

当代中国大众传媒的角色变迁及其文化实践之道德正当性剖析

作者：云国强 吴靖

内容摘要：在当下中国社会变迁语境中，大众传媒除了以确定的形态履行既定功能外，还释放出无以计数、不确定、潜在（或隐蔽）、变动不居的“辐射”，这类“辐射”构造着大众传媒的真正“轮廓”，大众传媒也正是通过这类“辐射”对当代中国社会产生着持续影响，逐渐形成中国社会现代性的“培养基”。本文结合中国发展社会主义事业特别是市场化的历史背景，一方面尝试以一种新视角审视大众传媒之角色变迁，进而体察当代中国社会文化变迁的“风格”；另一方面考察自市场化以来，大众传媒“双重属性”所遵循的基本原则和在文化实践中表现出的“越界”现象，通过更内在的反思维度对大众传媒市场化实践之道德正当性进行批判性剖析。

关键词：空间；立场；现代化；话语；市场化；大众传媒；道德正当性

一、想像大众传媒角色变迁的方法

面对20世纪50年代以来的中国大众传媒发展史，我们能够在“政治—市场”坐标图上清晰地标示其变化曲线。以这条“曲线”来规定大众传媒的角色变迁当然有其合理性，然而如果把注意力仅仅停留在对其形式的抽象描述，或者再进一步以这样的抽象形式去测量相关历史内容，所得出的不过是一个相对确定的理解。因为，假如将政治、市场抽离，我们还能够发掘出构成大众传媒历史的各式各样“遗迹”。这就是说，受政治、市场影响下的大众传媒之历史叙述中，还携带着远非政治、经济分类法所能容纳或概括的元素，综合所有这些内容，不仅能够带领我们深入探讨历史（传统）想像、文化（资本）生产和自我（价值）认同等更为深层的问题，而且会帮助我们理解超越上述“曲线”形式的抽象而触摸到当代中国整个社会文化变迁的“风格”。

“转折”或“断裂”是中国历史著作中最常见的概念，其方法论传统可以上溯至古老的“断代”治史方略，恰恰因其在形形色色的历史叙事中频繁出现，从而使原本属于形而上学设定的智慧变成了历史中鲜活的“现象”。“转折”或“断裂”概念自身包含着连续性的中断以及新过程的发生的含义，它意味着伴随各种偶然事件、社会关系的变化、权力和资本的重组等事态，意义和知识体系亦因而发生结构转型。借助“转折”或“断裂”（无论概念还是现象），历史被持续地结构化。我们对大众传媒社会角色变迁的历史判断就蕴含在这样的过程中。我们所主张的理解大众传媒社会角色变迁方法的核心规定性（或依据）即在于：大众传媒所踞的“空间”和“立场”。所谓“空间”，也就是大众传媒在社会变迁的结构化过程中遭遇并最终所处的位置；相比而言，“立场”体现为某种具有主动性的选择；二者不能割裂、孤立地理解，“空间”是体现为主动性选择意志（即“立场”）的弹性“容器”。

改革开放是当代中国的一个关键转折，其判断依据不必赘述。早在改革开放之前的历史时期内，新闻事业是社会主义建设事业的有机组成部分，在“为社会主义服务”、“为人民服务”基本方针指导下，强调无条件服从党的领导，坚持政治家办报，贯彻党和国家的政治立场和主张。在党和国家的控制下，大众传媒处于“一体化”格局：国家所有的所有制关系，依据行政级别划分的等级结构，党委宣传部主管下以宣传为主导的运行模式，甚至连文艺、文学性报刊乃至电影、戏剧等艺术形式也呈现同质化。我们曾经在另一篇文章中，依据党和国家对大众传媒的社会控制形式将这个历史时期概括为他律性规范主导阶段，其核心就是将新闻事业作为与社会、经济相适应的上层建筑，是实现党和国家意识形态的工具。以“空间”和“立场”来考察，与其说大众传媒的“空间”和“立场”被同构入国家的意识形态，毋宁将其表述为“空间”和“立场”的缺失。

二、20世纪80年代：多元“立场”的辩证

改革开放的第一个十年为中国社会遗赠了多种“剩余物”，[1]为数甚众的知识分子和思想家将20世纪80年代的文化运动同“五四”运动联系在一起。至少在形式上，这两代知识分子都充当了既有文化制度的破坏者、话语

传统的反叛者，并且分别挑起了20世纪中国的两次文化危机。[ii]也有学者认为，中国思想史从“五四”开始了一个历经时逾70年的“激进化”循环，因此随着民主、自由、人权、个性解放等观念在1980年代再度成为知识分子的中心价值，中国思想史又回到了“五四”的起点。[iii]正如学术界一致认为“五四”运动构成了中国历史近代和现代之间的“转折”，围绕改革开放的历史地位，知识界也达成了基本共识：改革开放凭借拨乱反正、“实践是检验真理的唯一标准”等新型意识形态开始了通向“新时期”的“转折”。改革开放酝酿和推动中国社会政治、经济等各种关系的结构性重组而释放出的巨大能量，直接催生了知识（很大程度上由“话语”体现出来）转型：从两个“凡是”教条到真理标准大讨论，从以阶级斗争为纲到以经济建设为中心，从党绝对领导文艺事业到“二为”、“双百”方针。虽然主旋律依旧由（主要同资本主义世界的）意识形态斗争、（坚信通向共产主义的）社会变革的激进信念，以及中国同世界（特别是资本主义世界）比较的体制优越性等主体脉络，加上饱蘸民族主义和阶级斗争色彩的国家历史，彼此经纬交织而构成的宏大“革命史叙述”来担当，但逐渐有越来越多的旋律和变奏融会其中。

