

序言：傳媒的公共性與中國傳媒改革的再起步

潘忠黨

摘要

本文以反思中國大陸的傳媒改革入手，討論三十年改革中遇到的部分理論問題，尤其是構成改革的目前困境的那些問題，由此引申出對傳媒公共性的討論，提出在此理念基礎上，我們要重新確認改革目標，引領改革重新起步；傳播研究也必須成為改革重新起步提供理論和思想資源。本文也試圖以這些觀點構成一個整合專刊的思考框架。

關鍵詞：傳媒改革、傳媒公共性、國家與社會、民主、公共利益

Introduction: The Publicness of the Media and Rejuvenation of China's Media Reforms

PAN Zhongdang

Abstract

Critically appraising China's media reforms, this article discusses several key theoretical issues surfaced in the 30-years of reforms, especially those that constitute the conundrum of the current media reforms. Through this discussion, this article explicates the public nature of the media, arguing that a well-understood publicness of the media must be the basis for setting new goals for the reforms and re-launching the reforms. Media and communication studies in China must offer theoretical resources for the rejuvenation of the reforms. With these ideas, this article also offers a framework to integrate various pieces in the special issue.

Keywords: media reforms, the public nature of the media, state and society, democracy, public interests

本期專刊的稿件，組織、撰寫於汶川大地震之前。作為學者，除以自己的方式，與全中國人民一道，共同賑災、救災外，我們也看到一個內涵豐厚的個案，即以中國傳媒為演繹平台的全民抗災，已成為一個重大的歷史事件，一個政府、傳媒、民眾共同參與民族和國家建設（nation and state building）的熱點時刻。中國傳媒在抗震救災報導中的表現，可以說是傳媒改革三十年成就和局限的一次大檢閱。以此為個案，系統考察中國新聞實踐、新聞再現及其話語構成，以及新聞與公共議題的建構、公共政策的制訂及實施等之間的關係，並進而考察中國傳媒體制、市場機制與公共利益之間的關係、傳媒與國家和社會之間的互動等，應當成為今後研究中國傳媒改革的一個有意義的課題。

這些研究議題，滲透在本期專刊的各個部分。專刊以中國的改革開放三十年的歷史實踐為考察對象，分為三個部分，一是學界專家應邀展開的筆談，二是特邀專稿（三篇），三是經公開徵稿、匿名評審所選擇的研究論文（四篇）。三部分的側重有所不同。專家的筆談，力求言簡意賅，意在比較廣泛地反映學界對傳媒改革三十年一些重要問題的反思；特邀專稿每篇針對傳媒改革的某方面或現象，以經驗考察為基礎，勾勒歷史的軌跡，並展開理論分析；公開徵稿的研究論文各自就改革過程中的某一現象，以理論為指導，展開經驗的研究。綜合起來，我們力圖在有限的篇幅內，使專刊具有思想和學術的結合，歷史和現實分析的結合，理論闡述和經驗考察的結合。

這樣的目標實現了多少，有待同行們來判斷。作為專刊的編輯，我在此對專刊整體的考察對象——傳媒改革三十年——作一概述，並討論這三十年的改革或觸碰、或迴避、或提出的部分理論問題，尤其是體制改革中的困境，傳媒及其話語的公共性，以及傳媒改革研究的思想性和學術性等問題。這些都是大範疇的問題，其中實然和應然的維度相交叉，為求比較清晰的解答，需要長期、系統的研究積累和各種觀點的相互交鋒。我在這裏只能作一簡單的概述，目的是在宏觀的層面，第一串連專刊的各篇論文，第二為今後的傳媒研究勾勒一個提出研究問題的思路。

改革開放與傳媒改革

考察傳媒改革，一個基本的現實和邏輯起點是，新聞和傳播領域的改革，與經濟體制、法制體制和行政治理等的改革，以及與之相伴的中國社會變遷相互交織、相互構成。

首先，1978年12月召開的中共十一屆三中全會對改革開放路線的確定，有此前在傳媒上展開的所謂「實踐是檢驗真理的唯一標準」的大討論作鋪墊。這個路線以及隨之而來的一系列改革措施，也都通過傳媒得到大力宣揚和推廣。因此，傳媒是中國改革的輿論及話語的平台和推行工具。

