



明天文库·传学跋涉者丛书

丛书主编/戴元光

吕尚彬 著

中国大陆报纸转型

上海交通大学出版社

明天文库·传学跋涉者丛书

教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目 05JZD0026 课题成果之一

中国大陆报纸转型

吕尚彬 著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

中国大陆的社会转型和媒介转型方兴未艾。在社会与媒介双重转型的生态环境中发生的报纸转型,是当代中国重大的媒介发展事件之一,也是亟待学术界回应并解决的重要复杂性学术课题之一。作者整合新闻学、广告学、传播学、社会学、媒介生态学、媒介经营管理学、制度经济学等多学科学术资源,以宏阔的学术视野,运用社会变迁演化观、报纸生成观、报纸场域观为基本的方法论原则,采用历史与逻辑相统一、范式分析等定性研究的方法,通过对中国社会转型前和转型过程中的报纸制度、报纸种群、报纸角色变化的系统观照与分析,剖析了复杂的社会及其经济、政治、技术、文化因素怎样去协同改变报纸的命运,以及报纸又是如何适应社会场域的变化,半自主地选择行业转型与发展的路径。

本书在新闻传播学术界率先提出总体性、分化、断裂、博弈、整合五个范式,来揭示特定社会转型时期报纸媒介的生存状态;系统、清晰地揭示了报纸媒介角色、种群演进的历史与逻辑的双重轨迹;详尽、周到地描述了整合阶段多元报纸媒介种群图景和社会塑成型报纸种群特质,并试图对中国大陆报纸的发展趋势进行初步的预测。

本书可供媒体传播实务工作者、学术研究者阅读,也可作为新闻传播专业本科生及研究生的教学辅助教材。

图书在版编目(CIP)数据

中国大陆报纸转型/吕尚彬著. —上海:上海交通大学出版社,2009

(明天文库·传学跋涉者丛书)

ISBN978-7-313-05429-6

I. 中... II. 吕... III. 报纸—新闻工作—研究—中国
IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 158355 号

中国大陆报纸转型

吕尚彬 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:21.25 字数:396 千字

2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

ISBN978-7-313-05429-6/G·1038 定价:38.00 元

版权所有 侵权必究

● 中国大陆报纸转型

主 编 语

传播学一传入中国大陆,中国新闻传播学界就热闹起来,特别是新闻传播教育界发生了翻天覆地的变化:一是传播学成为热门专业,传播学研究著作、教材、论文让人目不暇接,据不完全统计,20多年来,全国共出版传播学类教材400多部,传播类研究专著1000多部,译著100多部,发表传播学类论文3000多篇,召开传播学类国际国内学术会议100多次;二是传播学名词成为最时髦的用语,有50多所学校新闻院系改名为“传播系”或“新闻传播系”或“新闻与传播系”;三是一批学者转行,有的原来是教新闻学的,现在纷纷教传播学,有的更是从社会学、经济学、法学、文学、外语、艺术甚至从计算机等工科专业跳到传播学,新闻传播学研究与教学队伍从没有像今天这样“人才济济”,“三教九流”都有;四是新闻教育从“廉价”的教育一下子变成“奢侈”的教育,许多学校以数十万、百万、千万的财力投入建设新闻传播学科。

新闻传播教育如此繁荣是我们始料不及的。现在,新闻传播教育不仅是吃香的专业,甚至是急剧膨胀的专业。以我之见,新闻传播教育规模已经蔚为可观,但新闻传播研究水平并未上去。何以见得?一是新闻传播思想研究停留在较低的水平,学术研究禁区还较多,几十年来遗留的旧的、左的新闻传播思想还弥漫在新闻传播研究领域;二是对西方传播思想研究不全面,缺乏科学的分析,“拿”来不少,消化不多;三是缺乏对中国本土新闻传播理论的研究,缺乏对中国传播话语的建构;四是现有研究成果数量很多,质量不高,浮躁有余,学术风气不好,缺乏认真的学术讨论,特别是缺乏学术批评。