大众传媒的发展要拜这种话语多元之赐，而大众传媒又相应地为多元话语撑起了更大的“空间”。可以这样讲，大众传媒随着改革开放才开始了真正的历史。纵观整个20世纪80年代，解除了束缚的知识分子的激情以近乎狂躁的方式迸发出来，一方面，他们借助各式各样的表达媒介——文学、戏剧、电影等——对“文革”进行批判、反思以抚慰“文革”岁月遗留的“伤痕”；另一方面，他们壮怀启蒙、济世的道德律令试图重建文化、重建同外界的思想对话与交流，寻求尽可能丰富的理论资源来设计振兴中华的蓝图。期间，大众传媒所获得的“空间”可以用“丰富”来形容：在物理层面，除复刊或者新创办各种报刊外，广播电视日渐普及；而真正的“空间”解放性发生在话语层面，大众传媒所负载的话语多元化以及多元话语所表达的多重“立场”。“民间立场”即自此诞生。我们称为“官方立场”的，即在形式上延续了早在延安时期形成、建国以来继承并发展的宣传传统，革命史叙述依然占据着它的核心空间，并根据执政需要而采取相应的修辞策略加以续写。“民间立场”作为一个有助于辨识某种进入历史性出场的概念，它在这里所命名的是：大众传媒在政治意识形态之外的“空间”和“立场”。这里需要明确，“民间立场”并非必然作为“官方立场”的对立面而存在。

基于这种“空间”和“立场”的想像，我们能够以全景式、历史地描述和理解20世纪80年代大众传媒社会角色。如果说“官方立场”主宰的大众传媒“空间”，以接续革命史叙述、专事意识形态宣传和建构维护民族国家形象为要务，那么，“民间立场”旨在培育“公共领域”，弘扬公民主体精神（用官方话语就是主人翁精神），唤起顽强而自尊的民族意志和创意能力，透过积极的交流沟通建构稳定的文化认同。整个20世纪80年代（特别是在1985年以后），大量优秀、新潮的文艺作品不断地在“民间立场”的大众传媒“空间”里涌现，作者们借助大众传媒恣意地发泄着的不竭的创造力，“从文学到美术、音乐、电影等等，几乎所有的艺术类型都呈现出新奇而又灿烂的面容”。[iv]甘阳在写于1985年的《八十年代文化讨论的几个问题》一文中，预见了“文化热”的来临：“1985年以来，所谓的‘文化’问题已经明显地一跃而成为当代中国的‘显学’。从目前的阵阵‘中国文化热’和‘中西比较风’来看，有理由推测：八十年代中后期，一场关于中国文化的大讨论很可能会蓬勃兴起。”历史已经证明了这一预测的正确性。虽然国内传媒学术界尚无对大众传媒和20世纪80年代“文化热”之关联作专题探讨，但是我们也可以依据历史做出如下判断：大众传媒和“文化热”互为推动，大众传媒为“文化热”准备了符号互动的场所，而“文化热”推进的文化反思和探索激发大众传媒戮力开掘更大的“空间”，并赋予大众传媒以公共领域的素质。特别要提到，20世纪80年代大众传媒“空间”中蕴含着一个开放的、互动性极强的领域，我们可以称之为“学术空间”。由于20世纪50、60年代建立、发展起来的专业学术研究体系在“文革”中遭到严重破坏，历史留给80年代的知识界重建和恢复教育体系的艰巨任务。在先前的学术研究事业中，报刊以及出版社都曾经推动和参与学术活动，现在这一传统首先被恢复起来。大众传媒就如同一座“无形学院”，从事智力储备、学术争鸣、思想扩散和学术社会化，在很大程度上担当着学术组织者的角色。[v]

就上述分析来看，大众传媒社会角色在20世纪80年代最为直观的变革即在于“空间”的扩延和“立场”的多元：从一体化、意识形态同构到“三度（政治、文化、学术）空间”，从单一“官方立场”到多元化“民间立场”的形成。前文已经提及，“立场”多元并不必然体现为“立场”的敌对，即使争鸣也旨在通过思想交流而实现更广泛的沟通。各种“立场”始终保持着动态互动，即使处于强势的“官方立场”（意识形态“空间”）也非壁垒森严，而是越来越积极地利用“民间立场”（文化“空间”、学术“空间”）的智力成果，并对自身立场做出调整，相应地，“民间立场”也为实现其价值诉求和获得更大的“空间”而向“官方立场”寻求“接合”。

三、20世纪90年代：“双重属性”的悖谬

改革开放的第二个十年在经历过一个不安的开局之后进入了新一轮更为深刻的社会经济结构转型。1989年下半年到90年代初期，应国内“反对资产阶级自由化”意识形态策略之需，以及对国际关系变局的态势分析，中央

结合过去的一系列历史事件反思了既往传媒政策的问题并对大众传媒的角色期待做出了调整。中宣部、新闻出版署联合召开“全国整顿压缩报刊和出版社会议”之后立即着手整顿大众传媒，[vi]相继制定出台了《报纸管理暂行规定》（1991年2月公布施行）、《中国新闻工作者职业道德准则》（1991年5月公布施行）等约束大众传媒新闻宣传工作的管理文件，强化大众传媒“官方立场”（国家意识形态空间）的同时抑制了80年代宽松、自由的“民间立场”（文化、学术空间）。两个数字对比能够说明一些问题：1990年重新登记后的报纸数量为1459家，而一年前的数量是1628家。再加上中国学术体制转型到90年代已经完成，学科建制和学术生产基本采纳了类似美国式学院形态的学术体制，更加专业化的学院结构成为学术组织和生产的主体。虽然没有证据说这两个进程之叠合的必然性，但却造成了一个非常明显的结果：大众传媒的“学术空间”被急剧压缩，已经不再能够如80年代那般充当学术组织者的角色了。