其次，與其他領域的改革開放幾乎同步的是傳媒管理經營和新聞實踐領域的改革。在經營管理領域，1978年中央政府開始實行「事業單位，企業管理」的原則，賦予了傳媒單位一定的經營自主權；1979年中宣部肯定了傳媒恢復商業廣告的做法，開始了中國廣告業與傳媒經濟的發展；1996年經中宣部同意、國家新聞出版總署批准《廣州日報》組建中國第一家報業集團的試點，開始了經由報業集團化、廣電媒體集團化，再到包括傳媒在內的文化產業化這一演變歷程。在新聞實踐領域，改變新聞語態(如反對假大空)、將新聞宣傳的重心轉向服務於經濟建設、重啟本科和研究生層次的新聞教育等，都起步於1978年前後。自此之後，新聞的「語態」(孫玉勝，2003)和新聞實踐的不斷演變，與其他領域的改革交相呼應，導致了新聞傳媒的實踐話語和新聞傳媒所呈現的話語逐漸向走出全能國家的場域的演變。因此，傳媒的變遷又是中國改革的重要構成部分，其內容和軌跡都與其他領域的改革相契合。

三十年後的今天，中國的傳媒業已經成為一個重要產業，中國經濟發展的一個重鎮。有研究者預測，2008年，中國傳媒產業——包括報刊、圖書、廣播、電視、影像、移動媒體、網絡媒體等多種技術平台及服務——總產值將達5,440億元(崔保國，2008)。業界公佈的統計資料顯示，2006年，全國出版報紙1,938種，廣告經營額達312.6億元；全國有廣播電台267座，電視台296座，廣播電視廣告收入為527億元(孫正一、柳婷婷，2007)。截至2007年底，中國有線民2.1億，

功能變數名稱總數1,193.1萬個，網站150.4萬個；全國有4億手機用戶，12.6%的用戶通過手機上網（中國互聯網絡信息中心，2008）。2007年中國具備運營能力的行業網站達2,300家，總營業收入147億元，從業人數超過19萬人（徐曉巍，2008）。2006中國互聯網用戶個人互聯網消費市場總規模約為2,767.46億元人民幣，網絡廣告（不含搜索引擎在內）、網絡遊戲兩個領域2006年度的市場營收規模分別達到了49.8和59.6億元（中國互聯網協會，2007）。

這些數字描述了產業規模的輪廓。中國傳媒產業的發展，自九十年代中期以來，可說是日新月異，以至於搜集、描述、分析這類資料，並以此顯示傳媒以及文化產業的發展，成為一個熱門的「產業描述和對策分析」行業。¹ 這些圍繞基礎經濟指數而展開的實踐活動，一方面其本身日益成為發展中的傳媒產業的一個構成部分，另一方面，它也在日益以一種被稱為「新自由主義」的意識形態為基本框架，² 建構傳媒研究的話語體系，並以此常識化這種意識形態。其中的一個表現就是，對發展規模和趨勢的分析，預設了源自西方的全球經濟的「統一」或「規範」指標之合理性，並將衡量傳媒發展的政策和既定目標，鎖定在是否快速和有效地發展產業規模這個基點上。

其次，反映產業規模的資料並不能顯示媒介資源佔有的人均水平、媒介資源在群體中的分佈形態、內容製作和流通體制等方面牽涉到的公正、自由、開放等基本原則的問題。缺乏對這些問題及其背後的民主原則的關注，使得以經濟指標為核心標杆的研究缺乏批判性，無法揭示制度、倫理、改革目標等方面存在的問題，也缺乏通過分析改革過程中的各種矛盾和張力而對改革歷程的理解，無力批判改革過程中政治權力與壟斷資本相勾結的體制弊病、市場對媒體公共性的侵蝕、表達自由和輿論監督的蒼白、數碼溝（digital divide）對兩極分化的深化和擴大，等等。

傳媒體制改革中的困境

經濟指標之外，是亟需深入探討的傳媒體制改革目前面臨的困境，即三十年的傳媒改革如何得以展開，今後又何去何從？本期刊載

的文字中，有不少涉及這個困境。這個困境至少有如下幾個方面的構成：

第一，中國的改革是在不變中求變，以變來實現不變。具體而言，就是如陳力丹(本期，頁20-23)所指出的，「黨管媒體」的原則不可觸動，它不僅身處改革範疇之外，而且是確定改革措施的基石；或如趙月枝(本期，頁25)所指出的，中國的「傳媒體制改革實際上是在無意或無法拋棄國家社會主義遺產的前提下有選擇地實施了新自由主義策略」。在這樣嚴格的前設條件下，改革的展開顯示出體制變遷中高度政治化的、臨場發揮式的「路徑依賴」和「有限創新」特徵，呈現出氣候多變、步履蹣跚的表象(潘忠黨，2007)。改革的內核，因此即是守成。那麼，經過三十年，在這前設條件的框框內，還有進一步改革的空間嗎？

