

新 / 闻 / 传 / 播 / 学 / 丛 / 书

■ 主 编 ■ 李 珮 ■

转型社会中的 大众传媒 与公共利益

刘必华 / 著

中国传媒大学出版社

新 / 闻 / 传 / 播 / 学 / 丛 / 书

■ 主 编 ■ 李 珮 ■

转型社会中的 大众传媒 与公共利益

刘必华 / 著

中国传媒大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

转型社会中的大众传媒与公共利益/刘必华著.
—北京: 中国传媒大学出版社, 2017. 1
(新闻传播学丛书/李珮主编)
ISBN 978-7-5657-1733-8

- I. ①转…
- II. ①刘…
- III. ①大众传播—传播媒介—关系—公共管理—利益—中国
- IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 133855 号

新闻传播学丛书
转型社会中的大众传媒与公共利益
ZHUANXING SHEHUI ZHONG DE DAZHONG CHUANMEI YU GONGGONG LIYI

著 者 刘必华
策划编辑 姜颖昶
责任编辑 姜颖昶 司马兰
特约编辑 魏 征
装帧设计 拓美设计
排 版 楠竹文化
责任印制 曹 辉

出版发行 中国传媒大学出版社
社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编: 100024
电 话 86-10-64450532 或 65450528 传真: 010-65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 10.25
字 数 253 千字
版 次 2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1733-8/G · 1733 定 价 48.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

总序

西南政法大学新闻传播学院是重庆市第一所经教育部正式批准建设的新闻学院，筹建于1994年，1995年开始面向全国招生。

学院在办学之初提出了“主新辅法”的培养模式，形成新闻学和法学相结合的独特学科交叉优势，并整合了法学、哲学、文学、管理学等学科资源，形成“媒介视野、法律正义、社会责任”三者并重的办学特色。

学院2010年更名为“全球新闻与传播学院”，这是学院保持发展法制新闻特色办学15年之后的一次理性拓展，力求充分整合国际国内优势资源，培养具有全球视野的新闻与传播人才。

2015年是学院成立二十周年，为总结我院办学经验，醇化学术氛围，提升学术影响力，从2014年起，我院陆续向社会呈献西南政法大学“新闻传播学系列丛书”。

第一套丛书共11部作品，已经于2014年5月由法律出版社出版。这11部作品分别为：《新闻侵害人格权研究》（蒙晓阳教授著）、《中国电视娱乐文化批评》（李林容教授著）、《法律的电视虚构生产——中国当代法律题材电视剧研究》（陈笑春教授著）、《1903年：上海苏报案与清末司法转型》（蔡斐副教授著）、《中国出版物版权输出竞争策略研究》（裴永刚副教授著）、《媒体是信任危机的帮凶吗？》（郭晓科副教授著）、《关于“家”的想象与叙述：20世纪90年代以来家庭伦理电视剧的叙事文化研究》（贺艳副教授著）、《三峡工程纪实影像传播史》（郑微波副教授著）、《重庆都市报发展史》（赵文丹副教授著）、《关注热点：特定议题新闻报道研究》（陈丽丹副教授著）、《地理影响与文化表征——重庆电视纪录片研究》（周松博士著）。

这11部作品分别代表了我院教师，尤其是青年教师在新闻与法治研究、国际新闻研究、影视与新媒体研究、政治传播研究等四个研究方向的代表性成果，也是我院新生代学术实力的一次整体亮相。

即将面世的这套丛书共15本，是我院面向社会推出的第二套丛书。该套丛书的作者主要以我院的青年博士为主，也是我院青年教师在新闻与法治研究、国际新闻研究、影视与新媒体研究、政治传播研究等四个研究方向所取得的最新成果。

李珮教授等所著的《网络环境下突发事件传播与管理研究》，旨在通过对我国网络环境下突发事件案例的剖解、反思，以及引入政治经济学、社会心理学等学科的研究方法，从系统论视角出发，勾勒突发事件在网络环境下的“异化”以及不同诉求传播主体间的博弈、妥协与共谋。根据网络环境下突发性事件发展的新形势，提出“网络舆情事件”的概念，并据此指出相应管理制度的缺失和法制建设的盲区。在此基础上，深度思辨突发事件政府应急管理陷入的误区，并尝试在“中国特色”框架之下给出网络环境下加强突发事件管理的对策建议。

