

杨雨丹
著

都市报时评

的

公共性 探 究



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

都市报时评

的

公共性 探究

杨雨丹 著



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

都市报时评的公共性探究/杨雨丹著. —广州:暨南大学出版社, 2014. 6

ISBN 978 - 7 - 5668 - 1010 - 6

I. ①都… II. ①杨… III. ①报纸—时事评论—研究—中国
IV. ①G219. 2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第087639号

出版发行:暨南大学出版社

地址:中国广州暨南大学

电话:总编室(8620) 85221601

营销部(8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

传真:(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮编:510630

网址:<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排版:广州市天河星辰文化发展部照排中心

印刷:佛山市浩文彩色印刷有限公司

开本:890mm × 1240mm 1/32

印张:7.5

字数:195千

版次:2014年6月第1版

印次:2014年6月第1次

定价:22.00元

(暨大版图书如有印装质量问题,请与出版社总编室联系调换)

不仅是走出困境的选择（代序）

黄芝晓

杨雨丹的博士论文经过修改充实，终于出版了。

说“终于”，其实不只是指这本书，还包括这本书的身——她的博士论文，以及她经历过的一番艰难的研究、写作过程。

博士论文难的是选题。雨丹的论文选题，最早是关于南都时评的，开题不甚理想。为此，她烦恼过，郁闷过。后来，我们商量换成都市报的时评研究，从更大的社会时代背景中探讨都市报时评兴盛的必然性与必要性。雨丹翻阅了大量的报纸，调整了自己的思维，从公平性角度着手研究。这么做，比起修改先前那个选题，更要大多了，却更有意义——无论从学术的角度，还是实践的角度。这期间，她孕育了小宝宝。这是值得高兴的事，但客观上加大了她写作的困难——分时分心，有段时间几乎陷入困境。然而，雨丹选择坚持，在孕育新生命的同时，不断增添理论的营养，孕育着学术的新生命。终于，她走出了困境，在迎来家庭新生命的同时，也迎来了学术生涯的新阶段——论文博得了答辩老师的高度评价。

其实，这种坚持走出困境的选择，不只是她写作的过程，更是她研究的重心所在，这本书的主题所在。

党的十一届三中全会极大地推动了中国社会的变革，也极大地解放了中国新闻工作者的政治能量与业务能量，20世纪80年代到90年代，中国新闻界迎来了思想大解放、业务大解放、报业大发展。欣欣向荣的景象必然伴随着竞争，面对各地市晚报的兴起，各级党报尤其是省报越来越感受到党报“一枝独放”时从未经受过的压力，有的开始进入读者明显减少的困境。唯有改革，才有出路。从1990年代中期开始，都市报如雨后春笋般地在中国大地出现，成为当时中国报业园地的一朵奇葩。针对文化大革命新闻遗风的“假、大、空”，不少都市报提出“新闻立报”的口号，标明只提供新闻事实，至于如何看待新闻事实，悉听读者“尊便”。在媒体片面、简单强调观念“引导”的当时，这种想法与做法有一定的合理性，也收到了相应的效果。

但是，社会的发展并不是一种平面反复运动，正是各种矛盾运动不断地推动着变革，呈现螺旋式的上升。随着改革的深化，社会现象呈现出错综复杂的千变万化，读者不但想知道“是什么”，更想探求“为什么”——事物或事件发展的深层原因。一般的事实报道已不能满足读者对深层信息的需求，各级党报开始以深度报道及观念信息的传递，打响“收复失地”之战。进入21世纪，数字媒体尤其是自媒体出现，“人人都有麦克风”，手机微博和微信快速普及，这使得时效——媒体竞争的“第一落点”，不再成为平面媒体的优势和竞争的重点。

敢问路在何方？都市报未及成年就遇到了新挑战。

我们看几个时间节点的相关数字：改革开放之初的1978年，我国人均GDP 381美元；中国都市报盛行前的1992年才419美元。党的十四大明确提出建立健全社会主义市场经济体制，这一社会经济体制的根本转变极大地促进了我国经济的发展。到了雨

丹对四家都市报时评抽样的起始年——2004年，我国人均GDP已增至1490美元，抽样中的其余年份分别是：2006年2052美元，2008年3381美元，2010年4868美元。经济如此快速发展，必然形成人们利益增加不均、权利配置不公的状况，并在社会生活的各个方面表现出来。如何理解错综复杂的社会现象？仅有新闻事实的报道远不能满足读者的信息需求，网络媒体出现后，信息碎片化传播状态在有效扩大事实信息传播力度的同时，也加大了读者探求“碎片”背后观念信息的需求。不少读者甚至表示，如果仅仅为了解事实信息，他们完全可以不订报纸。都市报时评的出现，正是顺应了这样的社会发展趋势。