第二，中國的改革是執政黨運用其組織力量和意識形態話語主導權(discursive hegemony)以及它所掌握的國家機器所展開的歷史變遷項目，改革的進程是黨的利益、國家利益、市場內生發的集團或階級利益等相互間博弈、協調的政治過程，其結構呈現出國家法團主義(state corporatism)的形態，即在以表述和實現公共利益為名的國家這個公共政策制訂與執行的場域，各利益團體——包括執政黨——相互博弈，達成互依和互益的交換格局(潘忠黨，2007)。更具體來說，國有傳媒成為依賴黨—國政治權威庇護而在市場運作的實體(Lee, He, Huang, 2007)，並由此獲得所謂雙重屬性，受制於不同的邏輯(黃升民等，本期，頁49-70)。那麼，改革究竟是為形成、體現並最大限度地保護公共利益，還是為維護國內外壟斷資本以及與之相依存的政權的利益？

第三，與這些體制及其演變的結構場景相應的是，改革缺乏明確的目標，更準確地說是缺乏將公共利益、公平、公正等民主基本價值準則作為改革的起點，並在此基礎上展開對改革目標的廣泛、開放、容納、自由和理性的討論。不同的改革推進者或實踐者在不同場合或領域，會依據國家社會主義或新自由主義意識形態(趙月枝，本期，頁25-27)開出不同的目標處方，結果是：在傳媒改革中，首先，憲法的權威地位無法確立(陳力丹，本期，頁20-23)，言論自由面臨

困境(吳飛, 本期, 頁29-31), 憲法規定的言論和出版自由無法通過新聞或傳播法得到實行(孫旭培, 本期, 頁27-29; 魏永征, 本期, 頁31-33), 而必須依賴執政黨表述在其「權威文件」中(李良榮, 本期, 頁23-24); 其次, 傳媒無法形成真正以公共利益為基礎的專業主義模式運作(陸曄、潘忠黨, 2002)。因此, 改革要繼續並深入, 如趙月枝(本期, 頁25-27)所提出的, 就必須以「國內和國際傳播的民主化」作為未來方向。

綜上, 作為一個歷史的項目(historical project), 中國的改革開放旨在重建一黨獨政的國家, 傳媒改革是這個項目的構成部分, 也是實現這個項目的核心舉措之一。經過三十年, 若以改革前的集權黨一國(totalitarian party-state)下的「命令型」傳播體制(Lee, 1990)為參照, 那麼, 確實, 社會的場域得到了很大拓展, 傳媒作為公共空間的功能有了很大發揮。本期發表的論文中, 孫瑋(頁71-92)對大眾報紙的研究、雷蔚真和陸亨(頁143-166)對「輿論監督」的探討、郭中實和陸曄(頁167-191)對報告文學演變中知識分子與國家權力之間關係的論述, 都為這樣的總體概括提出了經驗的支持。但是, 同樣具有歷史現實性的概括是, 儘管有「公共利益」作為媒介話語的正當化資源之一, 有公民主體性在媒介話語中的一些表述, 採用國家—社會的視角所看到的社會之成長和公共領域之發端, 都是市場邏輯所不經意催生的成果, 並非是以社會和體制的民主化為基本出發點而設計的改革目標之實現; 林芬和趙鼎新(頁93-119)所顯示的中國傳媒對社會運動的親和傾向, 更只是偶有所現, 雖然這呈現是理解中國改革中傳媒與社會變遷的重要方面, 但它並未改變傳媒仍然是黨的喉舌的體制定位(童兵, 1994)。

也就是說, 三十年的傳媒改革, 釋放了巨大的發展能量, 建設了規模龐大的傳媒產業, 並在相當程度上, 促進了國家—社會這二元結構中社會這一極的成長, 推動了對傳媒作為公共領域的期待以及與之相適應的部分話語實踐。這是歷史的進步, 是市場經濟帶來解放力量的表現。但是, 如李良榮(本期, 頁23-24)指出的, 迄今為止的傳媒改革, 都只是體制改革的「序幕」, 改革尚有待切入正題! 這正題, 就是以公共利益、自主開放、平等公正等為原則而設立改革舉措, 以圖

