
國家、市場與社會：從全球視野和批判 角度審視中國傳播與權力的關係

趙月枝

摘要

本文圍繞權力這一傳播研究的核心問題，梳理當代中國傳播研究所面對的美國實證研究和傳統馬克思主義雙重理論遺產，並檢視研究中的理論假設、前提性概念和二元對立關係。本文認為，分析全球化語境中的中國傳播與權力關係需要構建一個綜合的理論框架。除了全球視角和歷史意識之外，這還涉及以下方面的突破：第一，避免媒體中心論和傳播本質化，避免把一些重要的分析範疇臉譜化、去歷史化和庸俗化。第二，超越「市場對國家」、「國家對社會」等簡單二元邏輯，把國家與市場之間、國家與各種社會力量之間、市場與不同社會階層之間在傳播領域的複雜構建和動態鏈接關係作為分析的重心。第三，克服有關「公共領域」理論中的理性主義和認知主義偏向，在認識論和方法論層面同時從傳播政治經濟學和文化研究中汲取學術資源。第四，在價值層面，超越對「國家專制」和「資本主義剝削」的條件反射式的人文主義負面批評，分析國家與市場的不同賦權和社會壓制本質及相關表現形式，並考量它們在特定的社會結構中在滿足不同社會成員的文化傳播需求方面的具體功效。

關鍵詞：市場、國家、社會、權力、階級、公共領域

趙月枝，加拿大西蒙弗雷澤大學 (Simon Fraser University) 傳播學院副教授、加拿大國家研究教授，全球媒介監測與分析實驗室主任、*Global Media and Communication* 學刊主編之一。最新著作包括 *Democratizing Global Media? One World, Many Struggles* (合編，2005)；*Global Communication: Toward a Transcultural Political Economy* (合編，forthcoming) 及 *Communication in China: Market Reforms and Social Contestation* (forthcoming)。電郵：yzhao@sfu.ca

State, Market, and Society: Examining Communication and Power in China from a Critical Perspective

Yuezhi ZHAO

Abstract

Centering on the issue of power, a core research problematic, this article critically assesses the dual intellectual legacies of American empirical research and traditional Marxism in Chinese communication research and aims to develop an integrative theoretical framework in this field in a global context. Specifically, the article calls forth the following breakthroughs toward the development of this framework. First, avoid media centrism and communication essentialism by grasping the mutually embedded nature of state, market and society in the constitution of communication institutions and processes; Second, transcend simplistic dichotomies such as those between the “state” and the “market” and the “state” and “society” by analyzing the concrete articulations of power relationships among different social forces in Chinese communication; Third, overcome the rationalistic and cognitivist biases in much of the debate on the “public sphere” by drawing insights from both the political economy and cultural studies perspectives in Western critical communication research; and finally, reject any humanistic knee-jerk reaction against “tyrannical” states and “exploitative” capitalists by examining the specific patterns of communicative inclusion and exclusion enabled by the intersecting logics of the state and the market and by foregrounding the lived experiences and communicative needs of historically-located human subjects in an increasingly stratified Chinese society.

Keywords: state, market, society, power, class

如果說社會文化發展形式和不同社會力量之間的傳播關係是傳播研究的主旨，那麼，社會權力關係就是傳播研究不可避免的核心問題。而要把握這個問題，就有必要梳理當代中國傳播研究面對的雙重理論遺產：美國實證研究和傳統馬克思主義。

20世紀80年代初，隨著中國的對外開放，美國主流傳播理論被引入中國。「傳者」、「受者」、「信息」、「渠道」、「反饋」這些概念使厭惡了「工具論」和「階級鬥爭」話語的中國學者耳目一新。可以說，美國主流傳播理論在中國之所以有吸引力，部分是因為權力概念在該理論表述中的缺席及其「媒體中心論」(Downing, 1996: xiii)和「傳播本質主義」(Mosco, 1996)傾向。作為一門「冷戰社會科學」(Schiller, 1996: 104)，美國實證傳播研究以「自由多元主義」(liberal-pluralist)意識形態「共識」為前提和假定來建構「宏大理論」和「抽象實證主義」(Mills, 1959；另見Gitlin, 1978；Hall, 1982)。它不但有很強的科學主義色彩，而且往往在分析傳播現象與過程中忽視權力問題和淡化社會歷史背景(McChesney, 2000)。而這在某種程度上正好符合「文革」後的中國學者希望糾正學術研究過於政治化的趨勢，迎合了他們希望建立學術相對獨立性的要求。

出於不同的理論與歷史淵源，傳統馬克思主義中僵化的「經濟基礎」與「上層建築」理論框架以及相關的「工具論」則把權力概念單面化和庸俗化。更重要的是，在突出「經濟」與「國家」的同時，這一傳統很少給處於二者之間的「社會」留以餘地。這一理論付諸實踐的一個嚴重後果，就是國家社會主義體制對社會活力的壓制(Burawoy, 2003)。在學術領域，這一傳統的表徵之一，就是新聞傳播理論對「工具論」的單方面強調和對社會傳播以及媒體與社會的互動關係的忽略。然而，社會的彈性與活力正是資本主義得以長久維持並不斷超越自己的一個關鍵因素。與此相反，對社會的壓制和社會的脆弱正是導致蘇聯與東歐社會主義崩潰的一個致命弱點(Burawoy, 2003)。

與以上兩個傳統相反，在西方馬克思主義理論框架下發展起來的批判傳播研究不但一直注重權力問題，而且將它置於廣闊的政治經濟和社會文化發展歷程中來審視。最顯著的是，這一傳統一開始就將傳播研究理所當然地視為一種跨學科的綜合性學術行為，呼籲傳播理論與社會理論的結合。比如，早在1978年，英國傳播政治經濟學家戈爾丁(Peter

Golding) 和默多克 (Graham Murdoch) 就呼籲傳播學者致力於發展一個整體性的理論框架，要求它「不但能夠將大眾傳播過程的諸多層面彼此相互關聯起來，而且將它們和社會結構與社會過程的核心層面關聯起來」(1978: 353)。

今天，傳播在社會政治經濟和文化中的地位更為突出。從事傳播研究意味著「就社會文化發展本身的形式與決定因素來立論」(D. Schiller, 1996)。因此，戈爾丁和默多克的呼籲顯得更有現實意義了。正如這兩位學者所指出，這樣的理論框架要關注如下三個問題。第一，關注傳播系統控制權的不平等分配和更大背景下的財富與權力分配的不平等模式之間的關係，特別是「大眾傳媒和社會分層的軸心——階級結構」的關係 (Golding & Murdock, 1978: 353)。第二，關注現有社會結構和社會不平等是如何被呈現為自然和不可避免並進而被合法化的過程。第三，彰顯抗爭。正如這兩位學者所言：「收編和合法化的過程並非總是一帆風順。相反地，溝壑與矛盾存在於預想與現實、承諾與兌現之間。在這些裂口和縫隙中，流動著批評的洪流和抗爭運動」(1978: 353)。

以上文所提及的「權力」和「社會」範疇以及戈爾丁和默多克有關構建整體性理論框架的三個出發點為切入點，本文旨在討論中國傳播研究中一些不可避免的理论假設、前提性概念和二元對立關係，這包括國家、市場、自由民主、公共領域、階級、意識形態等，從而加深對傳播作為重要的社會控制與抗爭場域的認識。同時，本文通過對中國傳播中一些具體問題的闡述，力圖確立中國傳播研究的世界歷史和當代國內外社會權力關係坐標。本文的目的是，在增進不同理論框架間的對話和學術多元化的同時，促進傳播學者對傳播理論與方法及其社會性和規範性的反思，並在此過程中深化對傳播作為權力的核心矢量和重要社會抗爭場域在中國社會轉型中的角色的認識，為全球化語境下的中國傳播理論建設拋磚引玉。

國家、市場、社會體驗和中國的 社會主義意識形態遺產

想界十分激烈。¹ 在中國社會轉型的問題上，流行的「自由主義」的「宏大敘事」認為：大眾啟蒙和抵抗政治威權是首要的任務，市場是自由和解放的源泉，自由民主是最好的制度選擇。而中國的問題是，「真正」的市場邏輯被國家權力歪曲了——用學者朱學勤(1998)的話，就是權力這隻「看得見的腳」踩住了市場這隻「看不見的手」。部分由於新聞傳播學術領域的政治敏感性，這一「宏大敘事」在國內新聞傳播研究中的演繹受到了限制。面對思想界的爭論，傳播學領域可謂「波瀾不驚」。但是，如我在別處已闡明，自由主義意識形態不但對海外中國傳播研究影響深遠，而且或明或暗影響著國內學者有關媒體的市場化、全球化與民主化的認識(Zhao, 1998; 趙月枝, 2005)。在今天，國內大學課堂裏新聞傳播學的研究生中有不少人熟知作為自由主義新聞理論和冷戰思維經典文獻的《報刊的四種理論》(Siebert, Peterson, & Schramm, 1956)，卻從未聽說過英國馬克思主義傳播理論家、著名文化研究學者威廉斯(Raymond Williams, 1969)提出的傳播的威權制、家長制、商業主義和民主制四種模式。的確，自由主義宏大敘事不但吸引人，而且其普世的解放性宣稱更易被肯定(李金銓, 2004)。

