

新闻传播学·新视界译丛
陈卫星◎主编

新闻社会学

The Sociology of NEWS

[美] 迈克尔·舒德森 著
徐桂权 译

华夏出版社

新闻传播学·新视界译丛
陈卫星◎主编

新闻社会学

The Sociology of
NEWS

[美] 迈克尔·舒德森 著
徐桂权 译

华夏出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻社会学 / (美) 迈克尔·舒德森著; 徐桂权译. -- 北京: 华夏出版社, 2010.4

书名原文: The Sociology of News

ISBN 978-7-5080-5732-3

I. ①新… II. ①舒… ②徐… III. ①新闻学: 社会学 IV. ①G210-05
中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第066784号

The Sociology of News by Michael Schudson

Copyright © 2003 by W. W. Norton & Company, Inc

All rights reserved

版权所有, 翻印必究

北京市版权局著作权合同登记号: 图字01-2009-6510号

出版发行: 华夏出版社 (北京市东城区东直门外香河园北里4号 邮编: 100028)

经销: 新华书店

印刷: 北京圣瑞伦印刷厂

开本: 720X990 1/16开

装订: 三河市李旗庄少明装订厂

印张: 19.75

版次: 2010年4月北京第1版

字数: 206千字

印次: 2010年4月北京第1次印刷

定价: 39.00元

本版图书凡印刷、装订错误, 可及时向我社发行部调换

总 序

理解传播即是理解我们所在的社会和时代：传播的目的是按照社会阶层的变化和现实力量的对比关系来营造文化和意识形态的合法性。如果把传播视为一种进步力量，视为社会发展的重要动力，那么在政治、经济、社会和文化四个维度的历史进程中，都可以观察到传播的影响。传播在政治权力的确立与合法化的过程中，在现代民族国家的建立过程中，在市场经济和工业化的过程中，以多种具体形式——例如平面媒体和电子媒体的信息表现，等等——参与了传统文化秩序的衰落、现代职业伦理的形成与巩固，以及生活价值观的不断更替。很多时候，通过大众媒体展现在大众面前的传播行为，被视为主要的社会影响力。

人类的传播行为历史悠久，从远古时代口耳相传的音调，到自然语言向对象语言的过渡；从甲骨竹简到纸张印刷，再到电子显示屏，都强调了社会主体传播活动的内部反应，或者社会主体间互动反应的关系。没有一个信息能够脱离社会结构，或者脱离信息传播者和信息接受者共处的具体环境。信息的存在方式绝不仅仅是信息本身：信息总是处在传播者和接受者双方的互动关系当中。可以设想，在一个传播行动当中，我们只是在特定的时间和空间条件下，提取特定的信息作为我们意识当中的表象，来作为支持自己的信念和观念的依据。

当今的时代是一个世界逐渐平面化的时代，这个平面化的过程是通过经济全球化来完成的。随着以互联网为代表的新信息传播技术的全面普及，人类的传播行为几乎与真实时间和虚拟空间形成一种技术上的平

行关系。一方面，如何建构社会主体间的关系取决于信息传播的行为效益，信息博弈是传播权力社会化膨胀的表征；另一方面，时空分离的流动结构同时也产生着身份重叠和身份压缩，信息传播的瞬间效益驱动人类行为的快餐化。当植根于传统的文化性习俗和宗教性理念，越来越趋于成为固守身份的唯一支撑点时，碎片化的现实不断把各种自然和人为的风险推到危机管理的前台。这不仅考验着人们的智慧，也预示着建立新精神平台的希望。

毋庸置疑，传媒的历史性贡献是通过媒介化的表象，形成一种社会关系的组织模式，一种社会的象征再生产的表现。信息需求的增长和社会分化的机制同步，传播效应在很大程度上建构了我们思维、感知、经验、记忆和交往的模式。传播之所以成为当代社会的主要整合机制，是由于现代社会的风险变迁导致人们对信息的需求快速增加。生产发展带来新的生活秩序、人际关系网络和生活方式，社会提供的丰富产品解构了传统的家庭生活，强化了个人主义和相对主义的信仰，增加了大多数人的依赖性和脆弱性，这些都需要通过向社会寻求信息支持来加以缓解。在传播的公共性得以扩展的同时，传播的利益机制也在形成。