建立作為民主體制之一部分的傳媒體制。也就是說，傳媒改革必須在三十年積累的基礎上再起步，必須以公眾為傳媒控制的主體、以建立服務於民主政治的傳媒體制(單波，本期，頁33-36)為目標思路和價值引導而重新起步！

如果說，三十年的改革依賴並發揮了市場的解放力量，那麼，步入傳媒改革的正題，就必須超越市場，因為，如批判政治經濟學者所論證的(如：McChesney, 1999)，市場不以這些原則的民主內核為必要條件，也不具備實現這些原則的充分內力。如何形成這個超越？在此過程中需要甚麼性質的國家政權？需要甚麼類型的國家權力？如何建設起有穩定結構和自主力量的社會以制約國家權力？這些是為傳媒改革切入正題必須探討並解決的問題。也就是說，傳媒改革再起步，需要解決這些三十年來一直迴避但又觸及的問題。

傳媒及其話語的公共性

傳媒改革在黨一國主導下以「國家法團主義」模式所展開的利益博弈，其中並非一定包含了公共利益作為參與一方，也並非一定以公共利益的形成和表達作為目標。在缺乏市民社會作為群體利益的醞釀和成形的場所、缺乏公共領域作為利益的表達和商議之平台這一條件下，更有可能的是，「公共利益」的概念成為政治運作的話語資源，被掌握話語權的利益團體用來策略地遮蔽其利益的個別(團體或階級)性，以獲取在利益博弈中的優勢，正當化(legitimize)其個別利益的最大化。

自覺或不自覺地從事這樣的話語運作或者試圖揭示這種話語的遮蔽性，集中體現在對傳媒公共性的討論(如方延明，2006；汪暉、許燕，2004；張金海、李小曼，2007)，以及在傳媒這個平台上出現的有關公共性的話語。改革三十年後，傳媒的公共性之所以得到特別的關注，首先因為它是傳媒改革中的一個核心命題，涉及改革再起步需要探討的一系列理論問題，尤其是前一節所指出的構成傳媒改革困境的那些問題。其次，在現實的場景下，這個命題具有雙重的針對，一是正日益成為現實的危險，即在傳媒產業化過程中，政治權力和資本相沆瀣，攫取傳媒資源以實現其集團或階級利益；二是現實，即黨一國

政治權威自命為公共利益的唯一代表，將「黨一國」等同於「公共」，將傳媒服務於其政治控制等同於傳媒的「社會效益」，以此正當化它對傳媒內容的嚴格控制。

因此，對傳媒公共性的討論，不能停留在「公共性為傳媒的基本或根本屬性」這個抽象的命題上，而是要展開對傳媒體制、實踐和話語的歷史場景獨特的分析。以這樣的路徑，林芬和趙鼎新（本期，頁93-119）論述了中國新聞傳媒與社會運動的關係，顯示傳媒有親和社會運動的傾向，甚至不惜在社會運動所針對的問題上直接與政府衝突，這與西方主流傳媒邊緣化社會運動的傾向不同；雷蔚真和陸亨（本期，頁143-166）分析了新聞中「輿論監督」話語的演變，並顯示，其中傳媒的獨立意識和為民眾代言意識日漸清晰；郭中實和陸擘（本期，頁167-191）勾勒了「報告文學」的事實演繹的歷史軌跡，揭示出其中隱含的從向黨一國表忠、進諫，到在黨一國的政治權力場域內運作，再到以公共利益為基礎而立言這樣一個知識分子與國家之間關係的演變；孫璋（本期，頁71-92）敘述了大眾報紙所實踐的媒介話語中，其主體由讀者到市民再到公民這樣的角色演變，以及包含其中的大眾報紙在國家與社會關係中的定位和職能期許。這些論述顯示，傳媒的公共性，體現於傳媒的話語和話語實踐，以及它們所賴以展開同時又隱含其中的國家與社會的關係，包括這種關係的現實存在和規範期許（normative expectation）。

