

田中阳 著

双轮：本土与现代

湖南师范大学新闻与传播学院

木铎自选丛书

主 编 田中阳

副主编 周国清

湖南大學出版社

木鐸自敷

田中阳 著

双轮：本土与现代

木铎
自選
叢書

湖南师范大学新闻与传播学院
木铎自选丛书

主编 田中阳
副主编 周国清

湖南大学出版社

内 容 简 介

本书从中国传播学的人文学特质、中国传播学发展的基本向度、百年中国报刊科学话语与现代化历史进程、百年报刊民族主义话语表述、话语制权、反馈等学术视角,对中国传播本土化与现代化问题作了深入而独到的研究。有半数以上的文章发表在《新闻与传播研究》、《国际新闻界》、《求索》、《湖南师范大学社会科学学报》等中文社会科学索引(CSSCI)期刊上,有近10篇文章由《中国社会科学文摘》、《新华文摘》、《高等学校文科学术文摘》摘编观点,或由中国人民大学书报资料中心《新闻与传播》全文转载。

图书在版编目(CIP)数据

双轮:本土与现代/田中阳著.

—长沙:湖南大学出版社,2007.8

(湖南师范大学新闻与传播学院木铎自选丛书)

ISBN 978-7-81113-195-6

I. 双... II. 田... III. 传播学—中国—文集

IV. G206-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 116953 号

双轮:本土与现代

Shuanglun: Bentu yu Xiandai

作 者: 田中阳 著

责任编辑: 邹丽红

封面设计: 郭天民 张 毅

出版发行: 湖南大学出版社

社 址: 湖南·长沙·岳麓山 邮 编: 410082

电 话: 0731-8821691(发行部), 8822264(编辑室), 8821006(出版部)

传 真: 0731-8649312(发行部), 8822264(总编室)

电子邮箱: presszoulh@hnu. cn

网 址: <http://press.hnu.cn>

印 装: 长沙瑞和印务有限公司

开本: 850×1168 32 开

印张: 12.5

字数: 270 千

版次: 2007 年 9 月第 1 版

印次: 2007 年 9 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-81113-195-6/G·307

定价: 45.80 元

版权所有,盗版必究。

湖南大学版图书凡有印装差错,请与发行部联系

主编导言

木铎者，古之传播器具也。《辞海》释曰：“铎，铃。木舌的铃。古代施行政教，传布命令时用以振鸣惊众。”近代维新思想家为救亡图存，把兴办报业、去塞求通作为首务，“木铎”“振鸣惊众”的传播功用被借用，成为传播、传播媒介以致传播者的符号象征。吴恒炜在《〈知新报〉缘起》中说：“报者，天下之枢铃，万民之喉舌也。得之则通，通之则明，明之则勇，勇之则强，强则政举而国立，敬修而民智。”《〈国民日报〉发刊词》则写道：“当今狼豕纵横，主人失其故居，窃愿作彼公仆，为警钟木铎，日聒于我主人之侧，敢以附诸无忘越人之杀而父之义。”康有为写《强学会报序》，梁启超写《论报馆有益于国事》、严复写《〈国闻报〉缘起》、陈天华写《警世钟》、鲁迅写《〈越铎日报〉出世辞》等等，都表现出一种强烈的“铎”情结、“铎”意识。“木铎”，在这批维新思想家的意识中，已经淡化了辞源上官府施教、传布命令的本义，不但成为传播、传播媒介和传播者的符号象征，更成为以天下为己任、醒世觉民、与时俱进的传播意识和传播精神的符号象征。

丛书名之“木铎”；既是丛书研究内容、学术质素的形象表征，更是研究者们承续和光大传统的一种共同心志的形

象表征。木铎，传播之谓也；木铎，本土传播之谓也；木铎，中华文化和中国传播经世致用传统精神的象征；木铎，中国现代化历史进程中中国传播鲜明的民族精神、济世情结和与时俱进的现代品格的象征；木铎，岳麓山下这一传播学研究团队学术追求的一种标记。