跟所有的迷思一樣，以上自由主義「宏大敘事」和「腳」與「手」的比喻包涵著部分歷史和現實的真實性。在中國新聞傳播領域，政治控制不但沒有被放寬，反而被強化這一事實也更增強了這一話語的政治挑戰性和現實意義。但是，作為一種社會理論，流行的自由主義意識形態不僅隱含了簡單的線性歷史邏輯和機械二元對立的框架性錯誤，而且隱含了企望把西方資本主義發展史的迷思內化為後發國家現實的歷史性誤解。這一理論框架可能限制我們對當代中國社會轉型過程中權力運作的複雜性和自由與解放的社會歷史性的理解。

在自由主義的消極自由話語裏，國家往往與權力的負面，也即其壓制性相關，而市場使人聯想到解放。然而，一個民主的國家是民眾改變社會和建立公正的社會秩序的主要途徑(Curran, 2002; Garnham, 1997)。同時，作為權力的不同矢量，市場與國家相互構建，它們彼此並不隔膜和相互排斥。一方面，國家可以通過引入市場關係重構自己；作為同一枚硬幣的另一面，市場不可能脫離國家權力孤立存在，它是政府和政治的產物(Beeson & Robison, 2000)。雖然這不符合市場烏托邦主義關於

「自我調節」的市場的迷思，但是，這卻是制度政治經濟學的常識，也是市場經濟在世界範圍內發展與確立的歷史事實。

作為權力的不同矢量，國家和市場力量都有既能限制也能賦於社會表達的雙重功效 (Curran, 2002)。這兩個力量有其對抗的可能，也有其相互迭加從而形成合力的可能。比如，國家為了維護官僚集團的自身利益或者迎合國內外資本利益和促進出口，可能會限制下層勞工和農民的話語權力，以保持「社會穩定」或者是降低工資、提高本國產品在國際市場上的競爭力。與此同時，在商業邏輯的驅動下，傳媒可能因下層勞工與農民這兩個社會階層不是廣告商的目標受眾而忽略他們的話語表達和社會傳播需求。這樣一來，媒體的政治控制就可能與媒體的「市場邏輯」形成結構上的合力，同時壓制這兩個社會群體的話語權力。同樣，政治控制和集團化經營這樣的經濟模式也可以在權力的集中方面相得益彰 (Zhao, 2000; Lee, He, Huang, 2006)。傳播研究需要進行具體分析的是，在特定政治經濟條件下國家和市場的相互構建情況以及最終形成的傳播體系在甚麼情形下，如何賦予或者限制不同社會力量的傳播權力，並對社會的權力結構和社會文化發展模式產生何種影響。

同時，理解不同社會歷史主體在特定社會形態中對解放性或壓迫性權力的不同體驗十分重要。在中國官方語境裏，上半個世紀為民族獨立和鏟除社會極端不平所進行的社會革命被稱為「解放」。1949年成了「解放前」和「解放後」的分界線。雖然革命是血腥的，而且在「革命」名義下往往出現踐踏人性的暴力與壓迫，但是，我們不必否定「革命」在一些特定社會群體所引發的解放性體驗來理解改革時代「二次革命」給另一些社會群體所帶來的新的自由與解放。同樣，我們不能忽視，正是一些「強有力的社會和政治限制」，使改革時代新的自由與解放成為可能。更重要的是，這些限制與壓制可能隨著市場邏輯的不平衡發展和社會衝突的加劇而強化 (Madsen, 2000)。例如，對邊緣化群體日趨強化的監控，為了防範罪犯而不斷強化的保安系統，正是這樣一些日益強化的壓制性機制。當然，市場與國家壓制與社會排斥的形式與強度有別 (Schudson, 2000)，而對一種壓制力量的批評也並不自然意味著對另一種壓制力量的容忍。批評改革不一定為極權「招魂」；指出市場邏輯的局限性不一定認同國家輿論控制。

最為關鍵的是，自由和壓制體驗的歷史性和社會性意味著我們不能抽象地談論這些問題。正如伊戈爾頓 (Eagleton, 1991: 15) 所言，「成功的意識形態必須不只是自上而下強加的幻想。不管它有多少不協調的成分，這種意識形態必須有使認識主體獲得一個足夠真實的、可認知的、以至於他們不會簡單地將其摒棄的社會現實圖景」。中國革命和社會主義意識形態遺產對一部分激進知識分子和下層民眾的吸引力恰恰在於這種意識形態的部分歷史真實性和他們對社會現實的認知與對自由與解放的具體的、社會的和歷史的體驗。儘管一些右翼知識分子對下層民眾中對計劃經濟時代的懷戀情緒不以為然，甚至把它當作「極權主義情結」來嘲諷、奚落、進而妖魔化，從而使自己的話語體系在社會話語霸權的爭鬥中佔上風，但是這些意識形態努力並不能淹沒和壓制改革中出現的「弱勢群體」對於社會正義的追求和對基本社會保障的渴望。正因為他們發現在改革過程中被相對褫奪，他們才意識到，被拋棄的社會主義理想在他們爭取社會正義的過程中具有新的意義。那種要麼盲從市場烏托邦主義、要麼就是為「極權」招魂的二元邏輯其實是在自由多元名義下通過污名化對立觀點來建立新的意識形態霸權的一種話語策略。

歷史的必然和現實的政權合法性使中國共產黨領導層中的主導勢力在推進市場改革的過程中無法徹底放棄其反資和反帝的立國根基與社會主義意識形態遺產。因此，中國的政治文化出現了奇特的悖論現象：一方面，執政黨的權力，包括其用強制性國家力量推進和建立市場關係的權力，實實在在；另一方面，「共產主義的幽靈」，具體體現在來自左翼知識分子和下層民眾的對官商結合的批評和對社會正義的呼聲，在中國大地上游蕩。隨著中國市場改革的深化和與全球資本主義體系的進一步融合，由此帶來的國內外政治、經濟、社會、文化和生態矛盾不但強化了重新認識中國這一革命後國家無法迴避、揮之不去的社會主義意識形態遺產的必要性和現實性，而且增強了這一意識形態遺產的合法性與吸引力，從而使共產黨的社會主義意識形態宣稱有了新的社會基礎和政治含義 (趙月枝, 2006a)。

在這樣的歷史條件下，傳播學者面臨著不同學術立場與取向的選擇。在諸多可能性中，有一種可能是，繼續自由主義「宏大理論」在中國傳播研究領域的演繹，一邊抨擊威權主義和民族主義的傳播，一邊在「中

產階級」中尋求民主化傳播主體和理想化的「公共領域」。另一種可能是，超越簡單化和臉譜化的理論範疇來研究解放與壓制體驗的社會分佈與相關媒體呈現、關注和解釋民眾複雜的社會利益和意識形態訴求及其與官方意識形態的鏈接與互動關係。在這方面，中國的傳播學者不但落伍於社會學者，而且好像把應屬於自己的研究領域讓位於同時代的作家和記者群體了。例如，90年代，中國傳播學者很少研究社會意識形態問題，而王山的《第三隻眼睛看中國》(1996)，凌志軍、馬立誠的《交鋒》(1998)、《呼喊》(1999)等書卻展示了中國意識形態論爭和改革政治的複雜歷史圖景。

市場自由主義模式和方法論民族主義

在國外傳播研究中，有關媒體與民主的討論至少有市場自由主義、公共領域自由主義和激進民主等三種理論模式(趙月枝、哈克特，2004)。然而，將市場自由主義模式理想化和去歷史化、把它等同於民主，並構建它與「宣傳型政府」或威權主義二元對立仍是中國傳播研究不可忽視的理論定勢。《報刊的四種理論》(Siebert et al., 1956)所構建的冷戰思維遺產在中外傳播學術界的影響、80年代後西方新自由主義意識形態²在中國的演繹，包括哈維(Harvey, 2005)所指的「中國特色的新自由主義」(Neoliberalism with Chinese characteristics)在經濟與社會領域的推行和在媒體與思想界的影響(Harvey, 2005; H. Wang, 2003; Ong, 2006; Robison, 2006; Zhao, 2002, 2003, in press)，對中國現行新聞管理體制的逆反心理在傳播研究中的理論折射，都使這一定勢根深蒂固。林奇(Lynch, 1999a: 4)的如下論述是一個典型的例證：