我们几个人,虽不算新闻传播学界的新兵,但至今也只能算是新闻传播学的爱好者和跋涉者。这几本书也只是新闻传播学研究的读书笔记,供传播学大方之家茶余饭后批批点点。



2007年5月于上海

序

罗以澄

2008年是一个彰显“历史重要”的特殊年份。尽管大多数人会因北京奥运会的举办而牢牢记住它,但改革开放的历史进程悄然踏入“而立”之年这一标志性事件,则使它更具有历史发展的提示性蕴涵。自从1978年12月18日,中国共产党十一届三中全会拉开了我国改革开放大幕之后,中国社会从此踏上了克服总体性社会危机,在经济全球化、社会市场化、传播数字化、政治民主化的发展轨道上,努力探求经济振兴、社会民主、文化繁荣、国民富裕、民族复兴的转型之路。

在中国社会转型的历史场域中,传播媒介受到政治、读者、资本、技术等因素的拉动,沿着大众化、市场化、产业化的路径,得到了长足的发展。报纸从1978年的186家增长到2007年1926家;广播电视播出机构,从1979年的132座(开办节目约132套)增长到2007年的2587座(开办节目增加到了3760套);网络媒介从无到有,迅速扩张,截至2008年1月,中国网民已达2.1亿,跃升为世界第一,且设立了131万个网站,平均每千人拥有一个网站。与此同时,传媒产业作为经济发展的新景观,已经成为国民经济的一大支柱性战略产业。仅仅是媒介广告营业总额,就从1978年的1000万元左右,飙升到2007年的1740.9625亿元,对GDP的贡献率从不足0.025%上升为0.83%。

当然,中国社会转型的三十年,不仅仅是传播媒介规模不断扩张的三十年,也是传播媒介转型与社会转型同步发生、互动互构的三十年。一方面,迅速发展的大众传播媒介,促进着社会的媒介化,形塑着社会转型的路径,影响着社会主体的生活方式,建构着社会结构与政治、经济、文化等子系统。另一方面,社会转型过程中,社会结构的重构与社会主体信息需求的释放、社会经济力量的剧增、传播新技术的开发与利用等因素,又极大地推进着媒介的发展与转型。正是在传播媒介与社会同步转型的互动、互构双重机制的作用下,中国社会正向着高度信息化、高度民主化与现代化的方向发展。因此,研究报纸、广播、电视以及互联网络等传播媒介转型与社会转型的互动、互构关系,把握传播媒介改革与社会转型的相互作用与影响,是促进中国社会与传播媒介全面、协调、可持续发展而亟待解决的重大课题。

吕尚彬同志的专著《中国大陆报纸转型》，是由我主持的教育部哲学社会科学重大攻关课题《新闻传媒发展与构建和谐关系研究》的子课题研究成果之一。纵观全书，可以发现，它具有三个显著特点：

(1) 学术视野开阔。这主要体现在：一是作者能够使用新闻学、传播学、社会学、广告学、媒介生态学、媒介经营管理学、制度经济学等多学科学术资源，从多学科视野，分析解决复杂性问题，建构理论分析框架；二是跳出了囿于一般的微观、局部研究的窠臼，注重从中观和宏观层面入手，结合微观案例，去解读、揭示报纸媒介的转型与发展；三是分析的时间跨度宏阔，整体观照了1949年以来的中国大陆报纸媒介这一“活生生的事物和正在进行的过程”。

(2) 研究方法得当。从整体上看，该书所使用研究方法大体上分为两个层次：一是在方法论层面，社会变迁演化观、报纸生成观、报纸场域观是其贯彻始终的指导理念；二是在具体研究方法层面，主要采用历史与逻辑相统一的方法、范式分析的方法展开研究。对于该课题研究而言，这种研究方法是科学的、妥善的。所谓社会变迁演化观，就是把社会变迁过程视为一个由社会结构的分化与一定程度的分化悖离的矛盾运动的演化过程，并且认为社会行动者与环境的互动构成社会变迁的动力。所谓报纸生成观，就是把报纸媒介的转型过程，看作为一个不断生成新的报纸种群和新的报纸环境因素过程。所谓报纸场域观，就是从报纸及其相关要素之间客观关系网络分析报纸媒介的转型，强调了报纸媒介与它所生存的环境空间的密切依赖联系。正如麦克卢汉指出的那样：“有效的媒介研究不仅要理解媒介的内容，而且要对付媒介本身及其发挥作用的这个文化环境。只有站在对象的身边对它进行全局的观察，你才能发现它的运作原理和力线。”社会变迁演化观、报纸生成观、报纸场域观作为深层次的、具有指导意义的理念贯穿全书，便于作者在对报纸媒介作观察和分析时，既具有整体观、全局观，又具有深刻的洞察力。此外，由于该书在具体研究方法上，恰当地运用历史与逻辑相统一的方法，既梳理了20世纪50年代以来报纸媒介发展的历史脉络，又在对历史脉络进行描述的过程中，内在揭示和预测报业媒介发展演进的逻辑；同时还熟练运用范式分析的方法，对于中国报纸媒介转型各个历史时期进行范式化研究，力求从复杂而多元的报纸媒介场域和相关因素之中。寻求其共性和相关性，从而显示其阶段性，进而揭示其阶段性共时态下的范式特征。因而研究本身具有较强的论证力，其结论具有较高的可信度。