作为丛书研究者们近年研究论文的汇集，虽不乏浅陋之见，然学术的真谛和执著却是其共同的品质。不管是何选题，不管是何层面，不管是何视角，不管是何方法，都切近现实，关注现实，都紧扣传播学本土化和现代化这一与民族命运息息相关的研究主线来探索，来思考。一种学术的使命感和责任感，一种对民族和国家的忧患意识沉潜在字里行间，成为丛书的精神脉流，成为丛书之魂。在《关于传播学本土化问题的思考》一文中我这样写道：

照我的理解，传播学研究人类社会传播规律犹如生物学、医学研究人和动物的神经系统及其传导规律一样，它的重要性非同一般。社会如人体，没有一个传导灵敏、准确的神经系统，它就会失去其整体功能，导致“偏瘫”、“截瘫”和“全瘫”，使系统紊乱、僵化和崩毁。因而，传播是人类社会形成和发展的必备条件，更是人类社会存活的前提。中国社会尤其呼唤传播学，因为社会机制的某些不合理及几千年封建文化（尤其是官本位文化）的深重积淀，传播不畅、不准，“假大空”绵延不绝，导致经常性的“失控”，这与“现代化”显然是格格不入的，需要诊断“病根”，寻找“病情”，探讨

在中国文化场中特有的传播规律。经济一体化，传播全球化，世界一体化已是世界发展的大趋势，中国若想不被开除“球籍”，只有与时俱进。基于这样的学术理念，传播学研究的一个重心，应该在对传播研究的历史和现状进行梳理的基础上，对传播研究本土化的问题作深入探讨。

这实际上是对我们这一学术团队传播理念的一种表述，也是对其学术心态和学术情感的一种表述。担待天下的责任意识，与时俱进的学术品格，是这段文字所强调的。而以“木铎”自命的这套丛书则成为上述思想、情感、心态的实践印证。

执木铎之标帜，秉岳麓之精魂。岳麓是一座有着厚重积淀的文化圣山。岳麓书院千年弦诵不绝，成为湖湘文化的集聚中心；黄兴、蔡锷、陈天华等先烈长眠于此，赋予此山厚重的历史底蕴。我辈受此山濡染，与其精魂相连，当教师，做学者，都奉“道之正脉”。然学力不逮，难以深探，今不避自家之谫陋，奉献于读者，但求与读者共勉。

田 中 阳

2007年6月8日

目 次

主引导言.....	(1)
-----------	-------

新自由主义背景下的美国媒体兼并浪潮及其启示.....	(1)
----------------------------	-------

关于传播学本土化问题的思考.....	(25)
--------------------	--------

论中国传播学的人文学特质.....	(32)
-------------------	--------

论中国传播学发展的基本向度.....	(47)
--------------------	--------

思想：传播生命力之魂.....	(63)
-----------------	--------

“话语”的文化读解

——对话语理论的一点阐释.....	(74)
-------------------	--------

关于话语理论及其对新闻传播研究的价值意义.....	(84)
---------------------------	--------

百年中国报刊科学话语与现代化历史进程.....	(97)
-------------------------	--------

“立人”与“立国”

——论百年中国报刊科学话语的一条言说主线

.....	(114)
-------	---------

论极“左”思潮的反科学性对当代报刊科学话语的影响

.....	(129)
-------	---------

世纪的角逐

——百年报刊话语中科学与封建迷信、伪科学的交锋

.....	(149)
-------	---------

被历史言说与为历史言说

- 中国现代化与百年报刊话语嬗演…………… (167)

传统与现代拉力中的尴尬行状

- 现代化历史进程中的中国话语言说…………… (188)

论《新青年》的科学话语传播…………… (202)

论湖南《大公报》的科学话语传播…………… (219)

论近代报刊民族主义的话语表述…………… (232)