本質上「反對」宣傳型政府的模式是民主模式。在民主模式裏，自治的公民社會中的個人和群體，在一個結構完好和制度化的公共領域裏，自由地產製和傳播信息。而政府的角色只不過是確保遊戲規則被執行了，這些規則主要是針對誹謗、詆毀、煽動、叛變而設的。有時，自由政府也會傳播「公共服務信息」，但它們不會像宣傳型政府那樣強制性主導公共領域。在自由主義系統中，公共領域理論上

國家、市場與社會：從全球視野和批判角度審視中國傳播與權力的關係

是屬於社會全體成員所有，而且社會成員們只承認政府擁有維持公共領域正常運行及其公正性所必須具有的權力。

這裏，哈貝馬斯的歷史性概念「資產階級公共領域」被當作了普遍的現實性前提。不但「資產階級」這一修飾定語被隱去（這可否被認為是建立學術話語霸權的一種策略？），而且哈貝馬斯有關「資產階級公共領域」如何因現代商業大眾媒體的勃興，公司資本主義的出現和現代國家強有力的官僚機構的干預而產生了「結構轉型」的分析，更不必談西方理論界對哈貝馬斯理論的批評與揚棄（如：Calhoun, 1992; Schlesinger, 1999, 2001），一概被忽略了。

更重要的是，我們有必要從全球政治經濟和世界歷史視野中來把握現存市場自由主義模式。西方傳播制度是現實世界最自由多元的制度。但是，從世界體系的角度來分析，這豈不是也意味著接受從歐洲殖民主義在美洲大陸對原住民的種族滅絕到目前正在反恐名義下進行的血腥侵略這整個歷史包袱？更具體地說，今天沃爾瑪之所以能向美國消費者出售廉價的「中國製造」商品，從而使美國生活方式，包括其民主政治框架和現有的新聞自由得以繼續，這與中國勞工的低工資制度沒有任何關聯嗎？而又是甚麼樣的政治經濟和意識形態體制使得中國勞工的低工資狀況成為社會現實的？在中國勞工工資的增加會導致美國通貨膨脹和中國成了美國聯邦債券持有者的今天，全球視野在社會研究中的重要性怎麼強調都不過分。

由於自由主義意識形態影響深遠，資本主義自由民主不僅被當作普遍政治理想來追求，而且被當作普遍理論和規範性框架來套用。然而，存在於發達資本主義民族國家內部的「公共領域」和自由民主制度有其特定的世界歷史條件和演變路徑。比如，西歐歷史上的「公共領域」中的「自由個體」首先是第一世界的白種有產男性，他的主體性是與殖民主義和後殖民國際政治經濟密不可分的。這一論點跟有關「亞洲價值」和「亞洲文化」如何不相容於自由民主的本質主義和文化相對主義不同。它強調的是，在民族國家框架內有關自由民主模式的討論必須與對國際政治經濟背景下的殖民和後殖民結構以及傳播在其中所扮演的角色的批評結合起來。

李金銓 (2004) 曾教悔中國傳播學者不要濫用「全稱命題」而混淆自由主義、權威主義與極權主義傳媒的界限，盲目地把西方學者在西方語境下對西方媒體制度不夠民主或「去民主」(Curran & Leys, 2000) 的批判照搬到中國。這點的確很重要。事實上，我在 *Media, Market, and Democracy in China* (Zhao, 1998: 181–182) 一書中就明確論及：

在西方，自由派和批判學者……批評廣告的限制和商業媒體制度作為民主論壇的充分性……在中國，媒體不僅在黨的嚴格監督下，而且被更露骨、更成問題的商業主義形式所困擾。所以，媒體改革者們把建立「真正」的市場邏輯當作目標就不足為奇了……市場交換提高社會生產力、靈活性和效率。同理，「受市場影響的媒體能在意見的生產和流通中對教會或國家壟斷起到重要的制衡作用」……因此，把市場機制引入中國經濟有其進步方面……。商業化導致中國媒體的繁榮，使媒體體系的某些部分更能回應受眾的要求，也使媒體工作者的精英主義有所調節，出現了對民眾的關注……但是市場有其內在的局限性和結構性偏差，它本身不是一個價值中性的機制。(著重號引文所加)

當然，問題也不僅僅在於產生於西方的批判理論對中國這樣的後發市場經濟國家是否適用。且不提馬克思主義作為社會批判理論早在上個世紀初就傳入中國並被本土化和付諸實踐這一事實，我們是否先從中國的現實出發，看看國內媒體的商業化程度，看看廣告和商業利益是不是已經成為影響中國新聞傳播和話語導向的重要力量。

事實上，我們沒有理由把批判研究簡化為對市場權力的壓制性的負面批判。與自由主義有關權力的單面概念相反，批判理論所持的權力概念是雙向的和多維的 (Hall, 1982)。它首先包含對權力的正面性和創造性 (productive) 的認識，也即個體和群體發展其潛能和達到其目標的能力 (Hackett & Carroll, 2006)。在此基礎上，批判理論關注社會權力的不平等分配，並把批判目標指向那些壓制性的，也即那些使個體和特定社會群體無法充分發揮自己的潛能的社會權力關係。

如果我們沒有理由把批判簡化為反對壓制，我們更沒有必要在是批判國家還是批判市場這樣的非此即彼的偽問題中作選擇。傳播政治經濟

學框架的分析單位是特定社會和歷史條件下的權力結構和傳播資源分配模式，這一權力結構包括特定的國家與資本權力的組合形態及其形成的對社會傳播的特定的賦權與壓制、或包容與排斥的形式 (Zhao, 2003; 趙月枝、邢國欣, 2007)。

雖然中國的經濟體系早已是世界市場的一部分了，有關媒體和民主的討論好像還局限於民族國家框架，從而陷入方法論民族主義的陷阱。方法論民族主義是社會理論中一個根深蒂固的問題，它與研究者在政治上是否持民族主義立場沒有必然的聯繫。它指的是社會科學研究中脫離世界歷史和世界體系來討論民族國家內部的政治經濟和社會關係的思維定勢，也即把民族國家作為「最終的分析單位和定界社會科學中的現象和問題的邊界」的方法論偏差 (Martins, 1974:276; Chernilo, 2006; 另見趙月枝, 2004)。例如，雖然認識到「這裏的市場經濟並不是那裏的市場經濟」(朱學勤, 1998) 這一點很重要，但是，在統一的世界市場和國際勞動分工的範圍內，這一認知的方法論民族主義局限也是不言自明的。正如社會學家吉登斯所言，雖然社會學往往把「社會」等同與「民族國家」，但是，「社會從來不是社會理論通常所暗示的孤立的，『內在發展的』系統……那些構成『內在』演變的因素總是與來自『外部』的影響相結合，共同決定一個社會所經歷的變革」(Giddens, 1973: 265)。

事實上，市場關係在一個民族國家的建立總是與全球政治經濟關係緊密相連的。而且，就像一個國家在全球資本主義經濟秩序和勞動分工中的位置要視這個國家的內外經濟關係而定一樣，一個民族國家內部的政治體制不可能獨立於世界體系中民族國家之間的霸權與臣服關係和民族國家內部的階級和種族妥協的性質 (趙月枝、哈克特, 2004)。雖然市場經濟是自由民主政治體制的必要條件，兩者之間沒有必然的、超歷史的因果關係，前者不是後者的充分條件。社會民主、法西斯主義、福利資本主義、蘇聯和東歐的國家社會主義都是在特定歷史條件下和不同國家與社會互動關係下對經濟自由主義和全球市場邏輯的回應。社會學家卜拉威 (Burawoy, 2003) 認為，作為一種理想的政治選擇，民主社會主義是同時置國家和市場於社會管制之下的一種社會秩序。