1992年向市场经济转轨为中国带来的影响至今还在呈现之中。市场化以及同资本主义主导的世界接轨的目标逐渐置换了党和国家意识形态中大部分激进诉求以及对比较制度优越性的固守，逐渐淡化并脱离了革命史叙述，而转向更为务实、韬光养晦的国家发展观。新闻事业也以第三产业的身份向产业化过渡，大众传媒逐渐突破原有行业范围限制，实现了以集团化为标志的产业化经营进入并参与市场活动。然而，文化市场的发展，并没有为精神生产带来等量齐观的效益。钱理群指出，在市场化背景下的中国知识分子却面临着比他们的前辈——30年代的鲁迅们远为复杂的精神困境，并且波及自身，鲁迅当年尖锐批评的“商定文豪”、“捐班文人”，以及“文人无行”、“文人无文”等现象的大量出现，标示着世纪末的中国知识分子陷入了巨大的精神危机。其实，知识分子的精神危机和大众传媒的背叛直接相关。管制逐渐放松和市场化转型给大众传媒提供了更大的可能“空间”，也推动其“立场”偏移。大众传媒综合20世纪80、90年代之交经验对新的发展前景做出了评估，面向市场竞争的经营性风险显然要远远低于因冒犯政治和意识形态所带来的风险。因此，大众传媒很快就掌握了角逐市场大潮的策略。同时，伴随中国加入WTO，国内大众传媒面临着来自国外巨型传媒的竞争压力，也需要国家提供政策和资金等方面的保护。这里形成了一个可供大众传媒与意识形态“合流”的契合点：大众传媒顺应受众对批判性揭露社会阴暗现象的热情而提供各种“焦点”报道，国家也能够利用舆论力量来解决因法制建设不完善而在市场化过程中出现的偏离行为。实际上，大众传媒因政治制度改革而释放出来的“空间”并没有转化为象80年代公共领域一样的“空间”，而是被市场吞噬。大众传媒失去了“公共领域”的精神权威并没有多少失落，因为经济权力很快给它带来更丰腴的世俗补偿，大众传媒也很快发现去政治、消费和休闲快餐式大众文化产品比坚持高雅、严肃的智慧生产更加有利可图。随着新闻事业改革深化逐渐形成所谓体制“内”、体制“外”的大众传媒格局，通过“微调”所有制关系而为政治（意识形态）和市场之间巧妙地建立起一道“缓冲带”，本质上并未造成某种新“空间”和“立场”历史性出场，然而这一技巧性的管理策略却在民主、言论自由以及社会公器等一系列概念名义下被各方大肆渲染。特别对于“体制外”媒体而言，它们得到一笔得天独厚的营销资源，能够将“体制外”和媒体运作的品质之间建立相关关系。无论体制内媒体还是体制外媒体，作为市场机构也必然以获取利润为目标，因而在政治意识形态控制之外又受到市场这只“看不见的手”操控。政治和市场两大力量撕扯使大众传媒结构发生了明显的变异：从20世纪80年代的多元“立场”（官方、民间）、三度“空间”（政治、文化、学术）逐渐过渡到“生产—消费”二元结构的文化工业，市场化以来的大众传媒将自己的属性改写为适应这种二元结构的“双重属性”：既属上层建筑又属经济基础的特殊形态。

于是，一个悖谬产生了：从经济基础来看，大众传媒不仅属于中国国民经济生产和国内市场的构成主体，而且在中国同世界接轨、越来越深地卷入全球化进程之后，作为文化工业的大众传媒也不可避免地成为全球资本流通的场所，那么，从上层建筑属性来看，容纳全球资本的大众传媒将是谁的“上层建筑”？难道在中国开始的世界历史又将在此终结，并因此修正黑格尔（Hegel）的历史哲学？[vii]根据前文对大众传媒社会角色的历史分析，我们看到大众传媒的一种特殊“自我意识”生成和发展的历史，市场象《化身博士》中基克尔博士的药剂一样分裂了这个原本一体的“自我”，[viii]大众传媒的这种“双重属性”本身已经拒绝了任何将其还原为一个政治问题或者经济问题之类本质主义的回答方式。所以，对大众传媒社会角色及其文化实践做更深入的剖析还需要更深入、更内在的反思维度，即反思大众传媒的“双重属性”在民族国家和全球化双重语境下的文化实践的道德正当性。

四、现代化话语实践的道德维度

福柯（Foucault, M.）的知识考古学以客观主义的隐喻方式给思想史研究开创了一套新思维，我们可以在时代的地层中发掘各种思想、话语实践（discursive practice）的遗迹，揭示不同时期的话语实践如何以知识的形式产生出巨大的权力，或者说知识和权力的互构过程。从这个意义上讲，中国现代化事业的每次转轨而表现出的政治改革、经济路线调整，也正对应着福柯所谓话语实践的转型和调整。从历史分期的角度，我们有理由将市场经济路线的实施规定为中国当代历史中的一个具有转折意义的事件。然而如果以“社会时间”来衡量，这个“局势”绝

不仅仅意味着在中国现代化建设进程流程图上某个分叉处做出的“若否则转向X”中的那个“X”。整个过程中，各种话语的积极互动原则上被限定在某个设定的范围内，政治意识形态除了作为话语之一极外，还和政治权力以监测者身份密切控制任何不利于稳定的“溢出效应”而保持在场。

回顾20世纪80年代末以来整个知识界的话语实践，我们至少可以分辨出两条清晰的理路：其一，围绕社会主义的反思，释放出诸如人道主义、商品化等被意识形态教条压抑的理论；其二，“文化热”运动中直接诉诸欧洲启蒙思想传统之价值观的“新启蒙”思潮，激活了个人存在价值范畴内的世俗化、个性化的内涵。再加上80、90年代之交爆发的世界社会主义危机迫使中国做出“摸着石头过河”的选择，告别“此岸”就意味着“逃避崇高”，意味着社会主义建设和现代化的策略性转移。“彼岸”是什么？没有确定答案，但是透过“发展是硬道理”以及“白猫黑猫，抓着耗子就是好猫”这样一类名言，我们能够清晰地感受到其中所蕴含的价值暗示，似乎只有经济发展才能解决国家面临的问题。另外，在大众传媒空间中广泛流通的有关综合国力、GDP等一系列概念的通俗版本，也已注解了发展的意义并且勾画了发展的框架。汪晖先生曾把中国知识分子对“现代化”的理解精辟地概括为两个方面，一方面是寻求富强以建立现代民族国家的方式，另一方面是以西方现代社会及其文化和价值为规范批判自己的社会和传统的过程。[ix]其中隐含着无法抵消的内在张力，揭示出了这样一个基本事实：诉诸发展经济似乎能够达到某种“形式上”（仅仅是形式上）的协调。实现这个超越的秘密其实就在于摆脱“此岸”的想像，在于将“发展”预设为通向“彼岸”之途的想像。虽然仅仅是形式上的一线脆弱的平衡，但它足以构成了官方意识形态推行市场经济的合法性的逻辑内核，以及平息“姓社”、“姓资”争论的强力论据。这样，就基本上完成了对推行市场经济之决策合法性的权力建构。