也就是說，這些論述的背後，是以下的理論認識，即傳媒的公共性，指的是傳媒作為社會公器服務於公共利益的形成與表達的實踐邏輯。簡單地來說，它體現在三個方面，第一，傳媒服務的對象必須是公眾；第二，傳媒作為公眾的平台必須開放，其話語必須公開；第三，傳媒的使用和運作必須公正。用哈貝馬斯的語言，就是傳媒必須按照公共領域的規範要求而展開其實踐。³

然而，使用由這些理論要素所構成的傳媒公共性的概念，如要同時針對來自上述兩個不同方向的危險，防止它成為服務於特殊利益的話語資源，我們就必須排除幾個賦予它遮蔽功能的預設：

首先，公共性不是傳媒的天然屬性，傳媒的國有或私有皆並非是傳媒具有公共性的充分必要條件。也就是說，我們只能通過分析傳媒

的實踐以及規訓其實踐的體制安排，具體地考察傳媒如何作為或並非作為社會公器在運作。傳媒的公共性是在體制場景下傳媒實踐所體現出的邏輯，離開了傳媒的實踐，「黨管媒體」、「國有媒體」、「黨有媒體」等體制原則都與傳媒的公共性之間沒有必然的邏輯關聯，商業傳媒的體制安排也同樣與傳媒的公共性之間沒有必然的邏輯關聯。換句話說，這些原則和體制安排都並非是賦予傳媒公共性的必要和充分條件。

其次，公眾不是自然存在的主體，其主體性只能是具體的歷史動態。這是個交往的動態，由如下相關聯的元素構成：(1) 在自由、開放的場景下個體得以充分地表達其意願或利益，(2) 經此形成利益群體，(3) 並將這利益理性地表達為政治意願。這個自由人之間自由、開放、平等和理性的交往，構成所謂的公共領域。脫離了這個過程，那麼所存在的只是聚眾 (crowd) 或大眾 (mass)，即不具備主體性的群體，而不是公眾 (public) (Blumer, 1948)。因此，在缺乏公眾主體性建設的體制條件下，任何個人、黨派或群體都不具備為公眾代言的正當性 (legitimacy)，任何個人、黨派或群體代表公共利益的宣稱，都只能是毫無現實根據、缺乏正當性基礎的政治操作。

第三，沒有獨立於個體利益而天然存在的公共善 (或公共利益，the common good)，而只有在具體歷史場景下保障個體利益的正當性和自由表達的必要條件，以及在這樣的條件下形成的共用利益之表達及其準則。形成過程是界定公共善的經驗和歷史的基礎。簡單地說，這個形成的過程是自由人及其自主群體之間的理性交往，由此構成公共領域，並在其中形成公眾的意願 (public will)。也就是說，公共善只有在理性交往中才得以界定並維護。因此，首先，任何個人、黨派或群體都不具備單方面界定公共善的正當性；其次，公共善是歷史的，也就是說具體在歷史的時空場景內的，具有暫時性，不可假設任何個人、黨派或群體天然具備永久代表公共善或公共利益的資格。

據此，傳媒的公共性是歷史地構成的，其核心在於在多大程度上，一個體制提供了展開自由、開放、公開、平等、公正和理性的交往之空間和保障，而且在多大程度上，處在其中的傳媒以其實踐，為這種交往之展開扮演了平台和服務的角色。正因為如此，實現趙月枝所指出的傳媒改革之未來目標，只能是整個社會和政治體制民主化

的一部分；吳飛和李良榮所指出的表達自由、公民的「四權」得到法律的規範與保護是傳媒公共性實踐的必要條件；陳力丹所討論的「黨管媒體」問題，癥結在於一黨（或一個利益集團）壟斷了所有媒體或大部分媒體，並由此導致的媒體資源的分配不平等，傳媒資源的使用不公正，傳媒的話語建構不開放。在這樣的現實條件下，其他幾位學者所展現的傳媒公共性的表現，雖然都是現實的存在，但都只能是脆弱的、不確定的、局部的、並非設計使然的（by design）。

傳媒改革再起步中的傳播研究

以上的討論提出了一系列傳播研究需要關注的命題。研究中國的傳媒改革，就是研究中國改革開放的歷程，不僅要以中國的改革開放為歷史場景，而且要以宏觀的社會理論（social theories）和民主理論分析中國的改革開放，並從中獲取理解傳媒改革的理論資源和評判標準。

