



□□□

“资本”影像

——90年代以来中国电视新闻场域的变化及其影响

高传智 著

中国传媒大学出版社

□□□

“资本”影像

——90年代以来中国电视新闻场域的变化及其影响

高传智 著

中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

“资本”影像:90年代以来中国电视新闻场域的变化及其影响/

高传智著. —北京:中国传媒大学出版社,2009.9

ISBN 978-7-81127-764-7

I. 资… II. 高… III. 电视新闻—电视节目—研究—中国

IV. G222.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 154356 号

“资本”影像:90年代以来中国电视新闻场域的变化及其影响

作 者 高传智

责任编辑 董媛婷

责任印制 曹 辉

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 730×988mm 1/16

印 张 14.5

版 次 2009年12月第1版 2009年12月第1次印刷

书 号 978-7-81127-764-7/G·764 定 价 36.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

目 录 Contents

导 论 /1

- 第一节 研究问题的提出及过往研究评析 /4
- 第二节 本文的研究框架——场域理论 /16
- 第三节 本文的研究方法、论述结构及其他 /27

第一章 电视新闻场域的一般构型和资本交换机制 /31

- 第一节 电视新闻场域的一般构型
——政治 经济 观众 思想 /31
- 第二节 电视新闻场域与关联场域的资本交换机制 /37

第二章 统一的终结——90年代电视新闻子场域的出现 /49

- 第一节 电视新闻关联场域的变化 /49
- 第二节 90年代以来电视新闻场域的现实构型 /59
- 第三节 从《东方时空》到《新闻调查》
——电视新闻子场域的出现 /65

第三章 90年代以来电视新闻子场域的变化 /80

第一节 电视新闻子场域分化的背景和个案选择 /80

第二节 衰落——《新闻联播》类新闻子场域的变化 /85

第三节 乏力——《焦点访谈》类新闻子场域的变化 /96

第四节 挣扎——《新闻调查》类新闻子场域的变化 /104

第五节 逐利——《南京零距离》类新闻子场域的变化 /117

第六节 夭折——《1860 新闻眼》类新闻子场域的变化 /124

第四章 90年代以来电视新闻场域变化的影响 /133

第一节 分裂——90年代以来电视新闻人的惯习图景 /133

第二节 跛行——90年代以来电视新闻场域的功能图景 /148

第三节 重组——对未来电视新闻场域关键资本的思考 /163

研究结论及反思 /174

附录一 “第三条道路”与中国广播电视新闻体制改革 /177

附录二 分裂——90年代以来电视新闻人的惯习图景 /196

参考文献 /211

后 记 /226

导 论

引 言

“这是最好的时代,这是最坏的时代,这是智慧的时代,这是愚蠢的时代”。^① 1859年,有过六年记者生涯的狄更斯,准确地概括了任何时代投射在人们心头的影子;2004年起,在法国大革命精神传统延续过的地方,一场被认为是继1982年至1984年、1989年至1992年之后的“第三次改革大争论”持续进行——“我们可能走向天堂,也可能走向另一个方向。”^②

有研究认为,进入20世纪90年代后,传统上以“改革”作为近30年来中国(内地)社会分析的坐标正在发生变化。“改革以来”,这一笼统的时间概念模糊了其间的重要社会转折。原因是,自1992年“改革”再次启动之后,中国社会已经发生了一些非常重要的、根本性的变化。一个日益能够被明显感知的现实是:经济持续高速增长,但社会中很大

① 狄更斯著、罗稷南译:《双城记》,上海译文出版社1983年版,第12页。

② 吴敬琏:《改革二十年感言》,《改革:我们正在过大关》,生活·读书·新知三联书店2004年版。

一部分人并未从中受益。^① 社科院自 1997 年每年推出的《社会发展蓝皮书》系列调查显示,就业失业、收入差距、贪污腐败、社会保障一直是中国人近十年来最为关注的社会问题。^② 这些社会问题的背后,一些学者认为是信仰的崩溃,金钱与权力的结盟,^③ 社会财富的单向汇聚,社会阶层经历分化、聚合与断裂之后的“利益分散的大众散沙”与“特殊利益胶合而成的几块大石头”。^④