论五四时期报刊民族主义的话语表述…………… (246)

论晚清至五四时期报刊民族主义话语的两种偏向…… (261)

1957—1976：报刊民族主义话语的褊狭性…………… (277)

话语制权：对“喉舌论”的历史考辨…………… (291)

对“客里空”的历史辨析…………… (314)

反馈：百年中国报刊传播的“生命通道”…………… (328)

近代报刊“喉舌论”考辨…………… (342)

对新闻传播学科实践性教学的探索…………… (355)

附录：十年“求索”…………… (367)

后 记…………… (385)

新自由主义背景下的美国 媒体兼并浪潮及其启示

经济学家视野中的世界传媒市场正发生着翻天覆地的变化。在西方传媒市场，以美国为代表，发轫于 20 世纪 90 年代中期的媒体兼并浪潮正风起云涌；而在中国传媒市场，自 1996 年开始的传媒集团化改革亦如火如荼。西方市场频繁的媒体兼并、中国市场积极的改革尝试正在奠定世界传媒市场的新格局。

毋庸置疑，影响世界传媒市场秩序的这两种力量是截然不同的。中、美媒体市场的发育程度迥异，所有制结构截然不同，美国传媒市场的经营模式并非中国传媒经营体制改革照搬摹写的蓝本，中国日益深化的改革应努力谋求合乎国情的传媒经营模式。他山之石，可以攻玉，研究美国媒体兼并浪潮的规律，对进一步推进中国传媒集团化改革富有积极意义。

一、新自由主义背景下的美国媒体兼并浪潮

20 世纪 90 年代中期，美国掀起了新一轮企业兼并浪潮。据统计，1994 年美国企业并购交易额达 3 419 亿美元，1995 年达 5 190 亿美元，1996 年达 6 588 亿美元^①，1997 年高达 9 570 亿美元^②。这次兼并浪潮规模空前，其交易额大大超过历次兼并浪潮。如在新一轮兼并浪潮中，高峰期 1984 年、1985 年的交易额仅达 1 222 亿美元和 1 796 亿美元^③。与以往历次兼并浪潮相比，此次兼并浪潮的一个典型特征是，兼并之风虽波及各个行业，但兼并浪潮主要集中在金融、通信、传媒业等第三产业。其中，媒体兼并在这次兼并浪潮中独具特色，其频率之繁，规模之大，历时之久，都十分引人注目。据统计，1995 年、1996 年和 1997 年，美国传媒市场发生的兼并收购案分别高达 194 宗、210 宗和 187 宗（如图 1 所示）。一些兼并案动辄数十亿美元，多则数百亿美元。单宗兼并案所涉及的金额是以往兼并浪潮中数十宗

① 李肃，周放生，吕朴，邵建云：《美国五次企业兼并浪潮及启示》，《管理世界》，1998 年第 1 期。

② 黄海：《90 年代全球企业兼并浪潮规律初探》，《投资研究》，1999 年第 4 期。

③ 李肃，周放生，吕朴，邵建云：《美国五次企业兼并浪潮及启示》，《管理世界》，1998 年第 1 期。

兼并案所涉及金额的总和。例如,1999年,维亚康姆(Viacom)收购哥伦比亚广播公司(CBS),交易额达460亿美元;2000年,美国在线(AOL)以1640亿美元的天价收购时代华纳(Time Warner)(收购后的整合不成功),是迄今为止全球最大的媒体兼并案^①。至今,美国此番媒体兼并浪潮仍余波未止,惹人注目的大型兼并案例时有发生。