總之，傳播研究不僅有必要超越「市場對國家」的簡單二元論和對權力的單向度理解，超越與之相對應的有關自由與解放的非歷史和脫離

特定社會主體的理解，而且有必要克服歷史虛無主義和方法論民族主義。

從詛咒國家權力瓦解到分析國家的轉型

在討論全球化時，「需要問的問題不是國家是否在全球化面前衰落了，而是作為全球治理新結構的結果，甚麼樣的新的國家被創造出來了」(Jayasuriya, 2000: 315)。傳播研究，也許與其植根於自由主義的消極自由理論和作為「冷戰社會科學」的歷史有關，往往不能在國家問題上秉持一種更為全面和歷史的觀點。許多中國傳播學者的人文或者新聞學的學術背景也使我们無法對現代中國國家作為社會科學研究對象進行冷靜的分析。正如王瑾 (2000: 158) 指出的：

現代中國歷史中知識分子們和國家的對抗關係，阻礙了有關中國政治從獨裁統治轉變為常規統治的嚴肅討論。任何嘗試將「國家」概念引入批評話語之中，而又不當面譴責其赤裸裸的獨裁性，即是意味著知識分子反對立場的妥協。馬克思主義的「絕對統治」對「完全抵抗」的兩極範式，在人文學科傳統中佔支配地位。於是，反抗性的思考和發言就不僅是一種策略，而是人文批評家們根深蒂固的知識習性，他們的身份認同隱含著二元對立關係。偏離了這一既定路線將招致「共謀」和「新保守主義」的惡名，那兩個詞在〔20世紀〕90年代初期和中期成為流行的貶義詞。

以上觀點指出了中國學者在研究一個正處於現代化和全球化之中的民族國家所要投入的意識形態和政治賭注。這是因為，任何有關中國正在從專制國家向現代國家轉型的暗示「都將必然質疑西方把中國（這個聲稱自己仍是社會主義政體的國家）看成邪惡帝國的基本觀點」（王瑾，2000：159）。

將中國國家視作一個分析範疇並關注它的重構，對我們分析中國正在演進的傳播結構及其過程有如下的意義：

第一，這意味著接受這樣一個前提：資本有它的邏輯，國家也有它的意圖和邏輯。因此，超越單一的被動「應對」模式來理解這些國家意圖

非常重要。正如王瑾所言，「真正的問題是國家的目的為何，而不是國家的權力如何」(2000：160)。雖然中國政治沒有按照自由民主的模式演變，但是，20世紀90年代以來，中國國家的確在許多方面進行了制度創新。例如，國家在傳播管理方面的重新構建，特別是在發展和管理互聯網方面的不懈努力，是國家在信息時代革新和有目的性重建的重要一環。在這種背景下，傳播研究有必要考察中國國家的動機，合法化邏輯，主流話語的新闡述，以及在重建意識形態領導權方面的新努力(例如，從「三個代表」到「建設社會主義和諧社會」)，進而分析主流意識形態的社會效用。

第二，對正在重建自身和進行「制度創新」的中國國家的關注，需要我們重新審視中國傳播權力運作過程和新的權力分配和意識形態的表現形式。意識形態是一個非常複雜的論題。由於篇幅關係，本文無法展開討論。但是，有一點很重要。這就是，我們不能因為這個概念在中國語境中被政治化和庸俗化而拋棄其作為一個社會理論分析範疇的價值。畢竟，「意識形態終結論」(Bell, 1960)只是一廂情願，而批判研究崛起的關鍵正是對被美國主流傳播研究假定的「價值共識」所壓制的「意識形態」概念及其運作機制的「重新發現」(Hall, 1982)。其中，把握超越行為主義權力觀的三維權力概念又是理解「意識形態」的要領。三維權力概念包括：行為主義所理解的一種社會勢力(個體或群體)讓另一種社會勢力採取某種行動的力量；統治性社會勢力通過社會實踐使不利於自身利益的議題不進入社會議事日程的力量；統治性社會勢力定義社會現實和構建被統治的社會主體對社會和有關自身的觀念和願望，使其把既定的、不利於自身發展的社會現實當作自然的和不可改變的力量，也即意識形態層面的力量(Lukes, 1974)。

簡單地說，我們可以把媒體的意識形態作用理解為湯姆森(Thompson, 1990)所指的媒體生產服務於主導社會統治關係的符號和意義的作用。而在不平等的社會關係中，媒體不能不起意識形態作用。當然，這只是一個基本的切入點，對特定媒體制度更為深刻的意識形態批判需要建立在對包括西方馬克思主義在內的西方社會理論的梳理、分析與揚棄的基礎之上。一方面，我們需要在全面掌握馬克思有關意識形態問題的豐富思想的同時，吸收盧卡奇、阿爾杜塞和葛蘭西等西方文化馬

克思主義者對意識形態理論的貢獻。另一方面，我們需要接受後結構主義和後馬克思主義的「新意識形態批判」的合理內核，從而克服傳統馬克思主義的經濟決定論和階級簡化論，超越美國主流傳播理論狹隘和單薄的權力觀，並糾正以國家為中心的、忽視社會主體性的社會再生產理論的偏頗 (Zhao, 1993)。

以這樣的理論構建為前提，我們就有可能重新理解意識形態過程、文化和表徵政治的重要性，分析和關注商業化和社會化媒體形式和內容所體現的新意識形態運作方式和話語霸權形式及治理術 (governmentality)。例如，通過對國家力推的消費主義和媒體有關「休閒文化」話語的分析，王瑾 (J. Wang, 2001) 展示了國家在市場經濟時期建構以消費主義為基礎的「新的共識」的意識形態努力。又如，借助福柯的權力理論，埃文 (Erwin, 2000) 質疑在中國傳媒分析中在公共領域與私人空間、政治和非政治之間的分野的絕對性。她認為，雖然有關家庭和性的電話熱線經常被看作日益擴大的個人表達空間的明證，但其實這些熱線不能只簡單地被理解為中國日益擴張的公共空間中的自由言論，而應該被理解為中國家庭是如何作為訓誡場所被重構的。如她所指出的，這不僅體現了消費主義的意識形態功效，而且是國家把促進社會穩定當作經濟繁榮和政治合法性議程的後效。

我們不能無視國家權力形式的變化和低估主導社會權力主體掌握新的治理技術的能力。我們也不能忽視新自由主義「宏大敘事」在改革時代建立替代性話語體系的新機制 (Zhao, 2002, 2003)。我們更不能忽視國家與社會複雜互動所導致的新社會組織與實踐的出現和其中所隱含的新的國家與社會權力關係與媒體話語的相互構建關係 (趙月枝, 2004)。而且，對主流政治宣傳與權力關係的關注不應遮蔽我們對所謂的「非官方」渠道中和「非政治性」或「去政治性」問題上的社會權力運作的分析。正如呂新雨 (2006) 在論及2005年湖南衛視「超級女聲」現象時所指出的那樣，「市場『去政治性』的說法並不準確，這場關於『超女』辯論背後是深刻的政治問題，市場就是政治，而恰恰是這種隱身的政治性給了『超女』市場化成功的動力」。

因此，一方面，我們要承認市場關係帶來「市民社會」的發展並在理論分析中重新賦予社會這一範疇以「與國家和經濟同等但特定的地位」

(Burawoy, 2003: 193)。另一方面，我們要認識到，市場和「市民社會」本身並不是國家權力與社會統治關係的真空場所。相反，它們與國家權力有密切的關係。在中國，主流媒體理論繼續重申「喉舌論」和限制對「社會公器論」的倡導這一現實並不意味著我們可以忽視媒體——尤其是市場化媒體——在呈現和構建新的統治性社會權力關係中的地位與作用。

在這方面，有關國企產權改革的「郎咸平風波」的媒體報道就是一個值得研究的例子。一方面，都市媒體與郎咸平這位中國的「體制外」（但同時他又位於全球化學術體系的「體制內」）學者的互動挑戰了中國經濟學界的主導的「新自由主義」話語，展現了市場化媒體在反映民眾關注的話題、擴展社會言論空間方面所起的相對於傳統黨報更為積極的作用。與此同時，2004年8月15日《北京晨報》一則「郎咸平：我唯一的遺憾就是孤軍奮戰」的標題就有效地在社會媒體話語層面抹殺了一些地方的國企工人為反對工廠私有化而正在抗爭的事實（例如，重慶3403工廠3,000多名工人當時就進行這樣的抗爭）。³ 在這一特定的話語空間中，「孤軍奮戰」的意義之所以成立，是因為工人們在同一時空中和同一問題上對自己的立場的政治表達被排斥在媒體所呈現的現實之外了。而稍後的2004年8月30日《中華工商時報》「各路英雄集體缺席，研討會上郎咸平唱獨角戲」的標題更是把研討會上十分活躍的、關注工人利益的左翼經濟學家的存在一筆抹煞了。政治控制固然十分重要，媒體的這些報道框架恐怕也不是中央宣傳管理部門直接給予的。而在市場化媒體已替代傳統黨報並自稱已成為「新主流」的中國傳播體系中，「中國官方的宣傳粗糙不堪，哪用得著細緻的『霸權』分析？」（李金銓，2004：57）這樣的詰問恐怕也無助於理解中國傳媒話語的多層次結構和「官方宣傳」與媒體的「社會表達」間的分野和錯綜複雜關係，更不必說「官方宣傳」的精細化和媒體表達中新的話語策略與表現形式的出現及其背後隱含的社會權力關係了（Zhao, forthcoming）。事實上，如果《人民日報》是「官方宣傳」，對《北京晨報》和《中華工商時報》這類報刊的話語恐怕不能簡單定性，更枉論處於媒體制度邊緣的「街頭小報」了（Zhao, 2002）。