但与此同时,一些相反的变化也在或快或慢地发生:最近十年来,境外伴随“中国崩溃论”的更多是“中国威胁论”,有统计称我国的综合国力增至世界第六^⑤;以“民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处”为总要求的“和谐社会”建设,在 2004 年成为执政党的新纲领;自 90 年代后发展就基本停滞甚至恶化的农村面貌,在 2006 年初“新农村建设”的号召下再次引起上下关注,一直广受诟病的农村义务教育收费制度,将逐步在全国农村废止;2007 年的第一天,最高人民法院正式收回死刑核准权,“统一死刑适用标准,控制和慎重适用死刑”,敬畏生命,慎用死刑,说明一个观念已深入人心——即使是对那些罪不可恕的公民,也不能剥夺他们被公正、公平对待的基本人权。与此类变化相伴的,是国人“大国崛起”的历史情结终于找到了现实的依托。

如何理解这两种撕裂着的指向呢?近 30 年的市场化改革,使当代中国如同根系突然抵达水源的枯树,枝蔓一时间向各个方向急速扩张。超速的成长,使这棵大树呈现出的不同向面,既有观察者立场不同带来的必然差异,也有社会转型后遗症导致的客观存在。其中,一个关键的节点在

① 孙立平:《一个新的社会正在形成》,《南方周末》2003 年 1 月 1 日。

② 陆学艺、李培林主编:《中国社会形势分析与预测》(1997~2006 年),中国社会科学文献出版社。

③ 吴敬琏:《寻求助力 克服阻力——发展证券市场 建设现代市场经济》,《财经界》2001 年第 3 期。

④ 孙立平:《失衡——断裂社会的运作逻辑》,社会科学文献出版社 2004 年版,第 25 页。

⑤ 中国社科院 2006 年 1 月 5 日公布的国际形势黄皮书《2006 年:全球政治与安全报告》。

于,人们对于财富如何才是公正、公平的分配,渐渐超过了对财富总量单纯增长的关注。很自然的,这种关注从经济领域延伸到了政治领域,进而,人们对于当下制度的缺失和空转,能否承载起崛起的期望产生了分歧:是会使当下已经倾斜的主干直至倾覆,还是只出现了几支等待修剪的枝杈。

“每个人都是历史的人质”,几百年来,包括马克思在内的哲学家多次指出了这一点:没有人可以摆脱历史的烙印和现实的局限。在社会科学领域,许多代价惨重的过去都一再提醒人们,不要对自认为理性的判断太过自信,“谁将伟大地思考,谁将伟大地犯错”。^①但矛盾的是,“我从哪里来,现在哪里,又将往何处去”,类似的终极追问,又始终横在那里。“人,只不过是大自然中最柔弱的芦苇,但他是会思想的芦苇”。帕斯卡在《深思录》中的喟叹,浸透了人类内心深处的脆弱、无奈、坚韧和求索。

人们对身处环境的天然关注,决定了有关于此的思考不得不宿命般地谨慎继续。作为现实环境的描摹者,大众传播媒介自诞生之日起,就成为人们反映现实的镜子。绝大多数传播学者认为,大众媒介与政治、经济、文化、法律、教育等社会领域存在着正式与非正式的交换关系,并在与社会的互动中相互建构。^②反映在当代中国,这种互动一方面表现在急剧变动的社会生活,既作用于大众媒介,更作用于媒介背后同样“沉默的大多数”——那些被各种纪律、规范覆盖的从业者;另一方面,虽然社会的变化是多种力量的综合作用,但由于各阶层对大众媒介利益代言意识的提高以及媒介自身利益的驱动,使媒介对社会的塑造力量正在增强。这时,本文所关注的基本问题就呈现出来:对于自20世纪80年代末90年代初,奠定第一大众媒介地位的电视新闻,急速变化的时代是否让它发生了变化,如果变化了又是怎样的变化,这样的变化又会使它对时代产生怎样的影响?