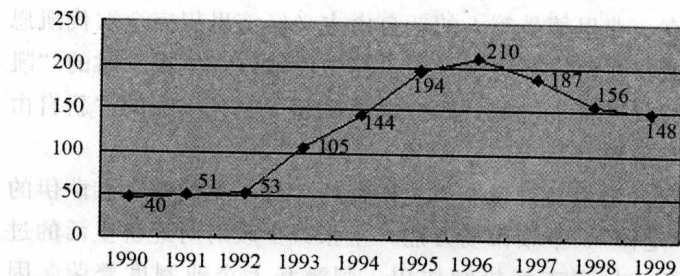


图1

此前,美国历经了四次企业兼并浪潮,第一次发生在19世纪末20世纪初,第二次发生在20世纪20年代,第三次发生在20世纪五六十年代,第四次发生在20世纪80年代。每次兼并浪潮都有深刻的社会经济背景。特定的社会经济背景既揭示了历次兼并浪潮产生的原因,又铸就了每次兼并浪潮的内在规律,因而,兼并浪潮所处的社会经济背景是理解其成因、特征及趋势的基本依据。

美国这次兼并浪潮发生在英、美等工业国家“重新发现市场”的时代。20世纪70年代末、80年代初,面对席卷西

^① 谢耘耕:《兼并和收购——媒体扩张与发展之道》,《新闻界》,2004年第4期。

方世界 10 年之久的“滞胀”，强调国家干预的凯恩斯主义束手无策、无力回天，英、美相继推行“撒切尔主义”、“里根经济学”，分别以货币主义、供给学派的政策主张为施政纲领，推行一整套新自由主义的经济政策，其他国家如加拿大、德国及北欧国家也纷纷奉行新自由主义的政策主张，对原国家干预主义的经济政策进行大幅度调整和转向。自此，哈耶克、弗里德曼等人的新自由主义经济思想完全取代凯恩斯主义，在西方经济学说中占据主流地位，盛极一时的“凯恩斯时代”宣告终结，西方世界掀起了经久不衰的“新自由主义”浪潮。

新自由主义秉承亚当·斯密的“看不见的手”和萨伊的“萨伊定律”，推崇市场万能，主张减少政府对经济生活的过多干预，加强市场机制作用，刺激私人企业制度繁荣。因此，奉行新自由主义的西方各国都采取了一“紧”一“松”的经济政策，一方面收缩政府的经济职能，另一方面，放松对企业的管制。如里根政府在减免税收、削减公共支出、实行紧缩性货币政策的同时，成立了以布什为首的撤销规章制度管制工作特别小组，重新审核了 91 种管理企业的规章，撤销和放松了 65 项规章和一系列其他影响企业效率的过严的管制法规^①。在里根总统的第一个任期内，各机构公布的联邦规章制度就减少了 33% 以上^②。里根以后的历任政府都

① 周穗明：《当代资本主义发展与自由主义的两次转型——当前欧美经济政治回归新自由主义主流》，《国际经济评论》，2001 年第 5~6 期。

② 林水源：《新经济自由主义与美国的“新经济”》，《世界经济》，1999 年第 6 期。

强调要消除不合理的规章制度。1997年5月,美国财政秘书提交国会的金融改革方案,原则是取消银行与其他金融机构之间的法律界限,结束了金融系统64年分门别类的历史^①。此外,新自由主义也是美国制定反垄断政策的主流理论。新自由主义认为,企业在自由市场中经由长期竞争而形成的规模是最优规模,在经济全球化的背景之下,自由市场的边界已由美国国内市场扩展到了世界市场,政府应调整反垄断政策,减少对企业的干预。以此理论为指导,美国的反托拉斯法有所松动,执行力度明显下降。

美国政府对企业管理的放松,为企业营造了自由竞争的宽松环境。这种环境使美国企业又有可能在国内外市场扩大企业规模,结果,在美国这次企业兼并浪潮中,横向兼并是主要兼并方式(由于规章制度的撤销、反托拉斯法执行力度的下降),跨国兼并蔚然成风(源于西方世界的“新自由主义”浪潮,市场边界的扩大),金融、通信成为兼并的主战场。