“发展”作为市场经济话语的核心，拥有丰富的历史性内涵。然而，通过知识考古，我们能够从系谱学的角度察知这个符号外表之下所发生的内涵位移。该过程最突出的特征在于将裁判标准指向实用主义、科学主义的逻辑。每一次调整都把论证和比较以历史叙述记录下来。不同时期经济条件和国际关系等方面各类指标的对比或同比结论的关键词往往由进步、改善、提高、加速之类被赋予肯定性价值的词语构成，每个这样的论述都视角性地提出对“发展”的诠释。根据这种修辞风格，“发展”的实质就在很大程度上由这类肯定性价值判断做出诠释。然而，恰恰就在此过程中，每一次基于肯定性价值的修辞都渐渐剥蚀了“发展”这个核心理念的激进光晕，而对社会主义理想的道德启示所能激发的精神能量就流溢在这样的光晕之中。韦伯（Weber, M.）对资本主义起源的经典研究表明，新教伦理所提供的精神能量如何优先于制度形式的建构。[x]韦伯还在别处指出这样一个状况，一切有伦理取向的行为都遵循下述两种本质差异的指导准则之一，即信念伦理和责任伦理。[xi]具体到特定的行为中，责任伦理体现为工具理性，其本质即追求实现符合特定行为目标的手段；而信念伦理则指向价值理性，命令行为者不虑后果完全循情感直觉而行动。韦伯强调这两种指导原则的对立是造成人类行为基本矛盾的根源，另一方面他又指出这二者并非绝地通天无以通融，这对矛盾可以通过社会实践的互相补充加以克服，进而促进人和社会的均衡发展。[xii]韦伯不是社会主义者，然而他对资本主义社会生产和社会组织因过分强调责任伦理而日渐理性化趋势保持着高度警觉，并相信理性化了的科学、工业和科层制（bureaucracy）将窒息政治文明和个人自由，所以必须通过克服责任伦理和信仰伦理之间的对立而克服理性化的宰制（domination）。

这似乎和马克思的社会哲学形成了一个交汇点。马克思深刻分析了他所面对的经济事实，揭示了资本主义的剥削实质，指出资本主义条件下“物的世界的增值同人的世界的贬值成正比”，并且由于异化劳动直接导致“人的本质同人相异化”，[xiii]只有完全属人的共产主义才能实现人的解放和充分发展。马克思社会哲学的最终归宿包含着对人之价值的深切的伦理关怀，也体现为一种立足于人类基本同情基础的普世道德。两种迥异的社会理论交汇的必要条件就在于关怀人的价值。本文就道德正当性的考察体现了对这（韦伯式）两种伦理关系的沟通，或者（马克思式）消除人的本质异化之努力的延续。整个过程包括两个作业面：首先对特定实践（包括文化实践）中的道德内涵做出“是或否”一般性判断；其次以“意义”（而非“结果”）为主导批判地考察这些实践所具之道德内涵。对于处于社会语境下特定的文化实践而言，缺乏道德正当性表现为道德内涵的缺失或过度，这两者将殊途同归于荒谬。

五、大众传媒“双重属性”的结构及其文化实践原则

让我们从市场化条件下大众传媒所从事的文化实践结构开始。大众传媒的“双重属性”对应着它的两种基本结构，[xiv]即经济实体和政治意识形态。首先来看政治意识形态结构。在大众传媒角色变迁过程中，虽然其“立场”历经调适，但大众传媒的政治（意识形态）“空间”作为深层结构保持完整延续，并没有因为跨越了不同历史时期而发生根本性变化。[xv]没有成文的《新闻法》并不意味着有关大众传媒社会控制缺乏“规范”，来自各方面（包括新闻业内部）的各种正式、非正式的社会约束因素，包括各种有关新闻传播的法律、法规、政策性文件等，例如《宪法》、《中国新闻工作者职业道德准则》（1997年修订）、《中国报业自律公约》、各部委下发的有关新闻宣传工作的管理规定等等，都提供了对于大众传媒意识形态职能的诠释。[xvi]市场化推动传媒事业改革

即使为提供多元“空间”和“立场”之可能准备了必要前提，也还依然处在政治意识形态的制约之下。即使被视为更具“民主”气质的各种新兴传播媒介，也被纳入适应政治意识形态要求的传播规范制约之下。[xvii]大众传媒依然充当着党和政府的言论通道，发挥着宣传职能。再来看另一个基本结构：经济实体。大众传媒作为文化产业（工业）的一个组成部分，属于中国市场经济的构成主体之一。同上述宏观控制中依然严格的意识形态控制和强调宣传职能相比，在媒体机构日常管理和经营活动中，很大程度上移植了国有企业改革所遵循的模式，实行企业化经营，在遵守国家宏观上对大众传媒的性质规定和功能要求的前提下，大众传媒必须以更大精力参与市场竞争从事盈利性的文化生产和经营。大众传媒分化为利益群体的同时，传统体制下的行政级别、区域归属和团体归属等方面的划分转化为不同媒体竞相利用的“资本”，并且在经济利益驱动下力求生产出适应市场竞争的文化产品。更有意味的是，市场象一个转译过程，将国家贯彻在第一种基本结构中社会控制表现为大众传媒机构运作所需的“经营许可证”，并且在针对境外媒体准入而制定的政策而言，这种许可也正是国内大众传媒所寻求的一种保护性“专营”许可。