① 转引自彭富春:《海德格尔的迷途》,《开放时代》2000年9月号,总第141期。

② Denis Mcquail, *Mass communication Theory*, London Saga, 1987. p. 58.

第一节 研究问题的提出及过注研究评析

一、问题的提出

1. 关于研究对象

当代中国大众媒介系统深刻而复杂的变化,始自 1978 年,显于 20 世纪 80 年代末,1992 年之后重新启程。目前,对中国大众媒介社会角色的判断,学界一般认为,媒介依然是政治治理结构的一部分,但已经在个体和局部上承担起一定公共领域的功能。

电视正是在这 30 年中,完成了由弱而强、盛极一时的力量积累。虽然受网络媒体的冲击,传统电视的黄金期正在过去,但 2005 年度的全国电视观众生活形态报告显示,彩色电视机的全国家庭普及率达到 93.91%,电视仍是这些家庭最常接触的大众媒体,也是人们每天接触时间最长的大众媒体:周一至周五观众平均每天收看电视 196.05 分钟,周六、周日平均每天收看 216 分钟。其中,新闻报道与电视剧、天气预报成为电视节目中观众的必需品,经常看/天天看^①的比例在 68%以上。

电视观众接触主要大众媒体的频率^②

接触频率	报纸%	杂志%	广播%	网络%	接触频率	电视%
几乎每天	16.72	3.5	5.39	3.01	每天都看	83.23
3~5 次/周	7.54	4.22	2.32	2.19	4~5 天/周	6.33

① 数据来自对 38 类节目类型的影响力摸底,通过“天天看、经常看、有时看、很少看、基本不看”五种观众的主观模糊评价指标进行排序。中央电视台总编室、央视市场研究股份有限公司:《全国电视观众生活形态调查报告》(内部资料)。

② 中央电视台总编室、央视市场研究股份有限公司:《全国电视观众生活形态调查报告》(内部资料)。

续表

接触频率	报纸%	杂志%	广播%	网络%	接触频率	电视%
1~2次/周	11.15	8.94	2.73	3.25	有时看	7.73
>1次/周	6.18	7.66	1.8	3.18	很少看	2.49
几乎不接触	58.41	75.68	87.75	8.37	几乎不看	0.22

在大众传媒与受众的关系上,一直存在着两种基本的理论阐释取向:“媒介使用与满足理论”和“媒介依赖理论”。然而,近年来越来越多的研究者对这两种视角提出了批评。他们认为,前者主要考虑受众进行媒介消费的心理动机及需求,在概念和方法上均过于狭隘和孤立,没有和更广泛的社会结构力量幕后操作相联系;后者虽然强调了媒介、受众与社会三者之间的互动,但忽视了个体在选择和阐释媒介讯息方面的能动性。

在此基础上,20世纪80年代,“媒介使用与依赖理论”整合了上述两种理论的优缺点,把“使用与满足理论”中个体媒介使用动机与行为的微观视角,与“媒介依赖理论”中的社会体系宏观视角相联系,认为大众媒介体系是特殊的社会环境(包括社会经济结构、政治结构与文化结构)的产物,个体不同的媒介使用动机与需求也是特定社会的产物,并为社会环境所制约;受众寻求信息的不同动机和需求导致了不同的媒介行为,从而导致了媒介、媒介内容和不可替代性功能的依赖;这种传播活动影响着受众的认知、态度和行为,从而对社会结构、媒介体系的结构、内容及功能产生影响。^①因此,电视新闻作为当下第一媒介的主要内容构成,无疑在与观众、社会的相互作用和建构中扮演着重要角色。