透过人们的新闻传播实践，包括对传播主体、传播行为、传播过程、传播手段和传播效果的考察，可以在不同的层面上认识和再认识社会关系、实践、话语和制度；重新把握社会整体的系统结构及其相互依赖性；重新认识社会冲突、权力结构和管理模式，等等。对那些重新思考新闻传播的理念在舆论形成、生产实践和社会运行中的功能的人来说，不但相信新闻传播是维持现存社会—经济结构的合法化手段，更要关注社会主体的多元互动如何通过话语建构来推进文化和社会的共同体形成。

今天，信息传播的模式正面临着全球化的挑战。因为，在全球化过程中，活动主体（个体、群体、国家）面临着被重新界定的风险，如

在经济、政治、社会、文化、伦理等方面，重新界定意味着结构与解构、排斥与认可、非法与合法、中心化与边缘化、优势与劣势、选择与放弃、转移与接收等二难推理。在这种充满矛盾的现实进程中，信息传播成为主体选择机制运转的润滑剂，如何在理论和实践上把握信息传播，乃是最终确定这种选择的关键。许多问题都可以从这一视角展开思考：例如，如何定义信息传播与社会发展的互动关系的丰富内涵？如何把文化创意纳入信息产业的公共服务体系？如何规避新信息传播技术的社会风险？如何把接近和应用媒介资源当做完善社会治理结构的重要组成部分？等等。

自从20世纪90年代以来，新闻学和传播学在中国成为增长最快的学科和专业之一。形成这种令人鼓舞的局面，显然是因为改革和开放的中国，逐渐成长为一个越来越具有数量规模，同时也越来越具有质量效果的信息源。改革开放首先源于“思想解放”的信息启动，并随着向现代化过渡的社会转型，开始释放中国人不断创新的社会生产力。无论是在社会发展的横截面上，还是在社会建构的纵剖面中，信息的增长和变异终于使中国矗立在现代性和全球化叙事的交叉点上。面对这一机遇，新闻传播学的学科建设和学术研究需要不断开拓视野，更新思维，整合和提炼新的学科信息，作为建构本土学术文化的必要参照和反思对象。

理解传播即是理解我们所在的社会和时代。由此产生的期待，不仅是为满足专业人才的培训，亦是信息传播如何从生产、流通和扩散的层面上满足社会经济条件或政治文化条件的经验期待。这种期待同时也是学科建设的期待：如何让信息传播与人类社会的理想追求趋于一致？如何辨析西方中心主义的方法论误置，从本土的社会现实和文化传统中挖掘出传播的价值和特色？如何避免西方传播思想当中的悲观主义和乐观主义的不足，从本土社会的动力结构出发？，考察传播主体的身份建构？

如果说借助于各种技术手段和内容符号的信息流动，是社会再生产的重要基础，那么新闻传播的技术可能性和社会扩展性，究竟向我们提出了什么问题，需要思考或重新思考？就方法论的意义而言，这里至少涉及到三个层面的问题：应当关注什么知识的问题，传播理论与经验研究相联系的问题，以及经验对象本身怎样成为理论创新的信息源的问题。编辑出版这套译丛意在提供系列文本，来更新信息储备和扩展思路，同时提供学术借鉴和学术批评的对象。感谢各位译者，因为完成工作的字斟句酌无异于一场跨文化历险；感谢责任编辑；感谢撰写序言的各位学者，不同的专业学术思路提供了丰富的参考视角；感谢读者，对这些文本的阅读、讨论和批评既是对本土学术文化建设的参与，也是真正的、具有现实意义的传播实践。



中国传媒大学教授、博士生导师

序 言

舒德森新闻观的演进与美国传媒改革

《新闻社会学》与作者的成名作《探索新闻：美国报业社会史》(1978)¹有相似的地方，也有新颖之处。相同的是基本视野、内容充实、文笔洗炼、读者吸收容易；不同，或说新增的部分是跨国比较，以及据此提出的新闻与传媒改革提议。