中國的傳播研究不僅是傳媒改革的一個構成部分，⁴ 而且，它於上世紀的八十年代的引入和展開，曾為傳媒改革起到了解放思想的作用（見李良榮，1995）；九十年代後期開始為學界集中關注的受眾研究、新聞專業主義和傳媒產業化等理念，也為改革的深入提供了理論資源（參見 Zhang, 2000；陸曄、潘忠黨，2002；黃升民、丁俊傑，1997）。中國的改革，雖然一直以「後置的調整、實用的試驗，和活躍的分析性討論」為基本特徵（Watson, 1992: 1），但是，不僅改革的實踐引起了學術研究的勃興，學術研究也為改革經緯的形成鋪墊了理念基礎。傳媒領域的改革也不例外。傳媒改革的再起步，需要傳播研究繼續扮演解放思想、提供理論資源的角色。

但是，在過去的三十年內，傳媒改革中壁壘森嚴的禁區，同樣也束縛了傳播研究；傳媒改革中的市場崇拜和進入全球資本主義體系的急迫，同樣也為傳播研究的知識場域注入了意識形態的制約力量。如果傳媒改革目前正面臨何去何從的困局，那麼，傳播研究對造成這困局的思想原因和走出這困局的理論基礎也缺乏深入、系統的探討。前面提到的以考察經濟指標為核心的傳媒產業和傳媒經營管理研究，雖然重要，但並不具備對其所賴以生存的新自由主義意識形態及其話語

構成的批判性反思，更缺乏面向政治民主主義的理論整合，它攜助改革在既定路線上的行走，而對這路線及其選擇中的非民主和不公正則啞然失聲。前面提到傳媒改革形成的「國家法團主義」的結構形態，其中顯然蘊涵了具體的理論探索之需要，即不僅要考察一黨獨政的國家，探索其結構、性質、特徵、職能、策略與邏輯等，而且要考察該結構形態中利益的代表及其正當性，以及利益博弈與調試的規則等。但是，對這些問題的探討，在傳播研究領域至今仍然很欠缺。前面提到傳媒公共性作為形成改革未來目標的核心理念，它統領了一系列的理論問題，包括公眾如何形成、公共利益如何可能、公共領域如何發生並發揮作用等。但是，這些問題在傳播研究領域只是有所提及，要說系統研究，尤其是置於具體歷史場景下的經驗研究，至今仍然乏善可陳。趙月枝提出的「國內和國際傳播的民主化」這個未來目標，顯然要求對民族國家與傳媒之間關係的理論探討，對國內和國際傳播民主化之間關係的理論考察，對傳媒與民族認同、民族主義話語建構之間關係的理論分析，而這些，至今在傳播研究領域仍然有待充分展開。

本期特刊所刊載的特約專稿和研究論文，都在不同程度上，對這些宏觀理論有所關涉，但仍然是很局限的。從議題的構成來看，關注窄義的傳媒改革之「核心地帶」比較多。這個核心地帶指的是受政策制定者和改革受益群體特別關注的領域，比如產業經營體制、新聞話語、生存於都市的大眾報紙。郭建斌(本期，頁193-217)對邊陲地區少數民族人民在日常生活中如何使用傳媒以及國家政治權力如何滲透其中之考察，代表了非常珍貴的一個不同的視角、不同的路徑，它折射出改革中傳媒資源分配的不公正、國家政治權力並非天然代表弱勢群體利益的這個規範領域的問題。林芬和趙鼎新(本期，頁93-119)對官辦傳媒與社會運動關係的考察，概括了改革作為解構(或去霸權化)核心價值體系的歷史過程，顯示在此條件下，傳媒的實踐獲得了相對獨立於權力核心之意願的取向，並可能與後者相對抗。這項研究，也包含了一個提出其他研究議題的指向，即從社會運動組織的視角、或弱勢群體的視角、或他們使用或可能使用另類傳媒(alternative media)的視角，考察傳媒與社會運動的互動，包括另類傳媒與官辦傳媒的互

動，以互聯網為核心的新傳媒技術所扮演的角色，以及社會運動與現存國家—社會關係結構之間的互動，並將傳媒資源的分配與使用之公正這一應然原則貫穿於經驗考察之中。專刊對於傳媒——包括新傳媒技術——如何構成了日常生活形態的演變、社會結構的話語建構、文化資源的開掘及流通、民族共同體及其話語表現等，都缺乏反映。也就是說，專刊反映的還是基本局限於「傳媒中心」視角下的傳播研究。要理解傳媒改革作為中國改革開放的構成部分，並將之置於後者的場景下考察，我們還需要「體制、社會與文化中心」視角下的傳播研究。

