可省略),籍贯,所在单位(详细到系一级),职务、职称,学位,研究方向;第二作者姓名(以下同前)……。并注明作者电子邮件地址和详细通讯地址。

3. 关于参考文献:参考文献(References)是指作者写论文时所参考的文献资料。文末参考文献按以下规范排列:英文部分以作者姓氏字母(由A到Z)依序排列,中文部分以作者姓名之拼音按升序编排,序号左顶格,并用数字加方括号表示(如[1][2])。凡只有“期刊名”或“文集名”而无“文题(篇)名”的文献,务必补上“文题(篇)名”。中文参考文献作者署名,不多于三人全部著录,超过三人,第三人后加“等”,作者之间用“,”隔开。在英文参考文献中,如果被引用文献有两位作者,要将两位作者的姓名同时给出;如果有三位以上的作者,只给出第一位作者的姓名,再写上“et al.”。无论中外署名,一律姓先后。论文的引文请务必与原出处核对,避免出错。

论文后中文参考文献需同时译成英文。

四、您的投稿行为将被视为 对以下协议和约定的接受:

1. 《中国传媒报告》系浙江大学传播研究所主办的学术刊物。根据中国《著作权法》和国际上相关的著作权法规条款的规定,《中国传媒报告》编辑部享有《中国传媒报告》整体上的著作权,您享有在《中国传媒报告》上所发表作品的著作权。您必须保证作品不存在著作权方面的问题,若出现问题,责任自负。
2. 您同意将投到《中国传播报告》作品的海外专有出版权、发行(传播)权以及使用许可的独家代理权授予《中国传媒报告》编辑部。
3. 来稿一经采用,即赠送当期二册和本刊一年的各期。编辑部对编委会评定的优秀论文给予重酬,对特约论文支付超标稿酬;因经费有限,对其它论文则不收取任何费用或版面费,依据国际学术刊物惯例,也不支付稿酬。
4. 在处理您的作品期间,如果您的通讯地址和联系电话有变动而未及时通知我们,致使联系中断,视为自行撤稿。
5. 您在收到我们发出的作品修改通知后,请参考修改意见对作品进行修改,并在约定的时间内将修改结果返回。除不可抗力或特殊情况外,对超过约定期限(一般为两周)不返回修改结果的,将影响您作品的顺利发表,一个月没有返回视为自行撤稿。

《中国传媒报告》杂志社网站:www.chnmedia.com;
联系电话:0571-88273032;电子邮箱:chnmedia@vip.sina.com;联系人:叶盛。

《中国传媒报告》杂志社
2013年4月

浙 江 大 学
“国际传播视野中的华莱坞电影”学术研讨会
(Hollywood Cinema in the Perspective of International Communication)

征 文 启 事

放眼当下华语电影市场,不论是电影产量、电影票房、还是观影人数都已跃居世界前列,成为不可忽视的市场力量。但与此等体量难以匹配的是华语电影疲弱的市场竞争力。对内,华语电影难以抵抗进口大片的步步紧逼;对外,华语电影的世界市场份额逐年萎缩。内忧外患之下,华语电影人势必深思、继而突围。我们认为,应集华语地区电影人之合力,打造自己的“华莱坞”,在生产制作、产业链条、艺术创意等层面不断发力,形成自身独有的特点和竞争力,最终获取世界电影应有的地位。

“华莱坞”不是一句口号,而是一种集体行动,并终将成为一条可行之路径。本着这样的期盼,我们决定于2013年10月25-26日在浙江大学西溪校区举办“国际传播视野中的华莱坞电影”学术研讨会,诚望海内外影视与传播学人、博士生踊跃投稿,共襄盛举。本次研讨会拟从以下两个维度展开:

一、华莱坞电影文化、产业及传播研究

1. 华莱坞电影文化圈:以影视合拍为契机,建立中国大陆、港澳、台湾以及海外各地区华人电影界联盟的可能性、必要性和路径探析。
2. 华莱坞电影产业整合:中国大陆电影产业改革能否进一步推动世界华人电影界之间的交流与合作,进而打造世界华人电影产业链条和资本航母。
3. 华莱坞电影创意内核:华语电影如何以中华文化基因为内核,发掘和打造基于华人社会形态与思维特质的电影,从而以鲜明的文化特色跻身世界电影主流。
4. 华莱坞电影传播力:华语电影在亚洲市场的优势表现及在欧美市场的路径开拓分析。
5. 华莱坞电影产业发展、艺术创作与形象建构的历史回顾。

二、华莱坞电影成长与突围的机制、路径研究

1. 好莱坞电影对华莱坞电影的启示
2. 宝莱坞、瑙莱坞的崛起对华莱坞电影的借鉴意义
3. 国际电影节与华莱坞电影的发展
4. 国产中小成本电影的崛起及对华莱坞大片的反思
5. 台湾电影作为华莱坞电影的当代发展与国际突围
6. 香港电影作为华莱坞电影的发展兴衰与当代经验

各位专家学者可根据以上选题形成论文,也可自由拟定选题撰写论文,组委会将聘请专家组成学术委员会对论文进行匿名评审。评审通过者将收到正式邀请函参加论坛。被选中的优秀论文将会被推荐至《中国传媒报告》和 Chian Media Research(《中国传媒研究》英文版)以及其他相关学术刊物发表。

本论坛截稿日期为10月15日,请将电子版全文发至 zhangmenghansd@yahoo.cn 或 victor222@126.com 信箱,并注明为浙江大学“国际传播视野中的华莱坞电影”学术研讨会征文。

浙江大学传播研究所
浙江大学传媒与文化产业研究中心
2013年4月16日