“历史不厌其烦地教诲我们:话语并不是转化成语言的斗争或统治系统,它就是人们斗争的手段和目的”。^②在当下“公平”优于“效率”的语境里,公共“话语”更是参与利益分配的“权力”。电视新闻作为阶层、集团之

① 廖圣清等:《论中国传媒与社会民主化进程》,《现代传播》2005年第1期。

② 米歇尔·福柯:《话语的秩序》,转引自许宝强:《语言与翻译的政治》,中央编译出版社2001年版,第146页。

间相互“喊话”的主要管道之一,必然成为各种力量的角力场,同时也在与这些力量的作用与反作用中占据着特殊位置。并且,这种特殊不会因为电视新闻扮演的角色是清晰还是模糊、统一还是分裂、正面还是反面而有所改变。因此,本文把研究对象确定为反映、影响社会生活同时也对之反映、影响的主客统一体——电视新闻实践。

2. 关于研究问题

如果说围绕电视新闻的生产与播出的,是一场各种力量渐渐介入的演出,那么这场正在电视屏幕之后发生的故事,是以怎样的线索展开,有哪些冲突和矛盾,过程是跌宕起伏还是平淡无奇,剧中人的心理、行为又是怎样的,故事在向哪个方向继续,会对社会这个更大的舞台产生怎样的影响,凡此等等,成为一系列或细微或宏大,非常复杂却又无法回避的问题。换言之,本文根本的问题意识在于:如何认识和评价 90 年代以来,中国电视新闻实践在社会生活中的变化及其影响。

3. 关于研究时段

选择 20 世纪 90 年代以来作为本文研究对象——电视新闻实践的研究时限,原因是:(1)90 年代以来中国社会与此前改革时段有了很大不同,“用一句话概括,就是新的社会正在我们的生活当中出现,并开始定型化”。^① (2)“目前,圈内人士和学者的共识——中国电视新一轮的改革发端于中央电视台的早间节目,特别是以《东方时空》的问世为标志”。^② 电视真正进入大规模的市场化道路是从 20 世纪 90 年代开始的,以《东方时空》《焦点访谈》《新闻调查》为代表的电视新闻语态、功能变化也是从这一时段发轫。(3)许多以转型中国为对象的研究者认为,当下真正的事实,

① 孙立平:“20 世纪 90 年代以来中国社会演变的新趋势”课题报告,2004 年 7 月 6 日上午,广东省立中山图书馆。

② 孙玉胜:《十年:从改变电视的语态开始》,生活·读书·新知三联书店 2003 年版,第 11 页。

或真正的逻辑,只有在事件当中才能呈现出来,过程本身应该成为一个独立的解释现象的源泉,研究者应把社会事实理解成一个动态的过程性东西,通过对事件过程的描述,在动态中揭示社会事实。^① (4)时间是自在和连续的,而历史却被人为地切割。选择 90 年代以来可以跳过特定的历史事件。

4. 选题的价值和意义

“在人类社会这个大棋盘上,每个棋子都有它自己的行动原则……”^②黏合这个社会的,有金钱、权力、利比多,也有真相、理想和同情心。在社会转型的搅拌机里,许多人都面临重新思考各种元素的配比,以形成能够平衡内心复杂感受的新准则。因此,在一个集体信仰缺失、个体心理迷惘的时代里,仅凭宏大叙事就期望能够指导什么,或是改变什么,未免太过乐观。本文更多是笔者一次思考的历险,其中的粗疏浅陋一定难免。因此,选题的价值和意义,更多的是促使笔者对工作、学习的领域进行一次系统的梳理。但如果能进一步像波普所说的那样,成为接近真相的一盏烛光、一点萤火,与同行者分享,进而为促成社会共识,推动社会进步提供一点助力,则善莫大焉。

二、问题的既往研究

1. 相关研究文献回顾

许多研究者认为,中国的新闻格局正处在一个渐变的关键时期。围绕着新闻在社会生活中的角色和功能演变,如何认识和评价当下的新闻实践与社会的相互作用就成为研究的热点和焦点。电视新闻实践作为新