第三，將國家作為一個分析範疇來看待，就意味著需要將它理解為一個矛盾的實體和紛爭的場域。作為一個被哈維（Harvey, 2003）稱作「資本帝國主義」的當代全球秩序的一部分進行內部和外部關係重新建構的現

代國家，中國國家深陷於既重合又衝突的地域權力邏輯和資本權力邏輯兩者之中。如哈維所解釋的，一方面，地域邏輯凸顯的是在世界上追求自己的利益和目標時，國家(或者一些作為政治權力集團的國家組合)所使用的政治、外交以及軍事策略；另一方面，資本邏輯體現的是資本在空間和時間上進行積累的微觀過程。通過經濟和文化活動的日常實踐，這一邏輯強調的是經濟力量在空間的連續流動，從而流向或者流出某些地域實體的方式。中國是一個發展型的國家。中國的傳播工業資本處於迅速的積累與重組過程之中。這就決定了，中國國家在上述兩個邏輯之間的衝突和張力，恰如兩者之間的重合一樣，都特別突出。而且，中國國家是一個條塊複雜交錯的權力結構網。傳播系統演變中最棘手的問題和最活躍的權力角逐——無論是媒體集團化的政策設計與跨地域和跨媒體經營的現實挑戰，還是《南方都市報》對深圳報業市場的「入侵」(Chan, 2003)和湖南衛視對中央電視台壟斷地位的挑戰(呂新雨，2006)，都與國家權力運作中地域邏輯和資本邏輯既重合又矛盾的關係的演繹有關。

當然，中國國家還是意識形態矛盾與衝突的場域。中國的意識形態矛盾並非像自由主義理論想像的那樣，存在於「社會主義」的上層建築和市場經濟基礎之間。事實上，正是這樣一個國家體制創造了舉世矚目的經濟增長，也正是這一國家體制推進了經濟市場化改革，包括國有企業的改制和產權改革。相反，矛盾與衝突主要存在於「社會主義」的意識形態承諾和社會公正的失卻以及社會階層、階級的日益分化與城鄉、地區、性別等其他社會分野的加深。正是在這種背景下，我們需要理解共產黨對社會主義意識形態的重構和這一過程的複雜性。同樣也是在這一背景下，我們必須重視近年重新出現的有關改革方向的爭論的社會政治意義，無論這一爭論是發生在知識精英圈內(李世濤，2000；公羊，2003；H. Wang, 2003；C. H. Wang, 2003)，還是在互聯網上和大眾層面(Hu, 2006)。

撇開意識形態不談，中國國家所面臨的治理上的挑戰是，如何在適應精英階層政治經濟利益和國際資本要求的同時，不完全地背離最大多數民眾在物質上和文化上的基本需求。在這樣的背景下，有必要超越諸如「控制」和「自由」等概念來審視圍繞具體國家政策的論爭，以及在這些論爭中以市場為導向的、全球化和網絡化的中國傳播系統表達不同利

國家、市場與社會：從全球視野和批判角度審視中國傳播與權力的關係

益、不同發展戰略和不同價值取向的程度。比如，轉型中的媒體結構與轉型中的社會結構之間有著甚麼樣的相互構建關係？政府議程、精英知識分子話語以及公眾情緒之間的動態互動會是怎樣的？而這種互動又是如何在對不同社會群體和不同媒體事件的報道中體現出來的？中國傳播產業結構和意識形態特徵的描述所展示的正是中國各類媒體的新意識形態角色，尤其是市場化媒體的新的話語表徵政治 (politics of representation) 和它們與全球化主流話語中的新自由主義「宏大敘事」的關係 (Zhao, 2002, 2003)。

傳播、階級構成以及社會衝突

以上的討論已部分說明，與「國家對市場」的簡單二元論一樣，簡單的「國家對社會」二元論也會掩蓋而不是昭示處於國家與社會接合點上的媒體和傳播的角色。面對中國社會明顯加劇的社會分化和社會各階層對社會衝突和階級意識的敏銳感知 (陸學藝，2002；孫立平，2003；2004；李培林、張翼、趙延東、梁棟，2005)，簡單地建構「媒介消費者」、「公眾」和「受眾」這些全稱概念會掩蓋中國社會內部的不平等，模糊媒體和傳播在中國社會新舊權力關係重構中所扮演的角色。

正如莫斯科 (Mosco, 1996) 所言，「受眾」這一術語不是一個可以跟階級、性別或種族這些概念相提並論的分析範疇，而是傳播產業自身的一個產品，被用來鑒別市場和界定商品。因此，把它與國家放在一起使用並把它等同於政治意義上的「人民」或「公民」只會潛在地模糊媒體在構建社會的階級、性別、種族和其它社會分野中的角色。反之，考察國家、媒體和社會不同分層之間的鏈接，分析媒體在階層和階級的分化與重構中的角色，各種社會群體的傳播實踐，以及他們與統計和專家話語、市場規則、傳播技術和全球知識文化流之間極度不平衡的包容與排斥模式，將會更有意義。

雖然新自由主義思想把市場關係的擴展等同於自由秩序的擴展，但是中國在建立市場關係過程中持續和深化的社會衝突好像已經進一步表明，制度經濟學重要學者卡爾·博蘭尼 (Karl Polanyi) 在他的經典著作《巨變》 (*The Great Transformation*) (1944) 中有關市場與社會的視角也許對歷

史和現實更有解釋意義。博蘭尼關注的是資本主義制度下市場與社會之間存在的持續張力。在他看來，建立「自我規制的市場」(self-regulating market) 的社會工程不僅是烏托邦的，而且本身就是不可持續的，因為市場秩序的推進注定會給社會帶來毀滅性的後果。正因為市場的擴展危及社會，社會才被激活，把自己重構成「活躍社會」(active society)，並與國家互動以求克服因勞動力、土地、貨幣等生產要素的商品化而產生的對社會的破壞性後果。博蘭尼把經濟自由主義意識形態主導下的「自我規制的市場」秩序的擴展和人類為避免這一秩序的擴展對社會造成的毀滅性後果所作的努力和相應的社會保障體系的建立稱為「雙重運動」。寫於「二戰」世界反法西斯戰爭勝利的前夕，博蘭尼樂觀地認為，20世紀上半葉世界市場秩序的危機和兩次世界大戰的災難已經讓人類記住教訓，拋棄19世紀建立市場烏托邦的實驗。他當時相信，經濟自由主義意識形態已經失去了可信性，人們也看到了「自我規制的市場的終結」(Polanyi, 1944: 142)。然而，在經歷了二戰後的勞資妥協和福利社會以後(在國際上，這表現為社會主義陣營的計劃經濟和以美國為主導的發達資本主義國家在發展話語下與發展中國家的「南北合作」)，經濟自由主義以「華盛共識」和「新自由主義」全球化的形式在20世紀80和90年代捲土重來。「新自由主義」全球化的推進與以反「新自由主義全球化」為核心的爭取社會正義和生態生存的社會抗爭構成了20世紀末和21世紀初新的「雙重運動」(Silver & Arrighi, 2002)。

「中國特色的新自由主義」所獨有的社會狀況是，改革名義下市場關係的確立和資本原始積累或者更確切地說是「剝奪式積累」(accumulation by dispossession) (Harvey, 2003) 的客觀過程、急速階級分化的後果和社會文化的斷層，是在建設「社會主義市場經濟」的政治框架內進行的。更加非同一般的是，這一過程是被在社會主義意識形態所強調的平等、社會正義以及抗爭的正當性等思想教育下成長起來的社會主體所親歷與體驗的(Zhao, forthcoming)。中國民眾長期擅長於解讀媒體「字裏行間」的意義。一句「正面新聞反面讀」生動地反映解讀新聞的一個重要策略。雖然主流輿論導向謹慎處理有關「群體事件」的新聞傳播，「穩定壓倒一切」更是媒體最重要的政治底線，但是，中國不同社會階層在他們的日常生活中仍感受到尖銳的階級衝突意識(李培林等，2005)。事實上，正是權貴