(3) 学术创新明显。这体现在这样几个方面：

第一，在新闻传播学术界率先提出了报纸媒介转型的五个阶段范式。在对社会转型发展的不同时期报纸媒介与社会场域之间的互动关系进行分析的基础上，该书概括出总体性、分化、断裂、博弈、整合五个范式，来揭示特定社会转型时期报纸媒介的生存状态。总体性范式呈现的是社会转型之前报纸媒介作为组织传播媒

介的发展状态;分化范式揭示的是社会转型初期,报纸媒介角色、种群的分化和报纸媒介从组织传播工具向大众传播媒介的性质转化;断裂范式揭示的是社会转型向纵深发展、社会主义市场经济体制建构时期,报纸媒介角色与种群在分化的基础上向广告与市场的倾斜从而导致报纸媒介生存状态的进一步分化的趋势;博弈范式揭示的是在市场经济框架初步形成和中国加入WTO之后的社会场域中,报纸媒介角色博弈、种群与品牌的竞争与合作状态;整合范式表达的是社会分层结构化趋势彰显、社会整合和问题治理加力的社会环境中,报纸媒介多元化发展及其种群、形态、功能整合的变化趋势。

第二,系统、清晰地揭示了报纸媒介角色、种群演进的历史与逻辑的双重轨迹。在进行报纸媒介范式分析的过程中,该书既阐述了报纸媒介角色在历史时空序列中从社会动员与整合工具向大众传播媒介转化,从角色分化到角色向经济利益主体倾斜,再到角色博弈,然后走向角色整合的演进逻辑线索;又呈现了报纸媒介主导种群从党报种群、晚报种群,到都市报种群、主流报种群,再到社会塑成型报纸种群,这一种群演进替代的历史进程走向多元整合的变迁逻辑轨迹。由此,揭示出社会转型过程中,经济及政治、文化、技术因素,怎样改变报纸媒介的命运,以及报纸媒介又是如何适应社会场域的变化,半自主或自主地选择行业转型与发展路径的情境。

第三,详尽、周到地描述了整合阶段多元报纸媒介种群图景和社会塑成型报纸种群特质。在分析报纸媒介转型范式和角色、种群演进的基础上,该书分析了社会整合阶段多元报纸媒介种群共时态存在的事实,提出多元报纸媒介种群结构图景,并以此揭示报纸媒介场内各种社会力量的博弈结构及传播权力再分配机制的构成。同时,根据社会转型整合阶段的社会期待和报纸媒介种群演进的趋势,该书还描述了即将生成的社会塑成型报纸的概念、特征等种群特质与产生的可能。

当然,该书也存在一些尚需进一步改进的地方,尤其是由于研究视点偏重于宏观层面与战略层面,而对于具体的新闻采编实务的探讨有所欠缺。不过,总体上瑕不掩瑜。在我国的媒介生态持续变化、急速转型的今天,分析中国大陆报纸转型这样一个新闻传播实务的核心问题,不只是具有重要的理论意义和实践价值,而且极富学术挑战性;该书作为第一部从社会转型的视角研究中国大陆报纸转型的专著,其学术勇气和治学精神是值得肯定的。

“何处是归程?长亭更短亭”。我期待着,尚彬同志以这本著作作为基石,继续努力,取得更大的学术成就。

2008年5月8日于武昌珞珈山

(罗以澄:武汉大学新闻与传播学院院长、教授、博士生导师,国务院新闻与传播学学科评议组成员、中华全国新闻工作者协会特邀理事、全国新闻与传播教育专业委员会副会长)