從社會理論的採用來看，國家—社會顯然是各篇論文的主導理論視角。這一宏觀理論的單一，反映的並非一定是學者們的局限，而是目前學界的一個共識，即無論是否設計使然，迄今為止的改革都在重構國家與社會的關係，因此，解釋和理解中國的改革，國家—社會的框架成為一個無法迴避的基本思維路徑。但是，相比較於其他社會科學和人文學科，傳播學界對關於國家的理論還缺乏探討和運用，對關於社會的理論也缺乏探討和運用。國家和社會往往被用作既定的理論類別，以由這二極所構成的理論框架作為預定的思維起點，而非將之作為理論的場域和資源，針對國家或社會或二者之關係提出問題；更為薄弱的是以民主理論，同時在應然和實然這兩個維度的交叉地帶提出問題、展開系統的研究。也就是說，傳播研究尚缺乏對社會和民主理論的有機運用，更不用說豐富或發展這樣的理論。舉例而言，迄今為之，學界對於傳媒實踐、體制對實踐的規訓及構成如何生成公共領域這樣的歷史現實尚缺乏系統的研究，多仍停留在或批判「公共領域」的理念如何「不合中國國情」、或批判「公共領域」在市場經濟下如何遭受侵蝕。無論採取兩者中那種立足點，「公共領域」都被當作了既定的「對象」，而非構成中的歷史現象；「公共領域」都被視為現成的理論教條，而非分析現實問題的理論視角和資源。

簡言之，傳媒改革正面臨何去何從的拐點。上述的理論與現實問題，亟需傳播研究的學術共同體對之展開系統的經驗考察，理論地分析改革的困境、成因、後果和未來走向，並促進以建設民主體制和社會為目標的傳媒改革。因此，傳播研究也同樣位處一個何去何從的拐點：是停留在目前的狀態，還是朝經驗的、多元的、批判的和理論豐

厚的方向發展？是止步於描述傳媒改革及其成就或隨感式地批判其中的具體問題，還是登高望遠，運用並闡發社會和民主理論，為傳媒改革的再起步開拓思想解放的空間、提供理論的資源？是繼續許紀霖等(2007)所概括的知識分子的「創造性遵從主義」習慣，將學術話語臣服於政治權力、產業發展、或西方時髦理論的強勢之下，還是建構學界共同體的主體性、提升傳播研究場域的自主性，使傳播研究成為改革中公共領域建構的一部分？本期刊載的各篇論文，也包含了對這個問題的回答。

參考文獻

- 方延明(2006)。〈傳媒公共性問題研究三題〉。《揚州大學學報》，第6期。上網日期：2008年4月4日，取自 <http://www.66wen.com/05wx/xinwen/xinwen/20060905/37315.html>。
- 中國互聯網協會(2007)。《2007中國互聯網調查報告》。上網日期：2008年4月4日，取自<http://www.isc.org.cn/20020417/ca394211.htm>。
- 中國互聯網絡信息中心(2008)。《中國互聯網絡發展狀況統計報告》。上網日期：2008年4月4日，取自<http://www.cnnic.net.cn/index/0E/00/11/index.htm>。
- 李良榮(1995)。〈新聞改革十五年來的回顧與展望〉。《新聞大學》，春季號，頁3-8。
- 汪暉、許燕(2004)。〈「去政治化的政治」與大眾傳媒的公共性——汪暉教授訪談〉。上網日期：2008年5月30日，取自 <http://www.chinese-thought.org/ddpl/002929.htm/>。
- 胡鞍鋼、張曉群(2004)。〈中國：一個迅速崛起的傳媒大國——傳媒實力實證分析與國際比較〉。上網日期：2008年5月30日，取自 <http://academic.mediachina.net/article.php?id=1717>。
- 孫玉勝(2003)。《十年：從改變電視的語態開始》。北京：生活·讀書·新知三聯書店。
- 孫正一、柳婷婷(2007)。〈2007：中國新聞業回望(上)〉。《新聞記者》，12月號。上網日期：2008年4月4日，取自<http://xwjz.eastday.com/eastday/xwjz/node235174/node235175/u1a3258631.html>。
- 張金海、李小曼(2007)。〈傳媒公共性與公共性傳媒：兼論傳媒結構的合理建構〉。《武漢大學學報(人文科學版)》，第60卷，第6期，頁863-867。