然而，仅仅把都市报开设时评看成是走出困境的选择，那就低估了这一报纸现象的社会学意义和新闻传播学意义。雨丹的研究没有止步于此，她“从社会整体的角度，以公共性为视域，来审视和评判都市报及其时评表现”，“力图呈现媒体公共性在中国具体的表现形态和实践策略，分析媒体公共性建构的制约因素，并探讨媒体公共性建构可能的方向与路径”。这就提升了研究都市报时评的学术意义。都市报时评的公共性不但体现为在社会问题上坚持面向市民、服务市民，还应体现在时评的作者来自市民，让时评成为市民直接议论时政、推动解决社会公共问题的平台。

于是，新的问题又来了：如何认识和评价都市报时评因公共性而带来的社会作用？无论在学术研究层面、业务实践层面还是社会反映层面，可谓是“英雄所见大不同”。雨丹在本书提出了一个评判标准：“不仅要看媒体评论在多大程度上评论公共事件，关注公共利益，诉诸公共话语，更要看媒体评论的公众参与性以及讨论过程是否促进了共识的达成。”这是很有创意的提法。让

市民通过自己的话语系统达成对共同关心的社会现象或问题的共识，既符合党一贯倡导的“从群众中来，到群众中去”的思想路线和工作路线，也是处理新的历史复杂社会问题的有效方法。这，远远超越了都市报时评“走出困境”的意义。

2014 年 5 月 27 日
上海解放 65 周年纪念日

前 言

改革开放、市场经济确立，中国完成了经济转型，实现了社会经济的迅速腾飞。置身于中国城市化、现代化的飞快发展中，都市报的出现不仅是一种历史必然，而且其本身也成为反映中国媒体市场化变迁的典型案例，是反映社会民主的一面镜子。

在都市报兴起、发展、转折的过程中，时评兴盛，并成为推动都市报转型与发展的重要动力。在这样的背景之下，对都市报时评，我们不仅需要从经验层面进行考察，还需要从社会整体的角度出发，以公共性为视域来审视和评判都市报及其时评表现。

公共性是现代性中的大众传媒最为本质的一个特征。哈贝马斯曾说，报纸构成了资产阶级公共领域最重要的部分。作为我国综合性日报中的一个新的报种，都市报全面开启了中国传媒市场化的进程，并通过贴近受众而获得了经济和社会影响力两个方面的成功。在对政治、市场、社会民众的利益权衡与资本运用中，都市报公共性的实质是一个值得细致考察的问题。

在媒体的话语实践中，评论无疑是体现媒体公共性的重要文体。在都市报发展转型的过程中，都市报时评兴起并整体推动了时评中兴，时评后来还成为一些都市报主流化转型的重要举措。在公共性的视角下，如何评价不同地区、不同类型的都市报时

评?如何解决都市报时评的现实困境?在未来的发展道路上,都市报时评应该秉持什么样的观念与方向?围绕这些在媒体现实中呈现、需要宏观理论指导的问题,本书将以媒体公共性为理论框架,以不同地区、不同类型都市报的时评为研究对象,力图呈现媒体公共性在中国具体的表现形态和实践策略,分析媒体公共性建构的制约因素,并探讨媒体公共性建构可能的方向与路径。

在经验层面的考察上,本书采用内容分析的方法,对广州、上海两地的四份都市报进行了研究。研究结果显示,在评论内容、评论方式、评论发展等方面,不同地区、不同类型的都市报时评存在明显差异。言论差异的存在,既与地方政治控制和市场力量强弱密切相关,也受到媒体从业者及时评作者理念的显著影响。通过考察都市报时评的发展历史,分析和研究制约都市报时评表现的结构性因素发现,都市报时评以一种局部、差异、能动的方式实践着媒体公共性,而专业力量和社会力量对时评的风格、水平、规模都有着非常重要的影响。

在理论层面,本书详细地考察了公共性的观念及其历史演变,研究了媒体公共性及其实践路径,并对都市报时评的媒体公共性进行了具体的考察。本书认为,媒体公共性是媒体在面向公众、服务于公共利益、促进公共生活的实践过程中所体现出来的一种属性,媒体实践是理解和建构媒体公共性的关键所在。都市报时评作为媒体公共性的一种话语实践,在不同的层面上实践并建构着媒体公共性,而不同都市报时评之间的差异,对于媒体公共性的建构具有积极意义。言论差异的存在表明,在政治控制和市场控制相似的环境中,行动者及其能动性在言论空间的建构中作用巨大,而多元和差异的媒体言论实践不仅有益于媒体的良性竞争,也为多元利益的表达和媒体公共性的建构提供了广泛而坚