目 录

引论 社会与媒介双重转型过程中的报纸	1
第一章 转型前总体性时代的报纸	45
第一节 总体性时代报纸环境与报纸角色	45
第二节 报纸种群的整合与角色演变	54
第三节 报纸的“总体性”范式的特征	70
第二章 转型时代分化性阶段的报纸	81
第一节 分化性阶段的报纸环境与报纸角色	81
第二节 报纸种群的分蘖与角色的分化	90
第三节 报纸“分化”范式的特征	100
第三章 转型时代断裂阶段的报纸	114
第一节 断裂阶段的报纸环境与报纸角色	114
第二节 报业种群与角色的断裂	128
第三节 报纸的“断裂”范式特征	144
第四章 转型时代博弈阶段的报纸	164
第一节 博弈阶段的报纸环境与报纸角色	164
第二节 报纸种群演进与角色博弈	181
第三节 报纸“博弈”范式的特征	215
第五章 走向转型时代整合阶段的报纸	236
第一节 整合阶段的报纸环境与报纸角色	236
第二节 多元报纸种群图景与报纸的“拐点”	254
第三节 整合阶段报纸环境因子的转型	276

余论 报纸转型的反思	303
主要参考文献	319
后记	326

引论 社会与媒介双重转型 过程中的报纸

一、论题及其研究的意义

任何一种学术研究,都必须解决特定的问题。我们的研究起点也必须从问题出发。英国作家查尔斯·狄更斯在《双城记》的开篇写道:“这是最好的时候,也是最坏的时候;这是智慧的年代,也是愚蠢的年代;这是信仰的时期,也是怀疑的时期;这是光明的季节,也是黑暗的季节;这是希望之春,也是失望之冬;人们面前有各种事物,人们面前有一无所有;人们正在直登天堂,人们正在直下地狱——总之,那时和现代是这样相像,以至那时声名最响的某些作家对于它的批评,说好坏,都固执地只用最高级的对比之词。”^①历史总是惊人地相似,天才作家总能够见微知著,似乎是洞察了社会转型期可能发生的一切。当我们把审视的目光投注到中国报纸媒介生存现状时候,不得不承认,狄更斯描述的似乎就是这一现实。报纸媒介似乎置身于希望的春天,又仿佛置身于漫长的寒冬:一方面是作为大众传播媒介报纸的蓬勃发展,是报纸从不完全的自由竞争向更高层次的资源整合、市场整合的迈进;另一方面是宣传控制、市场驱动和专业约束的矛盾互动使报纸步履维艰,是报纸资源大体上按照行政差序格局计划配置带来的市场碎片化,是日益崛起的数字媒介和新型媒介对于报纸市场的分割和对报纸生存空间的挤压。处于社会与媒介双重转型时代的报纸,正在经历着一场“凤凰涅槃”般的重生。本书试图呈现和分析报纸媒介这一活生生的事物及其正在进行的转型过程。

20 世纪的中国社会经历了从封建末世的近代到改革开放的社会主义市场经济发展新时期的历史变迁,经历了从积弱积贫、落后挨打的中国到以崭新的大国形象融入全球化历史进程而屹立于东方的历史转型。尤其是最近“50 年来,中国社会结构出现了两次大的转型。第一次是在中华人民共和国成立初期,它经历了打碎阶级体系的尝试;第二次是在改革开放以后,它经历了由身份制分层向经济分层

^① 查尔斯·狄更斯. 双城记[M]. 罗稷南,译. 上海:上海译文出版社,1996:3.

的转换。”^①我们正在经历的第二次社会转型,影响之深、范围之广、转型之彻底,都是历史上的任何一次社会转型不可比拟的。它不仅仅是从农业社会向工业社会的转型,从“以阶级斗争为纲”的社会向“以经济建设为中心”的社会转型,从计划经济体制占主导地位的社会向以市场经济占主导地位的社会转型,也是一个从同质性社会向异质性的多样性社会的转型,从封闭型社会向开放型社会进而融入全球一体化格局的转型,从伦理型社会向制度型、法治型社会的转型,从传统社会向现代社会的转型。正是在这次持续、深刻的社会转型过程中,不管是社会组织、社会制度、社会主体,还是社会成员身份、生活方式、价值观念、社会人格,都需要重建,都处于不确定之中。“社会环境中存在的变动和冲突越多,个人面临的不确定性也越多。不确定性促使人们搜求信息,来认知社会生活正在发生些什么,而传媒系统拥有丰富的资讯,正是信息搜集活动的一个必要资源。”^②社会成员对于媒介依赖关系的建构与依赖程度的提高,内在地推动包括报刊在内的大众传播媒介的发展,使媒介的权力大肆张扬,释放出自己“为历史言说”,帮助社会成员了解环境及与环境之间实现充分互动的功能。