國家、市場與社會：從全球視野和批判角度審視中國傳播與權力的關係

階層中部分成員的驕橫和底層社會成員對社會分化和不公正所具有的高度敏感，才能解釋2003年的「寶馬事件」和2004年的「萬州事件」(Kahn, 2004)。

正因為如此，中國傳播系統在遏制社會衝突，防止不同社會抗爭勢力的融合以及阻礙其他可能的政治替代選擇出現方面所起的作用不可低估。中國的社會抗爭運動多數都是自發性的、小規模、地方性和彼此孤立的。它們缺乏內在的意識形態和組織上的互相鏈接。因為不同社會群體面對不同的困境，所以他們用以表述各自的不平和社會正義要求的特定術語不容易超越階級、地區、性別、宗教、民族和教育程度等障礙而形成社會運動合力(Perry & Selden, 2003)。不可否認，中國的抗爭性社會運動以分散和不協調的形式進行的部分原因正是「正確輿論導向」持續努力的結果。傳播以及精英和大眾話語之間的不同鏈接動態在促進或阻止有組織的社會運動的形成過程中起著關鍵作用。

結 論

總之，構建一個全面和綜合的框架來分析全球化語境和世界體系中中國的傳播與權力關係需要涉及如下方面：

第一，避免媒體中心論和傳播本質化，避免把諸如國家、市場、社會、自由民主，公共領域、階級、權力、意識形態等重要概念臉譜化、去歷史化和庸俗化。它要求對中國社會中國家和市場形成的特定歷史過程有深刻、全面和從全球視角的理解，在以民族國家為分析單位的同時警惕方法論民族主義的陷阱。尤其需要強調的是，當代中國國家是一個在民族獨立和社會主義革命中鍛造過的，曾經擁有普遍的權力宣稱的現代國家，而不是一個簡單的西歐資產階級所反對的君主專制國家。這個國家一方面無法拋棄其社會主義意識形態遺產，一方面在全球資本主義時代和一個不平衡的國際權力結構的束縛下追求以市場為導向的社會發展。

第二，必須超越一系列受自由主義和新自由主義意識形態影響的偽二元邏輯。這些偽二元邏輯掩蓋了中國國家和市場之間、國家和各種社會力量之間、市場與不同社會階層之間的複雜構建和鏈接關係。更為重

要的是，有關傳播與社會的研究需要理解「社會主義市場經濟」語境下中國的階層、階級形成和社會分化過程，以及已經和正在發生變革的國家仍是各種社會衝突的容器和紛爭的場域這一事實。雖然「市民社會」和「公共領域」概念具有歷史和現實的吸引力，有關它們在中國語境中的討論有必要考慮這樣兩個因素：世界體系中具體的社會權力結構以及中國國家的社會主義意識形態遺產。在高度全球化的信息資本主義時期，在這樣一個發展極端不平衡而且大部分人口還是生活在農村的社會裏，在這樣一個以代表工人和農民等底層「公共群體」為其歷史合法性基礎的政黨領導的革命後國家，一個被自由主義意識形態理想化了的、讓人滿懷期待的「資產階級公共領域」也許有因其先天發育不全而夭折的可能。從現實的角度，如果「資產階級公共領域」在西歐形成的本意就包含著既要反抗來自上面的政治威權又要鉗制來自底層的大眾抵抗的雙重過程的話 (Fraser, 1992)，那麼，當今中國社會力量的平衡關係狀況意味著，中國政治經濟和媒體精英可能在鉗制來自底層社會壓力的共同事業中結成聯盟 (He, 2000; Zhao, 2004; 2005)。當然，這不排斥國家 (尤其是中央或地方政權中的官僚集團) 與部分自由主義知識分子 —— 一個被布爾迪厄 (Bourdieu, 1998a) 恰如其分地稱為統治階層中的被統治者階層 —— 之間的衝突。正如近幾年的「冰點事件」和「南都事件」⁴ 所顯示，這種衝突有時會相當明顯。但是，忽視、低估社會分化，把抽象的全稱「社會」概念和單一的、理想化了的「公共領域」概念與被去歷史化和臉譜化了的「國家」概念相對立的分析框架，要麼是「理論的貧困」的表現，要麼是有意自欺欺人。更重要的是，這種理論努力有可能是為了掩蓋新興權力集團的霸權意圖而把自己呈現為普遍階級 (universal class) 的意識形態工程的一部分。

第三，傳播研究的廣泛、更全面的視角要求克服多數公共領域爭論中的理性主義和認知主義偏向而關注身份與認同問題 (Schlesinger, 1999; 2001)，尤其是至關重要的民族認同問題，也要求克服政治經濟和文化研究之間存在的認識論、方法論和分析重心上的分野。同時，還需要通過對國家邊界之內、之間和之外的複雜互動的分析，來強調理解社會分層過程、統治和抗爭的結構，以及全球人口、經濟、文化流動中的動態發展。這將開啟構建新生活方式和新的民主形式的可能性，也將開啟在

全球背景下構想人類傳播新視野的可能性——這種傳播研究關注人類在全球社會和一個由於資本主義和消費文化的擴張而導致生態惡化的情況下對共同生存的追求過程(趙月枝, 2006b)。我們需要警惕以革命的名義施暴和在推翻一種統治權力關係後建立新的、也許更有壓迫性的權力, 也要拒絕因把權力和意識形態概念絕對化和庸俗化而導致的犬儒主義和相對主義的誘惑。同時, 我們也不應拋棄不同社會歷史背景下的革命話語所隱含的被布爾迪厄(1998b)稱之為「合理的烏托邦」(reasoned utopia)的內核, 無論它是法國革命、美國革命, 還是俄國革命、中國革命, 或古巴革命。

第四, 在價值層面, 要超越對「國家專制」和「資本主義剝削」的條件反射式的人文主義負面批評, 而去分析國家、資本的不同賦權和社會壓制本質及其表現形式, 以及它們作為權力的不同矢量在具體歷史和社會背景下與不同社會力量的文化傳播需求進行的具體鏈接, 從而避免構建不同分析範疇之間的簡單二元對立。這樣做, 其目的是為了在更深遠的意義上堅持和弘揚人文主義精神。如莫爾(Barrington Moore Jr.)所指出, 資本主義發展和現代化工程或者「進步」, 無可避免地造成了大規模的人類災難。莫爾敏銳察覺到, 「值得記住的是, 沒有證據證明任何地方的民眾曾經嚮往一個工業化社會, 但有很多相反的證據。說到底, 所有形式的工業化都是由殘酷的少數人推動的自上而下的革命」(1993: 506)。莫爾的評論者弗雷德曼(Edward Friedman)和斯加特(James Scott)接著指出: 「如果這將繼續成為事實——很難讓人理解為甚麼這一不良的現實會突然消失——那麼, 人們必須警覺那些許願天堂就在市場經濟和議會政治裏的人們, 而必須詰問在任何轉型時期是誰在承受著痛苦」(1993: xii)。可以說, 經濟全球化和主要是傳播領域的技術發展過程, 已經加劇了這種許願和痛苦。

顯然, 我在這裏討論的宏觀理論框架和闡述的基本理論和方法論出發點不同於其他許多分析。比如, 在國外, 林奇就認為, 「中國文化」持續重構過程中內在控制力的「喪失」, 是中國「為了財富和實力而必須付出的代價」(Lynch, 1999b: 201)。在國內, 王山假冒德國漢學家的名義發表過為了所謂的「民族大義」某一階級必須被犧牲的充滿「霸氣、血腥氣」的反民主的「超人政治」言論(王蒙, 1998)。在「朗咸平風波」中, 《北京青

年報》社評部主任張天蔚 (2004) 對「主流」新自由主義經濟學家的集體政治姿態和社會傳播策略的如下闡述也頗令人深思：

儘管中國社會發展到今天，有些積累下來的矛盾已經很難遮掩，但「遮，還是不遮」，卻依然是頗費思量的艱難選擇。主流經濟學家當然是「遮掩派」的骨幹……面對當前的現實，他們對自己當初不遺餘力的主張也未必沒有懷疑。但經濟學家是深諳路徑與成本計算的……儘管可能付出代價，比如一代人——當然不包括經濟學家自己——的幸福，但只要埋頭衝過去，前面就是美好的秩序：產權清晰、交易公平、司法公正、社會和諧。而能夠「衝過去」的前提，是在這個過程中注定成為「代價」的那些人，最好能在渾然不覺中被「付」出去。在主流經濟學家的計算中，這是在已經形成的路徑依賴約束下，中國走向輝煌未來「成本」最小的選擇。