实的基础。目前来看，国家政治权力强大，公民社会弱小，要实现社会与国家的良性互动，需要市场经济推动公民社会成长。但是，市场力量对媒体公共性有开拓和侵蚀的双重作用，都市报植根于市场，其时评公共性的表现是有限的、低层次的。

都市报时评公共性的提升，有赖于意见表达的“分”与“合”，这也成为都市报时评公共性建构的两条主要路径。

意见表达之“分”，意味着多元、差异的意见表达是公共性的基础，都市报时评应该扩大言论空间，丰富讨论话题，激活公众表达，反映个人和群体的多元利益。媒体要充分发挥实践主体的能动性，鼓励差异化的言论生态和多元意见的表达。同时，媒体应增强与知识分子、社会公众的联系与互动，实现媒体公共性的主体建构。

意见表达之“合”，意味着公共讨论的展开，共识的达成是公共性的核心目标，都市报时评应该借助新媒体技术，实现与网络舆论、公众舆论的融合互动，在社会联系和舆论整合方面发挥更积极的作用。在现实发展中，都市报时评出现了趋同化、舆论监督异地化、泡沫化等问题，导致这些问题的部分原因在于都市报时评脱离公众、脱离实际。媒体及其评论公共性的获得与彰显是与联系公众、服务公众的媒体实践联系在一起的，公众是媒体服务的目标，是媒体社会影响力的源泉，和公众的紧密联系与良性互动是媒体提升品质和服务社会的重要途径。随着网络等新媒体的兴起，报纸受众有所流失，独家新闻的生产日益困难，公众的意见表达也有了更加开放的平台，新媒体技术及网络舆论给传统媒体及其评论带来了前所未有的挑战。从公共性的角度出发，以公共利益为目标，传统媒体会发现，新技术为传统媒体公共性的提升提供了新的契机。通过媒介融合、报网互动，都市报扩大

了读者群，增加了用户黏性，获得了巨大的舆论影响力。通过采用新的技术手段和运行机制，不同的媒体能够更紧密地联系公众，能够更好地实现服务于公共利益这一目标，从而在更高层次上实现媒体之间的竞争与融合。借助自由开放的网络平台，都市报群体及不同时评作者之间可以建立广泛而经常的联系，共同的价值观可以逐步形成，个体、差异的言论空间可以逐步融合成为广泛而有共鸣的舆论场。

杨雨丹

2014 年 3 月

目 录

不仅是走出困境的选择（代序）	001
----------------------	-----

前 言	001
-----------	-----

第一章 绪 论	001
---------------	-----

第一节 研究缘起	001
----------------	-----

第二节 文献综述	007
----------------	-----

第三节 研究思路	027
----------------	-----

一、研究方法	027
--------------	-----

二、内容结构	030
--------------	-----

三、核心概念	033
--------------	-----

第二章 媒体公共性及其实现路径	036
-----------------------	-----

第一节 公共性观念及其发展	036
---------------------	-----

一、公共性观念溯源	036
-----------------	-----

二、哈贝马斯等人对公共性的理解	038
-----------------------	-----

第二节 媒体公共性及其实现路径	044
-----------------------	-----

一、什么是媒体公共性	044
------------------	-----

二、媒体公共性的实现路径	048
--------------------	-----

第三节 都市报时评：媒体公共性的一种话语实践	052
一、中国媒体的公共性表现	053
二、都市报及其时评的公共性彰显	056
第三章 都市报时评的差异——一项内容分析	060
第一节 各报评论内容分析	060
一、评论对象	060
二、评论地域	065
第二节 各报评论方式分析	067
一、评论类型	067
二、评论立场与功能	071
三、版面特点	073
四、作者来源	076
第三节 各报评论的发展变化	078
一、时间起点	080
二、周期与频率	082
三、阶段与变化	082
第四节 内容分析的结论	087
一、四报评论的排序和差异序列	087
二、地区差异的部分表现	090
三、推论时评差异的重要原因：行为者差别	091
第四章 言论差异的生成与意义	094
第一节 言论差异的产生	094
一、都市报的产生及特点	095
二、时评的兴起及都市报言论空间的出现	097
三、都市报的分化及言论空间的变化	109