① 孙立平:《“过程—事件分析”与中国农村中国家——农民关系的实践》, <http://www.tecn.cn/space/?action-viewthread-tid-156289.html>

② 亚当·斯密:《道德情操论》,商务印书馆 1997 年版。

闻总体实践的一员,虽然有因自身监管体制、制播方式、内容形态等不同带来的个性规律,但更多的是与其他新闻媒介处在同一个社会环境内的共性规律。

90年代中后期,随着政治体制改革讨论的升温,如何看待一直被当做政治体制一部分的新闻系统角色,在“理论界”“学术界”“思想界”^①一直是相互纠缠的议题。从总体上看,理论界内部意见较为一致,他们以马列主义经典著作和四代政治领导核心的发言、指示为话语体系,以“历史经验主义”为论证方式,强调新闻作为执政工具的合法性和必要性,主张新闻实践在权力架构中的从属地位和掌控运作。

而思想界的观念一方面与理论界充满张力,另一方面有因为内部“新左派”“新保守主义”“自由主义”的裂痕而对新闻的角色、功能的定位有所区别。但总的说来,思想界作为有着独立立场的群体,都主张赋予新闻更自主的角色定位,以更好地维护公众利益的公正调整。为此,他们运用各自的思想资源进行评论,从政治学角度切入,如邓正来的《〈焦点访谈〉及其背后的结构性力量》,剖析在中国社会转型的过程中,究竟是“谁”在建构这些流动在电视屏幕上的新闻论题,认为新闻依然作为政治治理技术而存在,即使是像《焦点访谈》这样以舆论监督著称的栏目,依然离真正的监督功能相距甚远。陈志武则在《中国经济前景为何离不开新闻自由》中,运用经济学中的相关理论来论证新闻角色独立、功能自主的必要性。文章认为一个自由的、不加审查的新闻媒体不仅可以独立地提供完整的、公正的市场信息,而且它们能成为中国市场经济的重要纠错机制,对经济

① 一般认为,当代中国社会实际上存在着三个与知识分子有关的“界”(领域):理论界——“主流意识形态”领域(或称“国家意识形态”“官方意识形态”),着眼于为政府提供决策参考意见,生产意识形态权威;学术界——“学科的、专业的”领域,着眼于本专业、学科的研究和建树,培养学术权威、专业人才;思想界——“思想领域”,进入这个领域的知识分子,一方面,既超越了意识形态——他们总是抗拒主流意识形态的束缚;另一方面,也跨越了学科的、专业的壁垒——他们并不满足狭隘的专业分工。

增长和创造就业发挥举足轻重的作用。其他运用法学、社会学、哲学等学科资源的相关研究,在思想界多有论及,尤其随着近年来网络传播的崛起,更加难以计数。

遵从理论界话语体系的研究脉络在学术界一直有延续的分支,但这一分支近年来在学术交流中有被边缘化的趋势。与这一分支命运不同的是,一些在 90 年代中前期,以之作为话语策略的研究者,通过语言上的“穿靴戴帽”,再融汇传播学、社会学等理论资源,适应了当时乍暖还寒的政治气候,获得了发展的空间,如孙旭培 1994 年出版的《新闻学新论》。在这些研究者看来,能以执政者可以接受的方式推动改革,是当下中国最为现实可行,而且社会成本最小的选择。但这种研究或更确切说是表达方式,无疑会伤害论证的严密和规范,因为集中于“应然”层面的表述,而规避对“实然”更深刻的剖析会略显苍白。