这篇文章将以本书作为重心之一，对于舒德森的基本视野，以及顺此衍生的一些看法，略作讨论。不过，本文也将处理两书不同的部分，亦即将舒德森近年来跨足传媒改革领域的原因，放在近三十年来的世局与传媒变化中，略作考察，最后再以作者更为晚近的调查，作为佐证并讨论其变化。

作者的视野在《探索新闻》中业已展现。铺陈“客观”作为新闻编采的历史过程后，舒德森虽对这种客观的实践，不免是“假客观之名行专断之实”有深刻的理解，但既然记者必须秉持原则而作，则舍弃客观与其他专业信念之外，新闻事业还能秉持什么“精神”？“我不知道”，舒德森如实地回答。²

何以不知道？一个可能是作者对历史的理解，虽然有其正确的成分，但可能在另一些重要方面，会有争议。比如，在同样是考察新闻客观性在美国兴起的另一本著作，丹·席勒礼赞舒氏不将新闻史当作伟人历史来书写，而是从政经与文化环境的角度考察报业史，贡献非凡。但

席勒很快就补了几项材料。他说，舒氏暗指在19世纪30年代便士报兴起以前，手工业者的商业并不怎么需要报纸广告，但实情并非如此，费城报业在1764年至1794年间，单是手工业者的广告就出现了一万五千则。其次，席勒认为《探索新闻》还有政治误判之失。舒氏以为便士报是新兴中产阶级齐奏共鸣之声，越来越多的史料显示，他所说的中产阶级不仅没有和谐相处于报端，并且这个被统称为中产阶级者，根本就是从冲突日渐升高的“商人”与“手工业者”对峙所构成的。³

未能掌握真相与全貌，以致不见前景，这是原因之一。客观之外再难确立新闻精神是原因之二，这或许也透露了舒德森对现有体制的小批评与大维护。客观等专业说法虽然不免是策略性仪式，并且实质上与广告文明、商业报纸共舞，但是，以客观形式与新闻编采的结果相较，仍然还是可取及进步的成分居多，舍此之外，很难想象问题的症结还能在哪里。舒德森应该不会是伏尔泰的《慧弟德》，不致于认为我们的世界是“在所有可能的世界中的最好的一个”，但通读他的一些作品，还是有可能让人领悟，舒氏的世界观温和中道有余，或许还能有些告诫、劝谏或和缓批评的语气，唯寻求变化的意识与行动不在字里行间，探询、叩门与培力变迁的意向，大致就是消失于无形。

比如，在《广告：艰难的说服，美国社会对广告的评价》（1986）一书中，⁴舒德森总结他对广告的七点批评时，引述经济大儒海尔布来纳（Robert Heilbroner）的指控：“广告是商业文明中对价值最具破坏力的活动”。他说这个指控固然有些夸张，却还是让他“忧虑”。只是，忧虑归忧虑，忧虑之人必有的反应，也就是构思解忧的途径，似乎不在他的视野之中，于是他只能对商业广告主喊话：“广告在一定程度上可以成为提高人的价值观和人道价值观的艺术”。这是什么意思呢？抢救广告，恢复“广而告之”的原意，进而赋予更多“公益”或“反建制”“广告”的内容吗？令人费解。另一位传播名家席勒（Herbert Schiller）⁵

百思不得其解，是以摇头叹息而认定舒氏是“为现状说抱歉，却袖手旁观的人”。⁶

持平地衡情论理与月旦传媒之际，舒德森大致保持乐观的思绪及进步的史观。20世纪60年代以来的美国传媒有更多负面的政治新闻，因此使人不信任政治威权，顺此衍生了犬儒心态与作风吗？越来越多的新闻与信息不分，以至于新闻业的专业水平下降了吗？兼并垄断之风炽烈，于是新闻编采的空间缩小而立论的多元程度跟着也萎缩了吗？新闻产制大多自上而下，采访高官而不是小干、接触富商而不是中小企业、走访经费充足的大规模非政府组织而不是小型的市民团体，再加上公关编造与植入广告的营销之苦，当前传媒的表现江河日下了吗？