上述两部分所对应的文化实践中包含着构成大众传媒实践结构的第三维，即大众传媒文化生产的社会输出推动社会分层和认同意识而发生的社会阶层结构变迁。中国社会科学院“当代中国社会结构变迁研究”课题组的一个专题报告中，指出了中国社会阶层结构发生了深刻的变化这个事实，并把其推动力定位在经济体制转轨和现代化进程两大因素，具体表现在由原来的两个阶级一个阶层（即工人阶级、农民阶级和知识分子阶层）的结构分化为在社会、经济、生活方式及利益认同方面明显差异的新的社会阶层。报告进一步依据职业分化以及对组织资源、经济资源、文化资源三类资源占有状况为标准，将整个社会结构划分为十大阶层。[xviii]报告还通过统计数字同美国、日本的社会阶层构成对照，得出中国已经具备了现代化社会阶层结构的所有基本构成的结论。[xix]可以说这项研究为后来的大部分社会阶层研究特别是中产阶级（或中间阶层）研究设定了基调：强调现代化的社会结构典范应当是美国式的阶层结构，强调中产阶级的重要功能。提及中产阶级，研究者们几乎把拥有一个庞大中产阶层的“橄榄型”社会结构常识化为社会稳定和发展的必要条件。[xx]然而对一个阶级的身份确认，远非简单到凭收入、教育和消费即可辨识，相比较而言，更具决定性的判断标准在于特定的经济、政治和精神的历史变迁中所形成的特定的阶级意识，它决定着其成员身份认同的内在心理共鸣并唤起身份上的归属感，而这种身份认同又通常外在化表象为共同或相近的消费习惯、生活方式等等。作为文化载体，大众传媒为阶级意识的生长充当富含养分的苗床，在这个想像性场域中逐渐培植出超越地域环境和经济条件差别、分享共同情感体验的共同体意识；作为消费对象，特定阶层的成员在大众传媒文化产品消费上也表现出相近的习惯。在这个意义上，大众传媒构成布迪厄（Bourdieu, P.）意义上表现为特定阶层所特有的趣味象征的“区隔”（distinction），大众传媒的文化实践中包含着作为人际交往基础的身份认同的再生产，人们可以借助大众传媒在社会生活洪流中做出自我定位。

政治（意识形态）工具、经济实体以及身份认同（阶级意识）三者内在相互作用构成大众传媒文化实践结构的历史性过程。如果我们将这个过程赋予一定的法则，那么在推理中前二者体现为动力因，侧重于为整个过程提供推动力，身份认同则表现为包含或表达这个历史性过程目的的文化意义再生产。逻辑地来看，在构成动力因的两大结构体的目标趋向之间应当自觉同步或者一致，然而这个逻辑的毛病首先出在两大结构体各自遵循着的原理本身。意识形态遵循以终极法则验证事实或现象的先验原理，经济活动遵循通过特殊事实或现象推证一般法则的后验原理。两下间隐含着强劲的张力，偏废任何一方都将通过精神产品输出而影响认同意识。道德正当性分析的意义亦因此凸显。

六、“越界”现象的道德正当性剖析

不妨借用一个关系式，即 $I=f(P, E)$ ，来表现大众传媒文化实践结构体之间的关系，其中 I 代表认同意识， P 代表政治意识形态， E 代表经济。我们将通过各自对于认同意识的贡献进而探讨整个大众传媒文化实践的道德正当性。

首先我们假定其他因素不变来考察政治意识形态（ P ）在建构和维护认同意识方面的状况。前文已经提到，意识形态遵循先验原理，通过设定一个社会发展的终极理想并通过这个终极理想去验证或者调整发展的实际道路。马克思把各种有关完美社会的乌托邦规划以辩证唯物主义方法修订为共产主义的终极理想，这个“代替那存在着阶级和阶级对立的资产阶级旧社会的，将是这样一个联合体，在那里，每个人的自由发展是一切人的自由发展的条件”。[xxi]从根本上讲，这个终极理想所表达的伦理关怀，决定了依此为目的的社会实践首先是一种总体性道德实践。我们对这种道德意义并不陌生。中国传统社会思想以“大同”来命名完美的社会理想：“大道之行也，天下为公。选贤与能，讲信修睦，故人不独亲其亲，不独子其子。使老有所终，壮有所用，幼有所长，矜寡孤独废疾者，皆有所养。男有分，女有归。货恶其弃于地也，不必藏于己；力恶其不出于身也，不必为己，是故谋闭而不兴，盗窃乱贼而不作，故外户而不闭，是谓大同。”[xxii]其核心亦在于完美的道德伦理秩序。“大同”理想在整个近现代革命过程中都被革命者作为精神动力和革命合法性论证最有力的精神资源，从康有为（《大同

书》)、孙中山(“三民主义”)及至李大钊、毛泽东(社会主义)都曾主动地诉诸该理想。基于对人类普遍的爱的道德原则,超越存在于中国与西方、传统与现代以及社会改革道路选择之间的迥然差异而达成契合,同归为真正以人为本的契合。切勿忘记包含这种道德的终极理想的先验原理,它赋权于“道德”作为评判社会现象和事实的法官。

那么,对于这一原理的越界将产生怎样的后果呢?中国社会主义改造完成到“文革”结束的历史证明了伴随意识形态泛道德化所引起的社会激进化的后果。在有关如何建设完善的社会主义并最快地向共产主义过渡的问题上,毛泽东强调意识形态的革命性,采取了变革农村生产关系、抓阶级斗争并试图通过无产阶级文化革命,激进而牢固地树立全国人民对社会主义的理想、信仰和追求,甚至将生产力发展也视同为道德问题,认为生产力的发展并不能解决发展社会主义这个问题,因为富裕是孕育引发修正主义和反革命的温床,相反,真正符合社会主义理想的经济建设,也应该通过阶级斗争和教化而实现普遍的认同意识最终达成。换句话说,毛泽东试图以道德实践去界定社会主义,试图通过道德领域的建构而通向社会主义的理想。然而,毛泽东的激进实践以“文革”结束而告终结。这个结局同时也标志着“反现代性的现代化”方式的失败,预示了“摸着石头过河”逻辑的天平倾向以符合“现代性”的方式解决建设社会主义和发展问题。然而,真正的理性不应囿于某种“共识”或者以成败作为盖棺定论。毛泽东的激进实践的意义在理念层面超越事件的历史而延续下来,一方面作为坚持社会主义、追求共产主义理想的意志,另一方面遗赠一笔宝贵的辩证反思的思想遗产。