进入 90 年代后期,学术界与此有关的研究呈现出重视新闻功能、角色渐变与社会互动的过程,并运用了多种分析框架的趋势。由于经济体制改革影响日益清晰,从政治经济学切入的研究逐渐增多,凌燕的博士论文《可见与不可见——90 年代以来电视文化的政治经济学研究》,认为由政府发动、传媒机构与政府“合谋”进行的电视体制改革带来了电视身份与角色的双重性,最终不可避免地造成了观众对节目的误读,传播动机与效果悖谬甚至呈现出失控的状态。钱蔚的博士论文《政治、市场与电视制度——中国电视制度变迁研究》,认为今天的电视传媒已不再仅仅是党的“喉舌”,而开始能够在一定程度、一定范围内反映社会的要求,表达和整合社会呼声,而这一转变的原因是“中国政府对我国电视传媒系统进行市场化改革而产生的一个始料未及的结果”。还有一些研究则直接借鉴了新制度经济学尤其是制度变迁理论来分析中国媒体角色、功能的渐变,例如胡正荣、李继东的论文《我国媒介规制变迁的制度困境及其意识形态根源》,认为当下媒介角色与功能存在很多冲突和矛盾,媒介寻租、公权滥

用、政商共谋弊端层出不穷，而导致这一结果的根本原因是“我国尚不很成熟的政治意识形态很难使公民在政治理念上达成共鸣，更无法形成影响公民思想的政治思潮”。^①

对政治体制改革的期盼，使新闻的角色、功能无可避免地与公民权利的重建、完善联系在一起。学术界的许多研究者注意到了近年在政治学领域引起广泛关注的国家—社会关系理论，并以它作为分析框架，就如何利用大众传媒构筑国家权力与公民私人领域之间的缓冲地带——公共领域展开讨论和评价。如展江的《警惕传媒的“双重封建化”》，认为内地传媒尚未完全摆脱人治等封建传统影响，又将面对市场机制下广告和公共关系侵入后的“再封建化”，从而在一些地方发展到商媒勾结和官商媒共谋，最终制造了媒体的伪公共性，以至于传媒难以充当公众期待的社会转型守望者角色。^②

但一些学者也注意到了近20年来媒体在角色和功能上变化的媒介内部动因，并借用国际新闻界认同的职业概念加以分析，比如陆晔、潘忠党的《成名的想象——中国社会转型过程中新闻从业者的专业主义话语建构》。文章从新闻从业者如何期待及建构专业名望入手，考察在改革中的专业主义话语实践，认为新闻专业主义在中国有多个传统的渊源，当下面临各种力量的制约，在实践中具有碎片和局域的呈现，并且这种呈现在中国新闻改革过程中具有解放的作用，预示着更加深层的变革。^③

由于并无“政治正确”之虞，中国内地以外的学术界研究因而更加直接。李金铨的《中国媒介的全球性和民族性：话语、市场、科技以及意识形态》，认为内地媒介的角色处在民族主义和全球化的矛盾语境中，在功能