然而，中國的改革精英們不得不在推進經濟自由主義意識形態過程中面對那些作為「代價」的社會主體的知覺和感受。這些精英們認為必須被犧牲掉的人們不但發出了痛苦的呻吟，而且想方設法傳播他們的聲音和他們為生存而進行抗爭的吶喊。少數絕望的個體，如青年民工王斌餘，在拿不到工資還遭到人格侮辱之時，甚至行凶殺人。由於新華社最初的報道，王斌餘在部分媒體上、尤其是有社會正義和同情意識的網民中以自己的死刑製造出了一件有關法律正義和社會正義的「公共傳播事件」。這反映了下層民眾和部分社會話語主體對社會正義和個體尊嚴的強烈渴求和對擴大社會話語空間的熱切呼喚 (Zhao, forthcoming)。王斌餘固然罪不可赦，但他以身試法的行為昭示，沒有社會公正，何來社會和諧？而沒有政治意願表達的民主化和傳播領域普遍權利的實現，又如何能實現社會公正？

如本文開篇所言，在本文力圖構建的分析框架內，權力問題是核心。就其終極關懷而言，這一理論框架的歸宿不是「中國」、「中國文化」、「民族大義」、和「中國走向輝煌未來」等宏大敘事和高度意識形態化了的抽象全稱概念和總體性社會工程，而是特定社會群體、特定時空和社會關係中作為社會主體的個人和群體，以及他們作為中國社會的不同構成之間活生生的生活體驗和社會關係。畢竟，不是抽象的傳播過程，

國家、市場與社會：從全球視野和批判角度審視中國傳播與權力的關係

也不是被物化的傳播制度，而是社會傳播，即，不同社會權力主體之間的傳播關係，也即人與人之間的社會關係和人類學意義上的文化，也即整個生活方式，才應該是傳播研究的主旨。

參考文獻

- 王山(1996)。《第三隻眼睛看中國》(第9版)。香港：明報出版社。
- 王蒙(1998)。〈「伊寧格爾」和他的眼睛〉。劉智峰(編)，《解釋中國：〈第三隻眼睛看中國〉批判》(頁67-77)。北京：經濟日報出版社。
- 王瑾(2000)。〈中國大眾文化研究中的國家問題〉。《臺灣社會科學季刊》，第39期，頁153-190。
- 公羊(2003)。《思潮：中國「新左派」及其影響》。北京：中國社會科學出版社。
- 朱學勤(1998)。〈1998：自由主義的言說〉。上網日期：2007年3月5日，取自天涯網，<http://books.tianya.cn/zuanglan/infoview.asp?id=760>。
- 呂新雨(2006)。〈儀式、電視與國家意識形態——再讀2006年「春節聯歡晚會」〉。上網日期：2006年9月10日，取自<http://www.wyxsx.com/Article/Class10/200608/8917.html>。
- 李世濤(2000)。《知識分子立場》(三卷)。長春：時代文藝出版社。
- 李金銓(2004)。《超越西方霸權：傳媒與文化中國的現代性》。香港：牛津大學出版社。
- 李培林、張翼、趙延東、梁棟(2005)。《社會衝突與階級意識》。北京：社會科學文獻出版社。
- 汪輝(2006)。〈改制與中國工人階級的歷史命運——江蘇通裕集團公司改制的調查報告〉。取自社會學人類學中國網，<http://www.sachina.edu.cn/Htmldata/article/2006/01/781.html>。
- 孫立平(2003)。《斷裂：20世紀90年代以來的中國社會》。北京：社會科學文獻出版社。
- 孫立平(2004)。《失衡：斷裂社會的運作邏輯》。北京：社會科學文獻出版社。
- 馬立城、凌志軍(1998)。《交鋒：當代中國三次思想解放實錄》。北京：今日中國出版社。
- 張天蔚(2004)。〈從另一個角度看郎咸平落選〉(原載《江南時報》，2004年12月10日第三版)。取自人民網，<http://www.people.com.cn/GB/guandian/40604/3046748.html>。

《傳播與社會學刊》，第二期 (2007)

- 張維迎 (2006)。〈學會理性思考〉。《經濟觀察報》。取自搜狐，<http://business.sohu.com/20060312/n242248425.shtml>。
- 凌志軍、馬立城 (1998)。《交鋒：當代中國三次思想解放實錄》。北京：今日中國出版社。
- 凌志軍、馬立城 (1999)。《呼喊：當今中國的5種聲音》。廣州：廣州出版社。
- 陸學藝 (主編) (2002)。《當代中國社會階層研究報告》。北京：社會科學文獻出版社。
- 黃平、崔之元 (2005)。《中國與全球化：華盛頓共識還是北京共識》。北京：社會科學文獻出版社。
- 趙月枝 (2005)。〈中國傳播產業與入世：一種跨文化政治經濟學視角〉。《中國傳媒報告》第3期。取自傳播學論壇，<http://www.chuanboxue.net/list.asp?Unid=1263>。
- 趙月枝 (2006a)。〈中國與跨國資本：文化視野中的考量〉。《新聞與傳播評論》，2005年卷，頁140-153。
- 趙月枝 (2006b)。〈文化產業、市場邏輯和文化多樣性：可持續發展的公共文化傳播理論與實踐〉，「北京論壇2006」論文，北京，2006年10月27-29日（《新聞大學》2006年冬季號和2007年春季號出版）。
- 趙月枝、邢國欣 (2007)。〈傳播政治經濟學：理論淵源、研究路徑和學術前沿〉。劉曙明、洪浚浩 (編)，《西方傳播學研究發展前沿評析》。北京：北京大學出版社。
- 趙月枝、羅伯特A. 哈克特 (2004)。〈媒介全球化與民主化：悖論、矛盾與問題〉。《新聞與傳播評論》，2003年卷，頁1-15。
- 羅伯特A. 哈克特、趙月枝 (2005)。《維繫民主？西方政治與新聞客觀性》。北京：清華大學出版社。
- Beeson, M., & Robison, R. (2000). Introduction: Interpreting the crisis. In Robison, R., Beeson, M., Jayasuriya, K., & Kim, H. R. (eds.), *Politics and markets in the wake of the Asian crisis* (pp. 3-24). London: Routledge.
- Bell, D. (1960). *The end of ideology*. New York: Free Press.
- Bourdieu, P. (1998a). *Acts of resistance: Against the tyranny of the market* (R. Rice, Trans.). New York: The New Press.
- Bourdieu, P. (1998b). A reasoned utopia and economic fatalism. *New Left Review*, 227, 125-130.
- Burawoy, M. (2003). For a sociological Marxism: The complementary convergence of Antonio Gramsci and Karl Polanyi. *Politics & Society*, 31(2), 193-261.
- Calhoun, C. (Ed.). (1992). *Habermas and the public sphere*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Chan, J. (2003). Administrative boundaries and media marketization: A comparative

- analysis of the newspaper, TV and Internet markets in China. In C. C. Lee (Ed.), *Chinese media, global contexts* (pp. 159–176). London: Routledge/Curzon.
- Chernilo, D. (2006). Social theory's methodological nationalism. *European Journal of Social Theory*, 9(1), 5–22.
- Curran, J. (2002). *Media and power*. London: Routledge.
- Curran, J., & Leys, C. (2000). Media and the decline of liberal corporatism in Britain. In J. Curran & M. J. Park (Eds.), *Dewesternizing media studies* (pp. 221–236). London: Routledge.
- Downing, J. (1996). *Internationalizing media theory: Transition, power, culture: Reflections on media in Russia, Poland and Hungary, 1980–95*. Thousand Oaks: Sage.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology: An introduction*. London: Verso.
- Erwin, K. (2000). Heart-to-heart, phone-to-phone: Family values, sexuality, and the politics of Shanghai's advice hotlines. In D. S. Davis (Ed.), *The consumer revolution in urban China* (pp. 145–170). Berkeley, CA: University of California Press.
- Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (pp. 109–142). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Friedman, E., & Scott, J. C. (1993). Forward to Barrington Moore Jr. In *Social origins of dictatorship and democracy* (pp. ix–xv). New York: Beacon.
- Garnham, N. (1997). Political economy and the practice of cultural studies. In M. Ferguson & P. Golding (Eds.), *Cultural Studies in Question* (pp. 56–73). London: Sage.
- Giddens, A. (1973). *The class structure of the advanced societies*. London: Hutchinson.
- Gitlin, T. (1978). Media sociology: The dominant paradigm. *Theory and Society*, 6(2), 205–253.
- Golding, P., & Murdoch, G. (1978). Theories of communication and theories of society. *Communication Research*, 5(3), 339–356.
- Hackett, R. A., & Carroll, W. K. 2006. *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. London: Routledge.
- Hall, S. (1982). The rediscovery of “ideology”: Return of the repressed in media studies. In M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, & J. Woollacott (Eds.), *Culture, society and the media* (pp. 56–90). London: Methuen.
- Harvey, D. (2003). *The new imperialism*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. New York: Oxford University Press.
- He, Q. L. (2000). China's listing social structure. *New Left Review*, 5, 69–99.
- Hu, A. (2006). *Swimming against the tide: Tracking and locating Chinese leftism online*. M.A. Thesis, School of Communication, Simon Fraser University, Burnaby, B.C. Canada.
- Jayasuriya, K. (2000). Authoritarian liberalism, governance and the emergence of the regulatory state in post-crisis East Asia. In R. Robison, M. Beeson, K. Jayasuriya,