不只是社会在转型,处于社会转型期的新闻媒介也经历了自身的巨大转型。媒介作为社会总系统的信息采集、处理与传播系统,总是要受制于它赖以生存的社会环境;社会环境不仅决定媒介制度、媒介发展水平,甚至决定媒介的行业规范、职业理念和运作方式。媒介的转型当然是对社会转型的一种适应,是对媒介生态环境的适应。但不只是适应,同时发生的还有媒介自身“自组织”因子的生成及其对于社会环境的作用。因此,在社会的现代化、民主化、市场化、全球化大背景之下,媒介的转型整体上推进中国社会从媒介资源稀缺的状态迅速进入媒介化社会。媒介的转型至少表现在:从总体性社会的组织传播媒介到市场经济时代大众化媒介的转型,从媒介资源短缺时代的大众媒介到媒介资源过剩时代的小众媒介的转型,从传统生活方式时代的大众传媒转向阶层化、碎片化时代的媒介,从单一的传统媒介转向多媒体一体化的融合媒介。尤其是与媒介转型同步发生的媒介融合,使今天的媒介已经成为一个超结构(hyperstructure):“新技术并没有代替旧技术,而是把它嵌入到自身系统中(旧系统在新系统中变成一种要素)。”^③

在社会与媒介双重转型的背景下,报纸的转型成为正在发生的活生生的事实。

① 李强. 转型时期的中国社会分层结构[M]. 哈尔滨:黑龙江人民出版社,2002:6.

② 鲍尔·洛基奇,郑朱泳. 从“媒介系统依赖”到“传播机体”[J]. 王斌,编译. 国际新闻界,2004(2):10.

③ 约翰·福斯特,J·斯坦利·梅特卡夫. 演化经济学前沿:竞争、自组织与创新政策[M]. 贾良根,刘刚,译. 北京:高等教育出版社,2005:202.

我国的报纸较之于其他后起的媒介,参与了最近一个多世纪中国社会的一切重大的社会变革,设置了社会议程,建构了媒介环境,塑造了社会现实;表达了从近代至今天,国人的光荣与梦想、民族的屈辱与希望、历史的激情与悲愤,以及民族的复兴与崛起,当然也表达了一些错误的,甚至是阻碍社会进步的“文化迷雾”。报纸与其他媒介一起建构了整体社会的虚拟环境,在社会主体与客观世界之间隔起了一道虚实难辨的帷幕,构筑起了社会发展与进化的信息环境。正如丹尼斯·麦奎尔所说的那样,报纸“是使我们看到身外世界的窗口;是帮助我们领悟经历的解说员;是传送信息的站台或货车;是包括观众反馈的相互作用的传播,是给予指示和方向的路标;是去伪存真的过滤器;是使我们正视自己的明镜;是阻碍真理的障碍”^①。报纸“亦如管道,又如语言,还如环境”。人们在创造历史过程中的激情、喜悦、呐喊、悲愤、痛苦,都一一投射到报纸之上。但报纸不只是反映现实,同时也在与社会总系统的互动过程中,塑造着现实,建构着自身。“在现代性条件下,媒介……反而在某些方面塑造现实。”^②在中国当代社会结构的调整、社会阶层的分化、社会整体的转型过程中,报纸的媒介权力、媒介能量的释放,又加剧了社会转型,成为社会结构的调整、社会阶层的分化的放大器与加速器。