在传媒市场,自由主义的沉浮完全决定了美国传媒政策的交相更替。1791年报业自由主义思想进入宪法的《权利法案》的第一条修正案^②,这是古典自由主义思想渗透到传媒政策中的最初体现。在凯恩斯革命期间,美国政府通过《1934年通信法》,成立联邦通讯委员会(FCC),国家干预

① 陈新,冯平:《第五次国际企业兼并浪潮及对中国资产重组的启示》,《经济问题探索》,1999年第12期。

② 李继东,王杰昌:《试析大众传媒业规制的成因》,《青年记者》,2006年第16期。

主义盛行于传媒市场。这种奉行凯恩斯主义的规制体制波及其他国家，主导西方传媒市场近 60 年，以致人们深信，“全球传媒体系并不是‘自由市场’或自然法则的产物，而是一系列重大国家政策起作用的结果”^①。20 世纪 80 年代的里根革命，开始了美国传媒管制的渐进放松过程：1982 年，FCC 修改了广播电视台禁卖年限的规则，此前的规则规定广播和电视台在取得许可后 3 年以内不得买卖^②；1984 年，FCC 取消了其要求电视台播放最少数量的新闻和公共事务节目，以及限制互相播放一定数量广播节目的规定，也取消了要求电视台保持播放节目的公共纪律和确定电视台经营的社区节目要求的规定^③；1985 年，FCC 将一家公司在全国可以拥有的广播台、电视台的数量上限，由 7 家提高到 12 家；1992 年，FCC 又放宽了对一家公司在同一城市所能拥有的广播台数量的限制^④。

传媒业管制渐进放松的持续过程表明，新自由主义思想在传媒领域逐步成为主流，渐进过程的铺垫奠定了传媒政策

① 转引自郭莲：《全球传媒体系与新自由主义、文化帝国主义》，《国外理论动态》，2001 年第 7 期。罗伯特·麦克切斯尼在 2000 年 10 月联合国教科文组织召开的讨论未来全球传媒发展方向的会议上发表了题为《全球传媒体系与新自由主义、文化帝国主义》的讲话，内容全文载于美刊《每月评论》2001 年 3 月号。郭莲编写了其主要内容，载于《国外理论动态》2001 年第 7 期。

② 张咏华：《美国新自由主义思潮和 FCC 新规定之争》，《新闻记者》，2003 年第 11 期。

③ 李继东，王杰昌：《试析大众传媒业规制的成因》，《青年记者》，2006 年第 16 期。

④ 张咏华：《美国新自由主义思潮和 FCC 新规定之争》，《新闻记者》，2003 年第 11 期。

的走势。1996年,渐进的管制放松演变为政策的全面变更,美国政府通过了《电信法案》,对《1934年通信法》进行全面调整:①拆除电讯、有线电视业之间的市场樊篱,准许电话公司经营有线电视,有线电视公司提供电话服务;②放松了对广播公司所有权的限制:在全国范围内,取消对任何个人或组织拥有、操纵的电视台数量限制,把对电视台覆盖国内受众的比例提高到35%^①;③撤销在同一地区不能同时拥有电视台和有线电视系统的规定;④撤销一家公司不能拥有两个无线电视网的规定,允许在已拥有一个电视网的情况下新建一个电视网,但不允许购买现成的电视网^②。

新自由主义主导的传媒业管制放松并没有因《1996年电信法案》的颁布而止步,《1996年电信法案》规定,FCC每年都要重新审定所有权的相关条款。近年来,FCC出台了一系列的后续规定,进一步放松对传媒业的管制:①放宽了对美国媒体所有权的许多限制,如单一集团所拥有电视台的全国观众的上限,从1996年的35%调高到45%。②基本上取消了对电视台和报纸在同一城市交叉持股的限制(指在拥有9个或9个以上电视台的市场);③放宽了对当地电视台所有权的限制,媒体公司可以在更多的市场拥有两家电视台,在纽约和洛杉矶这样的超级城市,一个公司甚至可以拥有3个电视台^③。