- & H. R. Kim (Eds.), *Politics and markets in the wake of the Asian crisis* (pp. 315–330). London: Routledge.
- Kahn, J. (2004, December 31). China's "haves" stir the "have nots" to violence. *New York Times*, A1.
- Lee, C. C., He, Z., & Huang, Y. (2006). "Chinese party publicity Inc." conglomerated: The case of the Shenzhen Press Group. *Media, Culture & Society*, 28(4), 581–602.
- Lukes, S. (1974). *Power: A radical view*. London: Macmillan.
- Lynch, D. C. (1999a) *After the propaganda state: Media, politics, and "thought work" in reformed China*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Lynch, D. C. (1999b). Dilemmas of "thought work" in fin-de-siecle China. *China Quarterly*, 157, 173–201.
- Madsen, R. (2000). Epilogue: The second liberation. In D. S. Davis (Ed.), *The consumer revolution in urban China* (pp. 312–319). Berkeley, CA: University of California Press.
- Martins, Herminio (1974). Time and theory in sociology. In J. Rex (Ed.), *Approaches to Sociology*. London: Routledge & Kegan Paul.
- McChesney, R. W. (2000). The political economy of communication and the future of the field. *Media, Culture & Society*, 22, 109–116.
- Mills, C. W. (1959). *The sociological imagination*. New York: Oxford University Press.
- Moore, B. Jr. (1993). *Social origins of dictatorship and democracy* (2nd ed.). New York: Beacon.
- Mosco, V. (1996). *The political economy of communication*. London & New York, Sage.
- Ong, A. (2006). *Neoliberalism as exception: Mutations in citizenship and sovereignty*. Durham, NC: Duke University Press.
- Perry, E. J., & Selden, M. (2003). Introduction: Reform and resistance in contemporary China. In E. J. Perry & M. Selden (Eds.), *Chinese society: Change, conflict and resistance* (2nd ed.) (pp. 1–22). London & New York: RoutledgeCurzon.
- Polanyi, K. (1944). *The great transformation: The political and economic origins of our time*. New York: Beacon Press.
- Robison, R. (2006). *The neo-liberal revolution: Forging the market state*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schiller, D. (1996). *Theorizing communication: A history*. New York: Oxford University Press.
- Schlesinger, P. (1999). Changing spaces of political communication: The case of the European Union. *Political Communication*, 16(3), 163–279.
- Schlesinger, P. (2001). Tensions in the construction of European media policies. In N. Morris & S. Waisbord (Eds.), *Media and globalization: Why the state matters* (pp. 95–115). Lanham: Rowman & Littlefield.
- Schudson, M. (2000). The sociology of media revisited (again). In M. Gurevitch & J. Curran (Eds.), *Mass media and society* (pp. 175–200). London: Arnold.

- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1963). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Silver, B., & Arrighi, G. (2002). Polanyi's "double movement": The *Belle Époques* of British and U.S. hegemony compared. Manuscript submitted for publication in *Politics & Society* (version 12/29/02). Retrieved March 5, 2007, from http://sociology.berkeley.edu/faculty/evans/evans_pdf/silver_arrighi_polanyi_dec_2002_rev.pdf.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and modern culture*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Wang, C. H. (2003). *One China, many paths*. London & New York: Verso.
- Wang, H. (2003). *China's new order: Society, politics and economy*. Theodore Hunter (Ed./Trans.). Cambridge: Harvard University Press.
- Wang, J. (2001). Culture as leisure and culture as capital. *Positions: East Asia Cultures Critique*, 9(1), 69–104.
- Williams, R. (1969). *Communications* (Revised ed.). London: Chatto & Windus.
- Zhao, Y. Z. (1993). The "end of ideology" again? The concept of ideology in the era of post-modern theory. *Canadian Journal of Sociology*, 18(1), 70–85.
- Zhao, Y. Z. (1998). *Media, market, and democracy in China: Between the party line and the bottom line*. Chicago: University of Illinois Press.
- Zhao, Y. Z. (2000). From commercialization to conglomeration: The transformation of the Chinese press within the orbit of the party state. *Journal of Communication*, 50(2), 3–26.
- Zhao, Y. Z. (2002). The rich, the laid-off, and the criminal in tabloid tales: Read all about it! In P. Link, R. Madsen, & P. Pickowicz (Eds.), *Popular China: Unofficial culture in a globalizing society* (pp. 111–135). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Zhao, Y. Z. (2003). "Enter the world": Neo-liberalism, the dream for a strong nation, and Chinese press discourse on the WTO. In C. C. Lee (Ed.), *Chinese media, global contexts* (pp. 32–56). London: RoutledgeCurzon.
- Zhao, Y. Z. (2004). Underdogs, lapdogs, and watchdogs: Journalists and the public sphere problematic in China. In X. Gu & M. Goldman (Eds.), *Chinese intellectuals between state and market* (pp. 43–74). London: RoutledgeCurzon.
- Zhao, Y. Z. (2005). Who wants democracy and does it deliver food? The evolving politics of media globalization and democratization in China. In R. A. Hackett & Y. Z. Zhao (Eds.), *Democratizing global media: One world, many struggles* (pp. 45–67). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Zhao, Y. Z. (forthcoming). *Communication in China: Market reform and social contestation*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Zhao, Y. Z. (in press). Neoliberal strategies, socialism legacies: Communication and state transformation in China. In P. Chakravarty & Y. Zhao (Eds.), *Global communication: Toward a transcultural political economy*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.

註釋

1. 由於篇幅關係，本文無法對這一爭論的豐富文獻進行闡述。有關文獻見公羊 (2003)，最新有影響文章見汪輝 (2006) 及張維迎 (2006)。
2. 「自由主義」和「新自由主義」有聯繫，但又有深刻的區別。狹義的「新自由主義」作為一種經濟教條與政治上的自由民主沒有必然的聯繫。它是指20世紀80年代以來的以倡導經濟自由化和產權私有化等經濟原則為核心的「華盛頓共識」。廣義的「新自由主義」是指市場理性在政治經濟和社會治理中的廣泛應用。實際上，「自由主義」本身就是很複雜的思想體系。比如，「古典自由主義」與「戰後自由主義」就有明顯的不同 (結合媒體研究的簡單概述見 Hackett & Zhao, 1998 [哈克特與趙月枝, 2005])。有關「華盛頓共識」與全球化在中國語境中的討論，見黃平、崔之元 (2005)。最新社會理論有關新自由主義的定義與分析，見 Harvey, 2005、Ong, 2006、Robison, 2006。
3. 相關報道見「護廠近況」的博客，〈兩億國資，只許2200萬買出，引發流血衝突〉。上網日期：2005年12月14日，取自 <http://www.gongnong.org/bbs/read.php?f=7&i=1866&t=1866>；重慶3403工廠，〈國企私有化終將引發革命——致中共十六屆四中全會的公開信〉。上網日期：2005年12月14日，取自 <http://www.gongnong.org/bbs/read.php?f=7&i=1866&t=1866>。有關網絡報道詳細分析，見Zhao, forthcoming。
4. 詳細分析見Zhao, forthcoming。

鳴謝

尹連根博士為本文的翻譯作出了貢獻，陳韜文教授和兩位匿名評審對本文提出了十分中肯和珍貴的修改意見，羅慧對本文的個別中文表達提出了修改要求，特此感謝。