报纸与自己的赖以生存的生态环境互动,建构了报纸的社会角色,并且随着社会的转型发展,报纸的社会角色同样也在转型。如果对报纸在现代社会转型过程中充当的角色进行勾画的话,在20世纪的前半叶,报纸在中国现代化的历程中,先后充当了现代化思想的导入者和现代民主与宪政社会的启蒙者、引导者的角色,而从1949年开始,报纸先后充当了社会的教育者、整合者的角色,充当了精神文化、娱乐信息的提供者,以及中国社会阶层的塑造者,社会分化的推进者,社会博弈的利益表达者,社会和谐与公正的建构者等一系列社会角色。报纸社会角色及其功能的展开,有力地推动了中国社会的转型与发展,同时也改变了报纸、媒介及其产业的生存状态,使报纸扮演了日益发达的大众传播事业与产业的建构者与领跑者的角色。

历史还在继续前行,但问题已经凸现。中国社会已经迈向一个全新的发展阶段,报纸产业的生存和发展却面临着一系列问题。今天是报纸最为辉煌的时代,是被学者称之为“大报纸的时代”,也是报纸最为艰难的时代,是报纸面临灭顶之灾的时代。特别是2005年报业“寒冬”来临的时候,使人们不能不思考报纸的过去、今天,以及未来。

① 斯蒂文·小约翰. 传播理论[M]. 陈德民,叶晓辉,译. 北京:中国社会科学出版社,1999: 575.

② 安东尼·吉登斯. 现代性与自我认同[M]. 北京:三联书店,1998:29.

问题来自历史,问题的答案依旧蕴涵在历史的演进过程之中。报纸在中国现代社会变迁中的角色与功能,报纸自身的演进与逻辑的变化,报纸与社会环境的互动等课题,需要学者们整体把握报纸转型的演进历程及其内在变化逻辑,需要运用历史与逻辑相统一的方法来呈现、分析、理解和解决这些问题。换一种提法,我们也可以说,需要对于报业生存状态的演进进行分析和描述。如果认为,“生态代表着一个具有相当复杂性和流动性的系统。任何生态中发生的一切都是该系统中诸多因素间错综复杂的互动作用的结果,这些因素则是该系统中的基石。所以,生态(也包括自然环境中的生态)是一个活生生的事物和正在进行的过程”的话,^①那么,对这些问题的分析,就是一种报纸生态学的研究。在这个意义上,报纸转型的研究也就是报纸生态演进的研究。

对于报纸转型这样一个“活生生的事物和正在进行的过程”的分析与把握,无疑是我们这个时代需要解决的关于媒介发展的、媒介生态演进的、媒介与转型中的社会互动的核心问题之一。迄今为止,学者们大体上是在三个路向上探索报纸的走向与发展:

第一,是报纸产业化发展路向。关于报业集团化、报业竞争与报业经营、报业经济、报业资本经营、品牌打造、核心竞争力提升、党报的困境与出路,报纸运作的四个市场等方面问题的研究,都属于这一路向的研究。

第二,是报业操作技术层面路向。涉及报纸的发展战略及其规划、经营管理、营销计划、内容的采写编评、组织结构、人力资源开发、组织文化与公共关系等具体问题的研究,一般属于这一路向。

第三,是报纸与其他媒介、与其他生态因子之间的互动关系研究路向。例如,报纸与广播、电视的竞争与合作,报纸的数字化生存,报纸的政治与法律控制等等均属于这一路向。

上述三个路向的研究固然十分必要,是对报纸发展过程中出现的问题,从不同层次、不同角度的学术回应和解决,其价值和意义之重大不容忽视。问题是,这些研究局限于一些具体的、零散的、近距离的、跟进的、静态的、局部的分析,缺乏对于报纸转型与发展的动态的、历史的、演进的、整体的、中观的研究。

因此,本书以当代中国大陆报纸转型作为研究对象,试图揭示在社会与媒介双重转型的背景下,我国报纸自身转型的历史轨迹和逻辑线索。我们感兴趣的是,广阔的社会、经济及政治、技术因素在时机成熟时,怎样去改变报纸的命运,以及报纸又是如何适应社会场域的变化,半自主地选择行业转型与发展的路径。

应当说,报纸的导入是引发中国社会踏上现代化之路、开始转型的核心因素之

^① 林文刚. 媒介生态学在北美之学术起源史[J]. 中国传媒报告, 2003(2): 13-14.