这些常见的批评不是无的放矢，但舒德森更愿意站在历史的高度俯视。他提醒读者，“今日传媒虽有百般缺失，美国人现在比起以前，还要有更多的、更可靠的信息。人们今日所得的信息，其仔细编采、富有良知，分析健全且简洁呈现的程度非常罕见”。⁷舒德森说，美国幅员辽阔，地方新闻可观者少，但全国性传媒组织的水平有很大提升。比如1979年，有线电视业界联合推出“公共事务卫星电视网”，迄今已有两个频道分别转播参院与众院的议事过程，会期以外另设（晚间）现场政论与品书节目，第三个频道则转播其他公共事务活动，这些频道除预告本台节目外，不播商业广告；有线电视新闻网，在1980年首创举世瞩目的24小时滚动新闻频道，引领风骚；《时代》周刊到1970年才有全国版；《今日美国报》1982年方始诞生，而半数美国高校学生偶尔都会读《华尔街日报》或《纽约时报》。

这些固然是正面的发展，但不免流于拿举例当作论证，不能认同的人很容易就可举出反证。比如，获得普利策新闻奖的霍伯斯坦说，“统治阶级喜欢有份像《纽约时报》这样的报纸”⁸；而加州大学伯克利分校新闻学院教授麦道格则说，他离开采写十余年的《华尔街日报》，原

因是在那里“工作，烦死人”。⁹舒德森通过举例而论证，是否有足够的说服力见仁见智，但他另有一些善念，倒是明显与很多经验事实并不相符。舒德森称，传媒事业主比起以前，在专业上已宽容了许多；又说大型传媒也许会滥用垄断地位，却可能因为有较充分的资源来抵抗广告压力，进而以比较恒定的规模及规律进行新闻编采实践。

然而，真相往往事与愿违。一方面，美国的大型报业集团利润丰厚，媒介经济学者皮卡特的详细数据显示，获利第二名的行业（药品）“只”有9%，报纸却在15%—20%之间，其中奈特—赖德集团（Knight Ridder Inc.）硬性要求其报纸获利率需在20%以上。¹⁰投资银行高盛（Goldman Sachs）搜集的统计材料显示，美国12家最大的报团在2004年的平均利润达21%，是《财富》五百强公司的一倍。¹¹2006年2月8日笔者随同瑞典政府资助的斯坦福大学“创新新闻学”短期班团员至《旧金山记事报》参观，其工商版主编郝尔（Ken Howe）表示，美国报纸并非不赚钱，而只是近年来赚“少”了，“只”有10%多一点。2005年，奈特报团的利润率是16.4%，低于20%，于是它在2006年3月以45亿美元转售给麦卡雷企（McClatchy）报团，经理人大力推动易手的原因之一，即在交易成功后，其红利可望是年薪（170万美元）的三倍。¹²2006年，美国上市报业公司的税前利润达17.6%。¹³

另一方面，尽管赚钱、尽管报业，特别是大型报团的财务状况良好，美国报业自2000年至2005年，还是解雇了3500位记者，相当于7%的编采记者总量。¹⁴到了金融危机从美国被引燃的那一年（2008），麦卡雷企报团仍有利润21%，但裁了三分之一的人力。甘尼特（Gannett）报团2008年的平均利润是18%（报团的某些报纸获利甚至达到42.5%），但整个集团照样裁员三千，并强迫许多员工无薪休假，与此同时，其高层管理人员却获得六位数的红利。2009年初，《芝加哥论坛报》所属的集团有许多报纸仍然有很高的利润，并且该集团整体在

2008 年前三季也都还有高于银行利率三倍以上的利润 (5%)，但它却在 2008 年 12 月提出破产宣告之请，报业遭致池鱼之殃，集团的其他投机产业连累了传统媒体。¹⁵ 这算是善尽大型报团的社会责任吗？一线编采记者都可以放弃，都还在报纸犹能营利时不免被迫下岗了，投资者还愿意长期投入充分的资源，为稳定与提升新闻内涵及其质量而不断地耕耘吗？好像不太可能，最多仅是偶尔为之吧。