再来分析经济(E)的贡献。从历史进程来看,改革开放体现为对中国社会主义建设过分强调道德建构的一种反拨。我们已经说过,经济活动遵循通过特殊事实或现象推证一般法则的后验原理,属于对经由意识形态(道德建构)实现认同意识的途径反拨的逻辑层面,恰恰是这种反拨也面临着和意识形态遵循的先验原理一样遭遇到的“越界”问题。前一种越界因泛道德化而导致社会主义建设实践激进化,那么,通过后验原理的反拨是否能够解决“越界”带来的危机呢?在一定意义上,对“彼岸”的期待调整了“发展”的价值分配原则,从道德途径转向经济途径,也就是符合现代性的现代化。汪晖先生将其描述为“作为现代化意识形态的马克思主义”,其主要特征是“经济领域的市场化,它通过中国经济以及社会文化与当代资本主义经济体系的接轨,把中国社会纳入全球性的市场社会”。[xxiii]

这个进程向日常生活普及的任务,在很大程度上由大众传媒完成。市场化以来大众传媒的文化实践结构发生了一场深刻的“后革命”转型,作为市场实践主体的大众传媒彻底告别了泛道德(泛政治)的革命史叙述。市场化所赋予大众传媒的“双重属性”,促使大众传媒显著改变其社会角色:集文化生产者、文化产品本身和产品销售渠道为一身。所以,培育市场化中国的现代性消费文化就成为大众传媒的主动选择。大众传媒通过各种文本,逐渐依靠既定的、被一个意义共同体中的个体所熟知的叙事模式去组织人们的认知框架,叙事成为现实中事件之间关系潜在多样性的主观边界。如霍尔(Hall, S.)所揭示的那样,大众传媒对社会变迁的历史叙述“表现为对普通民众的文化形式、传统和生活方式的争夺”, [xxiv]由叙事所框定的选择就成为人们认可的、“应该”发生的事件。而被各类流行叙事模式所排除的可能性,比如“英雄”并没有得到美女、白雪公主没有复活、下岗工人也无法找回工作和尊严,就成为意识形态机制遮蔽和掩盖的那部分现实。从这个意义上来说,对于叙事工具特定的使用方式,比如说利用叙事来合理化既有的社会秩序,通过叙事使人们“理解”和“认可”,而不是“怀疑”和“恐惧”被模拟的社会关系,就成为现代性意识形态运作的一个部分。此外,在后革命话语中以“科学技术是第一生产力”论断推动的技术(科学)主义通过大众传媒互相强化,塑造了现代性意识形态下新的英雄典范,其主体是市场经济造就的“成功人士”以及“知识英雄”,这类新偶像在象征层面把脱贫致富“悄悄改写为物质即一切,刻意回避阶层、地区、政治、文化等方面的深刻差异,简单地推崇丛林法则”, [xxv]社会实践的伦理原则越来越倾向以功用与实利为准则。有学者将这种状况描述为新意识形态的遮蔽,由“技术主义”和“消费主义”形成的另一种遮蔽。[xxvi]

这种遮蔽背后潜藏着更为复杂的情势。一方面,作为市场经营(文化工业)实体的大众传媒分化为不同的利益群体,资本(包括广告投入)和市场如同政治意识形态一样对大众传媒提出“立场”要求,各种利益群体谋求话语权而加入大众传媒“空间”的争夺。随着利益群体化以及与利益群体结盟,大众传媒的“立场”在文化实践过程中发生了偏转,确切地说是全面“向右转”。另一方面,20世纪90年代末以来,一系列围绕“自由主义”的论争分裂了中国知识界, [xxvii]而且乘着大众传媒“向右转”,自由主义一派知识分子的言说声势蔚然。诸种“自由主义”言说在物质层面提出私有财产神圣不可侵犯和私有化的市场化运行原则,拒绝国家对经济和市场的干预,甚至某些极端自由主义的言论竟然声称贪污腐败等现象是向自由市场竞争迈进的必然成本。在社会阶层结构上以美国、日本的社会阶层结构为现代化典范,强调社会稳定的结构条件是大力培育中产阶级,最终塑造出“橄榄型”社会结构。这些主张同官方意识形态之维护社会稳定和以经济建设为中心的发展诉求这两个维度形成了形式上的接合。然而,这些自由主义宣称之诱人理念的背后蕴含着致命的矛盾,再加上历史感的缺失,因而无