- 許紀霖、羅崗等(2007)。《啟蒙的自我瓦解》。長春：吉林出版集團有限責任公司。
- 崔保國(主編)(2008)。《2008傳媒藍皮書》。北京：中國社會科學文獻出版社。
- 陸曄、潘忠黨(2002)。〈成名的想像：中國社會轉型過程中新聞從業者的專業主義話語建構〉，《新聞學研究》，第71期，頁17-59。
- 徐曉巍(2008)。《2007年行業網站收入147億元》。上網日期：2008年4月4日，取自<http://www.isc.org.cn/ShowArticle.php?id=9179>。
- 黃升民、丁俊傑(主編)(1997)。《媒介經營與產業化研究》。北京：北京廣播學院出版社。
- 童兵(1994)。《主體與喉舌：共和國新聞與傳播軌跡審視》。鄭州：河南人民出版社。
- 潘忠黨(2007)。〈有限創新與媒介變遷：改革中的中國新聞業〉，《文化研究》，第7期，頁7-25。
- Blumer, H. (1948). Public opinion and public opinion polling. *American Sociological Review*, 13, 542-554.
- Lee, C. C. (1990). Mass media: Of China and about China. In C. C. Lee (Ed.), *Voices of China: The interplay of politics and journalism* (pp. 3-32). New York: The Guilford Press.
- Lee, C. C., He, Z., & Huang, Y. (2007). Party-market corporatism, clientelism, and media in Shanghai. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12, 21-42.
- McChesney, R. (1999). *Rich media, poor democracy*. New York: The New Press.
- Watson, A. (1992). Introduction. In A. Watson (Ed.), *Economic reform and social change in China* (pp. 1-16). London: Routledge.
- Zhang, Y. (2000). From masses to audience: Changing media ideologies and practices in reform China. *Journalism Studies*, 1, 617-635.

註釋

1. 突出的例證有：社會科學文獻出版社近年來連續出版的包括傳媒藍皮書等在內的皮書系列，各傳媒與文化產業資料彙集、分析和發佈的公司和網站，胡鞍鋼、張曉群(2004)對作為國家實力之一部分的「傳媒實力」的研究。
2. 「新自由主義」(neo-liberalism)在西方的語境下，指的是一個經濟理論傾向，體現在以擴大市場的自主、私有化國營行業、減小政府干預(包括減少政府或法律規範、降低稅率、縮減福利)和擴大自由貿易等構成的經濟

政策體系。用這個標籤來概括中國改革政策所體現的意識形態是否具有充分的歷史有效性和充實的學術支撐，仍然需要再討論(參見許紀霖、羅崗等，2007：36-40、272-273)。我在這裏僅用此指代由崇尚自然化的市場、獨尊工具理性、忽視公共利益、忽視國家權力的民主建設、削弱政府的公共職能等構成的理論傾向。

3. 以下這些觀點，其理論資源來自哈貝馬斯關於公共領域和交往行動的論述，以及近些年在哈貝馬斯等人的思想影響下興起的有關「商議民主」(deliberative democracy，又譯「協商民主」或「合議民主」)的論述。這方面的論著很多，在此不一一引用。「商議民主」也是個不同觀點相爭議的議題和研究領域，在此，需要指出的是，我在此並不接受「純粹程式論」和「共識論」的觀點，同時也認為，多元主義者提出的保護弱勢群體、尊重少數人的意見、容納多元的表達習慣和文化等，都是「商議民主」框架內可以而且應當討論的議題。
4. 雖然國內學界通常用「新聞與傳播研究」，以示區分這兩個學科，但是，我在這裏只用傳播研究來指代這兩項。這其中有學理原因，但限於篇幅，不在此討論。

鳴謝

專刊的編輯，得到了多位同行專家的支持。

以下幾位應邀作為編輯委員會成員，與我一道設計專刊的欄目和選擇評審專家，並對專刊的各個方面為我提出了忠言與建議：陳韜文、黃旦、陸曄、吳飛。

以下專家應邀評審研究論文，對形成專刊、幫助作者修改論文，起到了指點和提攜的作用：陳懷林、陳韜文、陳衛星、丁未、高丙中、郭中實、胡正榮、黃煜、李艷紅、呂新雨、陸曄、孟建、孫五三、王旭、魏永征、吳靖、吳予敏、尹鴻、展江。