难怪美国论者愤恨不平，直说一手赚钱一手裁员是美利坚“报业的肮脏秘密”。¹⁶ 新闻人的工作条件因利润归私等原因而下降，传媒本身因为业主的私心而牺牲专业的不良例子，同样不在少数，试举三件最抢眼、眼前还在进行的“事迹”。“新闻集团”的默多克 (Rupert Murdoch) 以其传媒资源结交权贵的“名声”很大，1997 年英国工党大选胜券在握之前，他邀请当时的工党党魁布莱尔 (Tony Blair) 到澳洲“参访”，接着很快地就使英国销售量最大的日报《太阳报》转而支持保守党的立场，公然招摇之处并不掩饰，默多克虽然不乏马失前蹄的时候，但他的得也远远多过于失；¹⁷ 纽约市长布伦伯格 (Michael Bloomberg) 两任后居然意犹未尽，由于其财大气粗外加媒体大亨的地位，在 2009 年修改只能两次连任的法律让自己顺利三连任；¹⁸ 贝卢斯科尼 (Silvio Berlusconi) 从 20 世纪 90 年代以来，三度公然指挥自家传媒将自己送上大位，人心不足蛇吞象，他在夺得总理职务后，连番玩法、修法或以行政手段恫吓传媒人的“事迹”，不仅让意大利人瞠目结舌，许多远亲近邻也都骇异莫名、羞于与他同作欧洲人。¹⁹

美国传媒界的景象，几乎就是私有及利润挂帅体制的天下，舒德森称之为另类或激进的传媒虽然仍有空间，多年来也持续发声，却如同神龛，聊备一格。如实地说，大型商业传媒也许如同舒氏所说，按理能够更为自主、独立于资本及广告牵制，能够以合适的资源制播传媒内容。这类情况或许一直存在，但假使只是出于业主的善念，或只是凭借个别

新闻人自发与超水平的努力，那必然也只能是偶然幸致，可以慰藉人心，却不足以长期稳定地存在，这个道理很明显。这也是公法学及传媒政经研究论者贝克教授（Edwin Baker）的论断，如果没有“健全的公共政策”²⁰作为规划架构，却反倒放纵先竞争、后产生寡占或独占的传媒市场，那么要求新闻服务民主之说，就只是缘木求鱼，不切实际。

《新闻社会学》与舒德森先前著作的差异，就在他于本书又跨出了一步，对于通过公权力的运作，让传媒能够在比较优质的事业结构中运作，有所着墨，可说是借助他山之石攻美利坚之失，不妨说这也是呼应贝克等人主张的方式之一。似乎，在20年前停留在善念门前而“为现状说抱歉”之后，他便开始行动，发表新闻改良的言论，表示大众传媒“广电丰富了人们的理性成分与生活举止”的说法用于BBC“最可信”，用于第三世界甚至是美国商业电视网则不太可信。²¹继之，他又为“政府规范能力几经限缩后，美国传媒的多样表意空间，特别容易受到市场的压迫”而扼腕。他还讨论了北欧的报业补助，指出已有13个欧洲国家立法赋予当事人答复权，并表示这些国家的传媒，并未因公权力介入而出现寒蝉效应，以致不敢批评或监督政治权力。²²更耐人寻味的是，舒德森引用菲律宾记者的证词，指“国家暴政也许还没有市场暴政那般恶劣。记者如我，深知如何对付国家……但你能对市场怎么办呢？”²³他是觉得，商业之风在“历史上所催生的良善之新闻风气”²⁴已经是明日黄花，如今的实况是，放纵私传媒在市场中竞逐利润，对于人们的信息及娱乐质量的负面影响太大，以致必须防范、矫治与创新，但现在非但无法将其排除，事实上还必然会涉及公权力的深入调节吗？并且，这个结论不只是适用于西方自由主义体制国家，也适用于菲律宾等类型的国家，因此具有普世意义的命题吗？如果这是过度的解读，至少，我们应该可以持平地说，兴起于20世纪70年代末的市场原教派²⁵即便曾经取得一些解放的成绩，却更快地恶化了人类的处境，日甚一日，舒德森在