法预见诸多可能的社会态势：如果没有国家调控，中国经济必然面临大规模失业，地区间发展不平衡、贫富分化和脑力体力劳动的差异等都将加剧，已经非常危险的环境问题还将继续恶化，等等。至于将培育中产阶级视为和谐社会建构的必要条件的学者，认为农村人口构成中产阶级成长的主要障碍，甚至将城乡差别归咎于城市化严重滞后于工业化，声称“农村人口不减少，中产阶级或者说中等收入群体的扩大就不可能，和谐社会的建构就难免遥遥无期”，并且声称要通过加快城市化、降低农业在产业结构中的比重之类措施作为扩大中产阶级的基本途径。[xxviii]这类言说根本谈不上人文关怀，甚至毫无遮掩地暴露了其社会学想象力的贫乏。如果将这样的理念付诸实践去培育所谓中产阶级主导的“橄榄型”社会，其结果可能进一步加剧社会分化和不平等，将导致将所谓中产阶级的利益凌驾于农民（工）以及产业工人等贫困弱势阶层利益之上，在资本和市场的盘剥之下，农民（工）以及产业工人之类贫困弱势群体只能积贫积弱。在农民（工）以及产业工人角度，这个过程看起来这更像一场“圈地运动”，对他们而言这条路真正是一条“通往奴役之路”而不是一条通往自由和富裕之路。其实早在20世纪40年代，费孝通先生有关中国工人的调查报告就提到过把农民变成工人并不能轻而易举一蹴而就，而要牵涉到一个复杂的社会转型过程。[xxix]在他晚年的时候，还不断告诫中国工业文明进程的研究者，一定要充分考虑“中国工业化文明发展过程中的复杂性……也就是在中国，前工业文明、工业文明、后工业文明的发展是交叠的和交织在一起的。你要把这里边的复杂性和独特性讲出来，正因为这样的一个复杂性和独特性，所以我们又不能照搬西方的经验，还应该走自己的路”。[xxx]但是，在“向右转”的大众传媒话语实践推动下，费孝通先生的提醒被淹没了，相反，随着自由主义社会理念同官方意识形态之间“形式上的接合”的达成，再经由大众传媒在通俗文化层面的修辞性再现，从而被成功地融入“彼岸”想像之中。以道德正当性视角来看，市场化以来大众传媒所从事的这类“向右转”的文化实践暴露出一种虚伪和可悲的命运，特别是在“虚伪的姿态背后，暴露出的是知识分子主流的合法性危机，是作为‘公意’和公共性的天平的倾覆……很多知识分子的知识和精神已经在事实上，从内部崩溃和破产了”。[xxxi]

尽管有这样的后果，我们的立场不应该被简化为反对市场经济或者否定社会主义建设目标，[xxxii]相反，我们的论证旨在通过市场化以来大众传媒文化实践中的某些状况，揭示在市场经济进程中存在的文化问题，物质层面的繁荣并不能掩盖其背后的诸多危机和文化实践缺乏道德正当性的问题。中国事业的社会主义前提实际上已经对我国的市场经济设定了一个原则：我们在摸索实践克服资本主义、实现共产主义理想的中国道路。综合比较上述文化实践中政治意识形态（P）和经济（E）各自对于建构和维护认同（I）的贡献，我们可以看到，泛道德的激进实践固然在理念和精神上塑造了社会主义理想、信念和认同意识，但道德皈依并没有解决物质层面的困难。相反，市场化在逐渐对社会主义建设的中心理念，即“发展”，世俗化并祛除激进光晕的同时，也将社会主义精神经济化，因而使得某些价值丧失了精神基础或者干脆被转译为经济话语。从社会认同的角度来看，上述双重“越界”的后果都证明了大众传媒文化实践在道德正当性上存在严重缺陷。作为“摸着石头过河”的选择，以经济建设为中心的发展无论在逻辑上还是现实中都担上了“彼岸”的重负。因此，“有中国特色的社会主义”以及社会主义市场经济建设实践在解决经济和发展问题的同时，必须申明市场化实践拥有道德上的正当性。上述“越界”已经证明光靠经济发展或者以经济发展结果为导向的责任伦理，并不能保证其文化实践在社会认同意识建构中获得充分的道德正当性。

作者简介：云国强北京大学新闻与传播学院传播学博士生；吴靖北京大学新闻与传播学院副教授，传播学博士。

注 释：

[i] 在《普通社会学纲要》中，帕累托（Pareto, V.）将现象区分为两个部分：可以归入恒量组合的不变的部分(a)和变化很大或极大的可变的(b)。其中(a)被称为“剩余物”。“剩余物”同人性人的行为中某些共同因素有直接关联，是人的行为和社会运行的共同根源。

[ii] 刘小枫：《这一代人的怕与爱》，生活·读书·新知三联书店，1996年，第128-129页。

[iii] 余英时：《中国近代史上的激进与保守——香港中文大学25周年纪念讲座第四讲》，文载《知识分子立场：激进与保守之间的动荡》，时代文艺出版社，2000年。20世纪90年代初期，众多国内外知识分子围绕激进主义问题在香港中文大学主办的双月刊《二十一世纪》上开展了一场历时数年的争论。争论由普林斯顿教授余英时发起。余英时在一篇名为《待从头，收拾旧山河》的文章中，提出知识分子必须为20世纪中国步步升级的“革命”负责，为使一个边缘人的“新阶级”造成中国历史上最混乱的时代，几乎断送了整个民族的生机而赎罪。争论参与者包括姜义华、萧功秦、林毓生、陈来、严家炎等。

[iv] 尹昌龙：《1985：延伸与转折》，山东教育出版社，1998年，第24页。

[v] 以文艺论争为例，从1979到1989年十年间，众多学者通过大众传媒开展了大量学术交流和学术论争。主题包括：关于马克思主义文艺理论体系与毛泽东文艺思想；关于党对文艺工作的领导和对“二为”方向、“双百”方针的理解；关于文艺与政治；关于文艺的上层建筑性质；关于文艺与生活；关于文学的主体性；关于文艺与人性；关于文艺与人道主义；关于西方现代派与中国文学；关于文艺的社会功能；关于“五四”与建国以来的文艺的评价；关于文艺创作中的理性与非理性；关于文艺的真实性；关于艺术典型与人物塑造；关于创作方法与批评方法；关于物质生产与艺术生产的不平衡；等等。

[vi] 两个数字对比能够说明一些问题：1990年重新登记后的报纸数量为1459家，而一年前的数量是1628家。

[vii] 根据黑格尔的历史哲学，世界历史始于中国。黑格尔的世界历史是关于人类自由理念作用过程的描述，包括三个阶段，第一阶段是自由属于一个人（即统治者），第二阶段是自由属于某些人，第三阶段是自由属于所有人。

[viii] 史蒂文森(Stevenson, R.)在小说《化身博士》中讲了这样一个故事：基克尔(Jekyll)博士为了探索人性的善恶，研究发明了一种药，用药后便化身成为海德(Hyde)先生，基克尔博士把自己所有的恶念全部赋予了海德。基克尔博士行医多年，名声极好，海德则无恶不作。基克尔博士无法摆脱海德，最后选择了自杀。