一。假定从褊狭的媒介决定论的角度,甚至可以说,中国的现代化是从报纸上走出来的现代化。中国社会转型的历史起点,至少需要追溯到1815年全球首家中文报纸的问世。如果从1815年开始学术思考的话,客观地说,并不具备完成研究的可行性。分析这样漫长而又复杂的报纸转型历史过程,特别是追溯到19世纪初期,廓清整个19世纪社会与报纸互动的历史,然后再细缕20世纪整整100年的轨迹,最后再分析21世纪前十年的线索,并且揭示报纸的发展走向,无论从精力及时间上,还是学术功力上,这都是一项十分浩大的学术伟业。一部短短的专论,自然难以胜任。不过,最近半个多世纪,与前面的150年明显不同。尽管任何一段历史都有它不可替代的独特性,但1949年至今的中国历史,却是最不可复制的。在我们这个无论是人口数量还是版图规模、自身质量都毫无争议地处于世界前列的泱泱大国,在20世纪的前半叶,建立了以计划经济体制为资源配置基础方式的总体性社会,实现了民族的独立和自主。但是,在这种社会体制能量释放殆尽、弊端显露无遗的时候,我们又毫不犹豫地自行瓦解了僵化的计划经济体制,以不可逆转的姿态建构起市场经济体制,推进社会向着分化性社会转型,向着整合的和谐社会进发。这个历史阶段,我们把现代化与市场化、全球化、民主化这四个重大的社会变迁浓缩在同一时空中进行,从而构成了一次史无前例、惊心动魄、波澜壮阔、气势恢弘的社会转型。从这个角度说,1949年以后的社会转型,是中国社会发展的叠加期和加速期,是中国社会现代化之路的最为关键的几步。这个时期,也是我国报纸与大众传播产业从历史和逻辑两个方面充分展开与发展的关键时期。报业种群从一元到多元,报业市场的领跑者从党报变化到主流报纸先后独领风骚,报业观念从党报本位到新闻信息本位再到读者本位,报业制度从非规范运行到依法运作等等,一系列生态因子的重大变化促成了中国报纸的实现历史维度的创新。以这个阶段的报纸转型为分析对象,虽然我们也有断代分析和局部呈现的嫌疑,但大体上可以窥见报纸与社会互动的基本状态,可以洞见报纸适应与作用于社会总系统的痛苦而又辉煌的历程,可以观照中国报纸的最近几十年的发展轨迹基本线索,也可以呈现和揭示报业生态演进的问题及解决问题的策略选择。

因此,我们的研究范围限定在1949年以后的中国大陆报纸。

站在中国媒介正在走向“整合”发展范式的临界点上,研究报纸的转型与发展,可能有如下三个方面的意义:

第一,从理论上,期待着为解决报业生态建构出现的问题提供一定的支持和路径指示。报业生态是实现受众—报纸—经济—社会这一复合生态系统整体协调而达到一种稳定有序状态的演进过程。这里“生态”已不仅仅是借鉴单纯生物学的含义,而是一个整体互动的概念,蕴涵受众、报纸(媒介)、经济、社会复合生态的内容,强调四者协调发展和整体生态化,即实现共同演进、和谐发展、共生共荣,它是报业

的可持续发展模式。在中国社会的现代化进程中,“近代意义的报业和报纸观念是在中国文人向西看、把西方作为参照对象的过程中导入的”^①。中国的报纸从它诞生之时开始,其基本理念先后经历了从替皇帝“宣情达德”、到为社会“去塞求通”、“监督政府、导向公民”,再到充分“满足公民的知情权”的转变。期间每一步都是在不断突破“那些为阻止消息和思想的传播而设置障碍”的过程中向前发展,每一步都是在向新闻传播规律的回归与建构多元整合的报业生态的目标逼近。但是,只有在今天,中国社会整体进入准现代化的阶段,中华民族进入鸦片战争以来的真正意义上的民族复兴和统一历史进程的时候,报纸的社会角色即将进入它的“应然角色状态”,报业的生态建构才可能在冲突中寻求平衡,报纸的发展范式才有可能在分化、断裂中走向整合。本书试图超越一般意义上的报纸与政治、经济的纠葛,真实地呈现1949年以来,中国报纸转型演进的历史逻辑和转型范式。特别要揭示最近二十多年来报业演进的内在逻辑,分析社会转型前的总体性社会时代和社会转型时代各个具体阶段报纸演进的模式与趋势、特征与问题。