① 胡正荣、李继东：《我国媒介规制变迁的制度困境及其意识形态根源》，《新闻大学》2005年春季号。

② 展江：《警惕传媒的“双重封建化”》，《青年记者》2005年第3期。

③ 陆晔、潘忠党：《成名的想象——中国社会转型过程中新闻从业者的专业主义话语建构》，《新闻学研究》2002年第71期。

上既反映也加剧了中国不均衡发展的主要矛盾,表现在牺牲农民和城市工人,看重新兴城市知识分子、专业人士和经理阶级。从意识形态上讲,中国媒介及其工作者正在变动中,在政经变革的背景下,他们正在清理相互竞争的意识形态——共产主义、儒家思想和市场逻辑的专业主义。^①陈怀林的《90年代中国传媒的制度演变》,借用西方经济史学中的制度创新理论,认为十年来中国传媒业的主体正在日益膨胀的市场利益驱动下,从党和政府的宣传部门向国有信息产业艰难过渡。这种过渡是一个尝试建立“现代企业”制度的制度创新过程。而在中国现实政治体制改革滞后于经济改革的环境里,传媒制度的角色、功能变革也同中国的经济制度的改革一样,呈现出非均衡、渐进发展的特点,是一种“束缚式创新”。^②潘忠党在《大陆新闻改革过程中象征资源之替换形态》一文中,运用常规理论、意识形态霸权理论和社会构筑理论的概念分析田野调查的观察,认为新闻角色和功能的改变需要新闻从业人员运用各种符号资源解构“命令型新闻体制”的一些“天经地义”的原则和实践,构筑、阐释和正当化在原有的“命令型体制”下不存在的“非常规型”实践活动。但这种新闻改革活动不具备直接的意识形态对抗的特征,而是一种解构、构筑和重构“命令型新闻体制”的多向面社会变革活动。^③麦康勉(Barrett McCormick)的《中国媒体商业化与公共领域变迁》,坚持以受到置疑的“公共领域”理论框架来分析中国媒体新时期的表现,认为虽然传媒的商业化并非灵丹妙药,但与改革前在意识形态垄断下所塑造的等级政治文化相比,它能为开放和理性的公共领域造就更好的条件和发展前景。^④何舟在《从喉舌到党营舆论公司:中共党报的演化》中,以“拔河赛”来比喻传媒制度层面中

① 李金铨:《中国媒介的全球性和民族性:话语、市场、科技以及意识形态》,《二十一世纪》2002年12月号。

② 陈怀林:《90年代中国传媒的制度演变》,《二十一世纪》1999年6月号。

③ 潘忠党:《大陆新闻改革过程中象征资源之替换形态》,《新闻学研究》1997年第54期。

④ [美]麦康勉:《中国媒体商业化与公共领域变迁》,《二十一世纪》2003年6月号。

政治与市场的互动,竞争双方都尽全力试图将对方拉入自己的领域,竞赛中的接触、拉扯和前后移动,形成了整个竞赛的全过程,并得出政治力量唯一占强势地位的领域是新闻内容生产过程。^① 与以上研究更多认同市场正面作用的结论相反,赵月枝认为,市场对中国新闻业有某些“进步因素”,但她更赞成基恩(John Keane)视市场为一种宰制新闻的力量。她认为目前中国的新闻业集党国新闻和商业主义罪恶之大成。^②

2. 相关研究文献评析

作为当下的热点议题,与本文主题相关的研究成果远不止上面列出的14篇(部)论文(著作),仅笔者三年来收集的相关研究就达500百多篇。由于立场各异,结论也自然不同。并且,即使在同一立场下,例如学术界的独立研究者,结论也有不同程度的差别。从知识社会学^③的角度看,不同社会群体生活实践中产生的思想或知识,是社会群体历史经验的集合。社会群体的生活形式不同,对世界的认识和解释也不同,虽然作为知识或思想都有共同的假定。^④ 德国社会学家K. 曼海姆进一步强调,人的意识不可避免地依赖于人的社会地位,认为知识或思想以外的其他社会文化因素,包括阶级、社会地位、职业群体、代际关系、生产方式、权力结构、历史情境、竞争、冲突、流动以及价值观、世界观、社会思潮、时代精神、

① 何舟:《从喉舌到党营舆论公司:中共党报的演化》,《中国传媒新论》[香港]太平洋世纪出版社1998年版。

② Yuezhi Zhao, *Media, Market, and Democracy in China*. Urbana: University of Illinois Press, 1998, p. 147. 转引自李金铨:《社会论社会理论对中国新闻业的解放潜力》,《二十一世纪》(网络版)2003年1月号。

③ 知识社会学是一门研究知识与社会之关系的科学。这里的“知识”一词的含义包括思想、意识形态、法学观念、伦理观念、哲学、艺术、科学和技术等观念。它既是社会学中的一支,又是认识论的一部分。作为认识论的一部分,它专门研究知识或思想所受社会条件的制约,即研究思想、意识形态与社会群体、文化制度、历史情境、时代精神、民族文化心理等社会文化之间的联系,或者说是研究这些社会文化因素如何影响思想和意识形态的产生和发展。

④ [德]M. 舍勒:《知识社会学的尝试》,摘自《中国大百科全书》。