目睹亲历之余，应该说已经与时俱进，不仅在字里行间蕴含了一个道理，此即公权力的功能与市场经济不是楚河汉界，而必然是交相渗透，从而就有取法美利坚以外国家的实践经验之必要。本书用了相当的篇幅，检视许多欧洲的新闻与传播思维及政策作为，道理在此。假使舒德森再看韩国与日本的例子，就会更有启发（见本文注36、37）。

本书的出版²⁶与伊拉克战争几乎同时，其后美国政治及传媒更加两极化，到了金融核爆由次贷危机燃烧至世界经济体系与社会时，依赖广告最为深入的美国传媒所受的负面影响只能大于多数国家，何况还有先前提及的美国“报业的肮脏秘密”，二者相加，更是使其新闻编采的质量雪上加霜、危及民主政治所需要的新闻事业。面对这场1929年以来最大规模的系统危机，许多国家中关注传媒走向的人，无不攘臂振衣、一呼而群呼，希望翻转格局，转危殆为机会，让早已陷入民主赤字许久的传播媒体，走向真正的改革之路。

突破美国“忌谈”政府补助传媒的刊物，是舒德森归类为“激进”的《国家》。2009年春，该刊出现强力主张“只有政府能够落实政策与补助，提供制度架构，让新闻事业的质量得以确保”的文章。²⁷如果只是单音独唱，效应难以期待。激进的声音在非常时期登时有了响应。沟通美国学院与业界、色彩温和的旗舰双月刊《哥伦比亚新闻评论》将这个主张转化为公共议题，“政府是否应该及如何给予新闻事业税赋补贴”，并随即力邀读者加入讨论。²⁸国家是否及怎么介入传媒结构的变革与改造，无法不成为核心议题。舒德森的同事吉特林（Todd Gitlin）稍晚到伦敦讲演时，不忘抨击新闻业，指其对于权威当局的负面报道虽多，却不能掩饰传媒历来对于主流权威的顺服，一点没有改变。吉特林是指2003年传媒报道伊拉克战争时，尾随官方论调；以及，2008年夏秋以来，大量财经报道都顺服于三合一的权威体，也就是银行团、解禁论者与金融分析师的话语，他们将金融危机当作是难以避免的天然现

象。尽管碍于讲演场合，或是，尽管平日未曾就此思考而不好多言，以致吉特林对于具体作法没有细描，只能以疑问句“BBC 模式是未来的出路吗？”带过，但与本文更有直接关系的是，他确实明白表示“只有公共政策能够发生作用”。²⁹

就在吉特林于英伦讲演时，隔着大西洋，皮考特等三位市民传媒改革社团的专职人士的调查报告与建议书《手援新闻：论全国新闻事业兴革策略》亦告出笼，他们提出了可能是至今为止，最广泛的美国传媒改革模式。³⁰皮考特等人先行指出，在美国谈传媒（特别是报纸）政策时，常有四种反应：（一）很多人因对传媒表现生厌，觉得死就死哩，传媒生死与我有何关系？（二）以为传媒危机是互联网造成，那么有朝一日还是会有互联网的解救方案，一定会有创新的“生意模式”（business model）出现，毕竟人们还是要看、要读、要听新闻等各种内容，差别只在于未来多会在线为之；（三）市场过程本来就是汰旧换新，是先毁灭后创新；（四）政治人与媒体人经常沦为意识形态或现实利害的囚徒，加诸从来就不会有简单易行的方案可以迅速提升传媒的质量，因此，他们就更明白地或在潜意识下，不肯构思哪些政策组合与作为，可以是舒缓或者解决困境。于是，皮考特等人只好“越俎代庖”，在考察美国具体情境，同时酌量参考欧洲例子后，指认公共政策可以扩张以下六类模式的短、中与长程改革，依序是：

一、非营利、低度营利与合作模式，美国的《哈珀杂志》（Harper' Magazine）、英国的《卫报》（the Guardian）、法国的《世界报》（Le Monde）与德国的《镜报》（Der Spiegel），等等传媒都是；

二、小区及都会模式，鼓励“专业”（profession）记者与“业余”（amateur）市民携手共进新闻事业（pro - am journalism），最知名的是2005年开始运作的《圣地亚哥之声》（Voice of San Diego），设有11位记者从事调查报道，依靠800人一年35至1000美元的捐赠；