[ix] 汪晖：《当代中国思想状况与现代性问题》，文载《知识分子立场：自由主义之争与中国知识界的分化》，时代文艺出版社，2000年，第85—86页。

[x] 韦伯：《新教伦理与资本主义精神》，彭强、黄晓京译，陕西师范大学出版社，2002年。

[xi] 韦伯：《学术与政治》，冯克利译，生活·读书·新知三联书店，1998年，第107页。

[xii] 韦伯的理论实际上沟通了政治传统中的两极，即马基雅维利（纯粹强调责任伦理和国家主权至上）和康德（Kant）（以道德为绝对律令和永久和平），但是以社会时间来纵观当代中国政治实践，我们看到的依然是一种“抑—扬”过程。例如，在毛泽东时代，共产主义理想主导的信念伦理在社会动员和各种社会运动乃至处理国际关系中更显著，而改革开放以来，以现代化为目标的责任伦理得到越来越多的强调和发挥。

[xiii] 马克思：《1844年经济学哲学手稿》，中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译，人民出版社，2000年，第51—58页。

[xiv] 这两种属性为经济基础和上层建筑，其功能输出即为作为市场主体的经济实体，以及意识形态机构。

[xv] 变迁是一个历史过程，通过历史反思可获得对变迁的理解。在中国历史著作中，“转折”是一个常见的概念，此概念自身包含着连续性的中断以及新过程的发生的含义，它意味着伴随各种偶然事件、社会关系的变化、权力和资本的重组等事象，意义和知识体系亦因而发生结构转型。借助“转折”（无论概念还是现象），历史被持续地结构化。笔者对大众传媒角色变迁的历史判断就蕴含在这样的结构化过程中。因此，笔者所主张的理解大众传媒社会角色变迁方法的核心规定性（或依据）即在于：大众传媒所据的“空间”和“立场”。所谓“空间”，也就是大众传媒在社会变迁的结构化过程中遭遇并最终所处的位置；相比而言，“立场”体现为某种具有主动性的选择；二者不能割裂、孤立地理解，“空间”是体现为主动性选择意志（即“立场”）的弹性“容器”。

[xvi] 吴靖、云国强：《新闻工作者的自我审查：社会控制的内化？》，文载《中国传媒报告》第三期（总第15期），香港：中国传媒报告杂志社，2005年。

[xvii] 从20世纪90年代末以来，有关部委先后公布施行了一系列旨在规约包括互联网在内的新兴传播媒体的法规和文件。

[xviii] 陆学艺：《当代中国社会阶层研究报告》，社会科学文献出版社，2002年，第8页。这十大阶层是：国家与社会管理者阶层、经理人员阶层、私营企业主阶层、专业技术人员阶层、办事人员阶层、个体工商户阶层、商业服务业员工阶层、产业工人阶层、农业劳动者阶层和城乡无业失业半失业者阶层。

[xix] 出处同上，第54页。

[xx] 周晓虹：《中国中产阶级调查》，社会科学文献出版社，2005年。

[xxi] 马克思、恩格斯：《共产党宣言》，中共中央马克思恩格斯列宁斯大林著作编译局编译，人民出版社，1997年，第50页。

[xxii] 参考文渊阁《四库全书》电子版：《礼记注疏》，卷二十一《礼运》。

[xxiii] 汪晖：《当代中国思想状况与现代性问题》，文载《知识分子立场：自由主义之争与中国知识界的分化》，时代文艺出版社，2000年，第91页。

[xxiv] 霍尔：《解构“大众”笔记》，文载《大众文化研究》，上海三联书店，2001年，第41页。

[xxv] 王晓明：《在新意识形态的笼罩下》，江苏人民出版社，2000年，第18—19页。

[xxvi] 南帆：《后革命的转移》，北京大学出版社，2005年，第95页。

[xxvii] 通常将这种分裂后的局面划分为两大阵营，即“新左派”与“自由主义派”。

[xxviii] 周晓虹：《中国中产阶层调查》，社会科学文献出版社，2005年，第24页。

[xxix] 费孝通：《昆厂劳工书后》，文载《费孝通文集》第一卷，群言出版社，1999年。

[xxx] 费孝通：《费孝通晚年思想录——文化的传统与创造》，岳麓书社，2005年，第67—68页。

[xxxii] 韩毓海：《知识的战术研究：当代社会关键词》，中央编译出版社，2001年，第88页。

[xxxii] 据说马克思在写作于1852年以后手稿中，曾经着力探讨自由市场经济，他认为，自由市场经济是社会发
展必须经历的过程，这些内容还反映出20世纪很多经济学家讨论和涉及的问题，当时的马克思都已经研究和涉及
了。相关内容参见林晓：《未知的马克思与今天的中国——访全国工商联党组书记胡德平》。

The Changing Role of Contemporary Chinese Mass Media and An Analysis of the Ethical Legitimacy of Its Cultural Practice

Yun Guo-qiang Wu Jing

(School of Journalism and Communication, Peking University, Beijing, 100871, China)

Abstract: In the context of contemporary Chinese social transformation, the mass media, besides serving its traditional function as a stable social institution, has expanded into countless areas of social life. These new directions of expansion are constantly working as shaping forces for Chinese modernity. The paper sets its argument in the context of China's socialist history as well as the history of reform. On the one hand, the paper tries a new perspective towards examining the transforming role of mass media, in the effort to pinpoint the "style" of contemporary Chinese social change. On the other hand, the authors hope to examine the basic principles of the "double structure" of the mass media during the reform era, and its acts of transgression. Finally, the article aims to conduct a cultural critique of the mass media from the point of view of the ethical legitimacy of its marketization.

Key Words: Space; Position; Modernization; Discourse; Marketization: Mass Media; Ethical Legitimacy

(纸媒文本见《中国传媒报告》2006年第3期)

[回首页](#)

来源：《中国传媒报告》
阅读：2051 次
日期：2007-04-12

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体：大 中 小 】

上一篇：第三届全国地方网站内容建设与管理研讨会6月份即将召开

下一篇：大陆与港台电影译名的比较

>> 相关文章

没有相关文章。

发表评论



点 评：
用户 名： 密 码： 字数0

- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款