① [美] 约翰·帕夫利克:《新媒体技术——文化和商业前景》,周勇等译,清华大学出版社,2006年,第236页。

② 李良荣:《西方新闻媒体变革20年》,《新闻大学》,2000年第4期。

③ 李继东,王杰昌:《试析大众传媒业规制的成因》,《青年记者》,2006年第16期。

管制放松使许多媒体公司在兼并中有利可图。媒体公司扩大市场份额成为可能，跨行业（电信业和传媒业）经营成为现实，媒体公司可以在更大的规模空间中得益于规模经济、范围经济，并有可能在市场中寻求更大的垄断势力。管制放松开启了美国媒体兼并浪潮的闸门。

在传媒管制的渐进放松阶段，许多媒体兼并案例就在美国第四次兼并浪潮中崭露头角。例如，1984年，首府广播公司（Capital Cities）以35亿美元收购美国广播公司（ABC），此前10亿美元以上的大型并购案并不多见，1984年也仅有18起^①；1986年，通用电气（GE）以62.8亿美元收购美国全国广播公司（NBC）及其母公司美国无线电公司（RCA），创美国企业并购史上的新纪录；1990年，时代公司与华纳公司合并，交易所涉金额141亿美元。与其他“主流”行业的兼并活动相比，媒体兼并再也不是冰山一角。

传媒管制政策的全面变更在美国传媒市场掀起了惊涛骇浪。《1996年电信法案》颁布不久，迪斯尼（Walt Disney）就收购了首府/美国广播公司（Capital Cities/ABC），美国西部（U. S. West）宣布收购全美第三大有线公司大陆有线电视（Continental Cable Television），首先奏响媒体并购交响乐的第一个音符。尔后，其他公司纷沓而至，在美国传媒市场掀起暴风骤雨式的并购狂潮。在广播业中，AM—FM的并购交易最为火爆，相对1995年、1996年交易金额的增长率高达330%，紧随其后的是FM的并购，涉及金额的增长

^① 李肃，周放生，吕朴，邵建云：《美国五次企业兼并浪潮及启示》，《管理世界》，1998年第1期。

长率达 283%，频繁的并购使广播电台的交易均价从 1995 年的 486 万美元飙升至 1996 年的 1 464 万美元^①；无线广播电视业 1996 年的并购交易额达 253.6 亿美元，相对 1995 年，增长率高达 200%^②；在电视业中，1995 年并购交易额 47 亿美元，1996 年已过 100 亿美元^③；在有线电视业，1996 年并购交易额达 231 亿美元^④，其中，时代华纳（Time Warner）购买了拥有 CNN、TNT 和一系列其他有线产业的特纳广播公司（Turner Broadcasting），成为全球最大的媒介公司（电话行业除外）^⑤。表 1 是 1991—1996 年美国传媒市场交易额超过 500 万美元的并购案的分行业年度统计情况。与 1995 年比较，除电视业中的跨行业并购之外，1996 年传媒市场各行业的行业内并购案与跨行业并购案都有很高的增长率。其中，电视业行业内并购案的增长率高达 175%，有线电视业行业内并购案的增长率高达 173.3%，广播业行业内并购案的增长率达 104.8%。各个行业并购案的总计的增长率也达到了 47.4%。

① Sylvia M. Chan-Olmsted. Merger, Acquisition, and Convergence: The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services. The Journal of Media Economics, 1998, V11 (3).

② Sylvia M. Chan-Olmsted. Merger, Acquisition, and Convergence: The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services.

③ Sylvia M. Chan-Olmsted: Merger, Acquisition, and Convergence. The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services.

④ Sylvia M. Chan-Olmsted: Merger, Acquisition, and Convergence. The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services.

⑤ [美] 帕特里克·帕森斯，罗伯特·弗里登：《有线与卫星电视产业》，詹正茂等译，清华大学出版社，第 15 页。