第二节 言论差异的结构性因素	114
一、差异化的原因分析	114
二、政治控制、市场驱动、专业和社会力量三者间的矛盾互动	116
三、行动者差别——微观与中观变革的重要力量	119
第三节 言论差异的意义	120
一、充分表达多元的利益	120
二、凸显行动者的能动性	122
三、推动媒体公共性建构	123
第五章 媒体公共性建构中的力量与博弈	126
第一节 强国家弱社会背景下的中国公民社会建构	126
一、公民社会的概念及发展	127
二、中国的公民社会及其力量	130
三、大众传媒在中国公民社会建构中的作用	138
第二节 市场力量对媒体公共性的开拓和掣肘	140
一、市场化媒体对媒体公共性的推进	140
二、市场力量对媒体公共性的侵蚀	146
第三节 专业力量与社会力量的联合	158
一、媒体从业人员的主动性	159
二、知识分子的公共发言	162
三、公众意见的呈现与象征	168
第六章 都市报时评公共性的建构路径	173
第一节 多元差异的言论生态	173
一、多元差异：公共性的基础	174
二、多元言论的现实构成	176

第二节 融合互动的舆论格局	182
一、融合互动：公共性的提升	183
二、主体建构：公众的联系、代表与形成	187
三、技术手段：技术融合、媒体联合	194
附录 四报时评内容分析的分类编码表	200
参考文献	201
后 记	224

第一章 绪 论

言论的兴盛不是一个孤立的媒体现象，应该从社会历史与民主政治的进程中去加以考察。言论是社会转型、利益分化、政治民主改革中个体与群体的利益表达，而大众媒体连接国家与社会，是公共舆论形成中的关键点。媒体言论不仅反映着国家、社会、市场各方的利益，也成为各种力量博弈的重要场域。

第一节 研究缘起

20 世纪 90 年代以来，邓小平进行南方谈话后，中国的改革开放进入了一个新的历史时期，市场经济驶入了加速发展的快车道中。经济大发展、经济结构大调整使得社会急剧变革、转型，也使得社会结构发生了深刻改变。原有的社会结构发生了显著分化，一些新的阶层产生，一些原有社会阶层继续分化，社会各阶层之间的社会区隔和利益差别日益明显，整个社会阶层结构呈现出多元化、现代化的发展态势。^①但是，与经济结构的迅速变化相比，社会结构的调整落后，社会体制改革缓慢，经济发展与社会

^① 陆学艺，当代中国社会阶层研究报告 [M]，北京：社会科学文献出版社，2002；李培林，李强，孙立平等，中国社会分层 [M]，北京：社会科学文献出版社，2004。

会发展不平衡、不协调。急剧转型导致社会结构断裂，这使得整个中国社会矛盾激化，问题丛生。

社会变革同样推动或影响了媒体改革与发展的不同层面。20世纪90年代中期，以市场化为最显著特征的都市报诞生了。十多年来，都市报不仅创造了中国传媒的市场奇迹，推动了中国的新闻体制改革，也因为单向倚重市场，都市报的媒体表现随着社会变动而起起伏伏。都市报在本质上是大众化报纸，市场化是都市报的机制特点和创新武器。在早期的发展历程中，都市报在内容上用贴近生活、趣味、轰动的新闻报道和新闻策划来吸引市民，在广告和发行上走企业经营之路。比较彻底的市场化使得各地都市报在短短三四年间全面崛起，迅速成为市场霸主，迎来了全面而短暂的繁荣。然而，繁荣伊始，危机已现。在利益驱动下，越来越多的报纸效仿都市报，纷纷进行内容及经营机制的改革，中国报业改革开始向着市场化的方向普遍推进。都市报的机制特点和创新武器不再独有，都市报的成功容易被复制和超越，面对激烈的市场竞争，都市报陷入了同质化、低俗化的泥沼中。20世纪末21世纪初，面对自身的发展困境，一些都市报开始酝酿改革，谋求发展，“迈向主流媒体”开始成为一些都市报的策略选择和口号宣称。在这一分化、转型的过程中，时评在都市报的兴盛成为一个非常重要的现象。

时评在都市报的出现，更多的是一种顺势而为。业界人士认为，从1998年开始，中国兴起了近代报业发展以来的第三次“时评热”。^①至2002年3月，《南方都市报》首创时评版，众多都市报竞相仿效，都市报时评兴起，这被认为是全面引爆了中国

^① 秋风，在激情的时代理性地言说 [A]，见：何雪峰，热言中国——中国新闻时评精选（第一辑）[M]，广州：南方日报出版社，2007。