三、基金会与大款捐赠模式，立意从事调查报道以伸张公共利益的“公共正直中心”（the Center for Public Integrity，1989 年创设），更早（1977 年）成立的“调查报道中心”（the Center for Investigative Reporting），以及许多以大学作为核心的类似单位，均可列入；

四、公共管理与政府出资模式，1965 年以来，美国政府陆续以公共预算设置了艺文、人文社会赞助基金，以及公共广播与电视网，除了可以考虑使其规模向欧洲看齐之外，设置新闻事业实验基金、新闻职务与工作规划案，等等，也值得从事；

五、新商业模式，比如，以政策鼓励创新？包括顺应已局部出现的做法，由硬件厂商或搜索引擎公司支付内容生产的部分成本？善用网络推广公民新闻实践，以及推进稍早前提及的 pro-am 报道模式；

六、公共补助与政策改变：参照《国家》一文提出税赋减免与授信（但对额度未曾引述，见后）、直接的政府刺激方案等，也提及贝克教授的建言（社会需要记者投入调查报道，广告客户未必如此，政府若让记者薪资作为业主抵税的依据，或许可以提供诱因，让业主减少裁员）。

在众多学院与市民社团交相提议的时代氛围下，美国参议员开始提议，希望将条件合适的地方报业转型为公益性的非营利组织。³¹到了 2009 年 9 月，美国联邦交易委员会罕见地宣布，将在 12 月以传媒为题，召开两日研讨会，虽说其眼界略为有限，将问题界定为检视“互联网对报章杂志、广播电视与收音机及有线（卫星）电视的冲击”及公共政策的回应，³²但联邦政府机关召集两日会就此议论本身，实乃传递了重要的讯息：传媒改革不是自由主义政体的禁区。10 月中下旬，舒德森等人在哥伦比亚大学等高教机构支持下，稍显乐观之情，以《重建美国新闻事业》为题，³³提出了考察报告，其建言范围并未超越“传媒自由学社”（Free Press）三位研究员联手完成的《手援新闻》。不过，该份报告的写作方式似乎更为接近一般人的阅读习惯，比较可读，他们省略

了图表与形式结构、搜集较多相关的（含高校新闻传播机构）个案与故事；更重要的是，他们等于是以学院人的身份，呼应、共鸣，因此扩大了市民社团的研究成果。舒德森等两人的六大建言是：

一、美国联邦国税局或国会应该清楚明白授权，凡是主旨在于报道公共事务的地方报纸可以转型为非营利或低营利有限公司，使其服务公共利益，至于其转型后的收入来源是商业赞助或广告，不再追问；

二、各慈善单位与小区基金应该大量增加对公益新闻事业的支持。美国税赋低于欧洲，其个人或机构捐赠额因此较高；2007年最大的25个小区基金捐款额达24亿美元，但很少用于传媒，假使其中有1%投入新闻报道，就可以让美国各地投入于地方新闻的捐款金额倍增；

三、公共电台与电视台应该大幅投入地方新闻报道，国会目前一年提供的预算4亿美元太少，等于是一个美国人只有1.35美元，毕竟加拿大；澳洲、德国、日本；英国；丹麦；芬兰依次为25、60、80与100美元以上。国会应该改组“公共广电协会”（Corporation of Public Broadcasting），使其扩张成为“公共传媒协会”（Corporation for Public Media），如此才能与时俱进，反映数字传媒汇流的事实；

四、公私立大学相关院系应该把资源投入于本地、本州岛及特定题材的报道，使其成为高校教育愿景之一；高校新闻传播学院应该经营自己的新闻组织，亦可积极承担平台的架设工作，协调本地其他非营利社团的新闻与调查工作，也应该开放设施供各方使用，包括协助新闻与博客网站，等等；

五、创设地方新闻的全国基金，可对电信设施用户课征经费，也可向电视或广播执照持有者或提供互联网服务业者提供捐助，并通过各州的“地方新闻基金委员会”以公开方式管理之。联邦政府既然对人文艺术、科学与公共卫生都提供经济协助，一年总额达340亿美元以上，联邦传播委员会也对电信业收取一年70亿美元以上费用为乡村地区服