第二,从实践上,努力为报纸媒介与产业的持续发展提供中观的战略思路。我国的报纸产业市场正在由行政主导型向市场主导型转轨。改革开放以前的总体性社会时期,中国报纸走过“去产业化”的路径,在社会转型时代的分化性阶段、断裂阶段、博弈阶段,报纸在产业化和市场化的轨道上,一步一步艰难地前行着。虽然在2002年前后,明确了包括报纸在内的大众传播媒介的产业性质,但目前包括报业在内的媒介市场还是在行政的强势主导之下,设定和建构市场。行政主导型的市场具有很多的弊端。例如,采用审批制等办法构建市场,设置了诸多的市场限制和壁垒:市场主体须获得批准方能进入市场参与竞争;一个行业、一个地区只能有一张同一性质的报纸;有少数几家报纸能依靠行政指令获得“红头文件”支撑下的公费订阅的优势地位。因此,从总体上而言,目前的报业市场是一种不成熟的行政体制区域的自由竞争,或者说由行政限制而壁垒重叠的零散自由竞争。旧体制的碎片仍然存在,但新的问题又已经出现。例如,在市场利益和商业逻辑的驱动下,有些报纸往往在社会责任与广告利润、伦理道德与注意力资源的攫取、公共利益与报纸自身的利益冲突等两难选择面前难以自持,导致报纸“失身”,报格丧失。剖析报纸的转型,事实上正是探索报纸与社会互动的路径,从报纸制度、报纸角色、报纸种群的发展变化之中,探寻导致这些问题的原因,进而分析解决这些问题,或者说为解决这些问题寻求战略思路。

第三,从学科建构上,试图为媒介发展学、媒介生态学、媒介社会学等学科的建设,提供一些有价值的内容。报业转型既是一个媒介发展学的核心问题,又是一个

① 单波. 20世纪新闻学与传播学·应用新闻学[M]. 上海:复旦大学出版社,2001:3.

媒介生态学、媒介社会学的亟待解决的重要问题。尤其是在今天,媒介的多载体化、传播的全球化以及信息的数字化等趋势,导致报纸形态的多元化、复杂化、数字化,导致报纸产业的内部条件和外部战略环境出现了巨大变化。特别是传播科技进步引发的媒介革命方兴未艾,引发报业与其他媒介的竞争与整合日益加剧。有线电视、卫星电视、数字电视、手机、互联网、独立制作公司等新媒介的狂飙与广播、电视、报纸、杂志、电影等原有的媒介秩序和传播系统形成的激烈竞争使报业传播形态正在产生大变革、大汇流、大整合。在这样的媒介背景下,研究1949年以来中国大陆报纸的转型与演进,对于相关学科建构的价值和意义是不言而喻的。

在我国的媒介生态持续变化、急速转型的今天,分析中国大陆报纸转型这样一个新闻传播实务的核心问题,不只是具有重要的理论意义和实践价值、学科价值,而且极富学术挑战性和诱惑力。

二、核心概念

作为一种中观的、复杂性研究,在正式展开分析之前,贯穿本书各章内容的社会转型、报纸转型、报纸角色、报纸种群、报纸制度五个核心概念首先需要进行清楚的厘定。

(一) 社会转型

社会转型是指社会发展过程中发生的一种整体的全面的结构过渡状态,是社会形态演进的一种特殊形式,是以社会的结构变迁为主要内容的涉及社会各领域的全面变革。

“转型”本是一个生物学概念,原意是指“微生物细胞之间以‘裸露的’脱氧核糖核酸的形式转移遗传物质的过程。”^①后被移植到发展社会科学研究中,借喻社会的复杂变迁。台湾学者蔡明哲首次把“social transformation”翻译为汉语的“社会转型”,并表达了社会转型就是由传统社会走向现代社会的一种社会进化与成长过程的思想^②。

“社会转型”是发展社会学的核心概念。从发展社会学的角度看,发展社会学有三个学术传统和理论流派:现代化理论、发展理论,以及最新的转型理论。现代化理论主要是面对近代以来西方发达国家现代化过程,对这一过程中所发生的社

① 简明大不列颠百科全书(第9册)[M].北京:中国大百科全书出版社,1986:166.

② 蔡明哲.社会发展理论——人性与乡村发展取向[M].台北:台湾巨流图书公司,1987:66,189.