陈笑春教授所著的《影视作品里的中国法治进程》，主要以法治题材的电影电视作品为例探讨了虚构的影视作品对于现实法治进程的再现及其社会语境。该书以法治题材影视作品发展的滥觞、发轫、兴起、多元和转型这五个时期为分野，每一个部分中选取了具有典型意义的影视作品进行具体分析。影视作品对个体生活的再现，令法治领域与其他社会领域之间的关系在微观故事中变得具体而多样，诠释了法治内涵的现实性和丰富性。

贺艳副教授所著的《媒介表征与城市形象：以重庆为例》以重庆为研究个案，从较为宽泛的媒介界定出发，试图探讨以下问题：在文学作品、报纸、电视、电影、网络等多种媒介所传播的内容之中，重庆呈现为怎样的形象？重庆的这些形象又是怎样被建构的？媒介所呈现的重庆形象还存在着哪些问题？

蔡斐副教授所著的《戈公振新闻思想研究》，以中国新闻传播史奠基人戈公振先生为研究对象，以历史的眼光和翔实的史料剖析了戈公振新闻本位、新闻法制、新闻教育、自由主义、新闻编辑、媒体经管等新闻思想的各个维度，全面展示了戈公振新闻思想的丰富内涵和时代特征。

谷李副教授所著的 *Intellectual Constellations (1980—2008)*，提出文学、电影文本和文化经济政策及其讨论、批评作为知识分子聚集并集中表达和建构自身与世界关系的场域。通过对上世纪 80 年代初到 21 世纪初的个案分析，该书勾勒出一一种可称之为后社会主义情感结构的现象的一些侧面。

杨婷副教授所著的 *Effects of SNS Uses on International Students' Socialization: Focusing on Chinese Students In Korea*，研究了在韩国中国留学生的社会化状况。分成两个阶段，第一阶段为定量研究阶段，通过自填式问卷调查，对社会化结果（包括学习动机、社会融入程度等六个变量）以及社交媒体的使用对于各个变量产生的影响进行了调查；在第二个阶段，运用深层访问法，分三个阶段（期盼阶段、遭遇阶段、习得与改变阶段）对被访者的社会化状况进行了分析。

刘娟副教授所著的《疫病防治与健康传播：重庆的天花灭绝实践（1891—1952）》，在挖掘大量民国时期原始材料的基础上，从阶级基础、社会组织、文化建构及行为模式等方面，以 19 世纪以来天花防治为背景，截取重庆开埠直至宣告天花灭绝为时间切片（1891—1952），描述牛痘接种的信息从传播到扩散，最终改变民众防疫行为的过程。本研究的价值在于以历史的视角拓展了“创新扩散理论”在健康传播中的运用，认为阶级基础是重庆乃至新中国成立后迅速扑灭以天花为代表的烈性传染病的重要原因，以期为当下疫病防控提供本土经验。

屈永刚博士所著的《儒家政治正当性观念发展研究——从孔子到董仲舒》，以西汉初期之前儒家政治正当性观念为研究对象，以孔、孟、荀正当性观念为基点，上溯殷周时期，下及西汉初期（以董仲舒为代表），对西汉初期以前儒家政治正当性观念的渊源和发展作出了系统的梳理。

刘大明博士所著的《宋代新闻传播与政治文化研究》，主要介绍了宋代在新闻传播、政治文化等诸领域获得的前所未有的发展，重点阐述了宋代邸报的新闻活动、宋代出版传播活动和宋代文人谈兵论战及其兵学文化繁荣等系列议题。

申可君博士所著的《城市社区居民参与机制研究》，试图通过分析居民参与要素的新特点，构建一套有效促进居民参与社区建设的六个二级参与机制，并剖析该机制的形成、分类及其影响因素。同时，提出推动居民参与机制运行的保障条件，以期能助力基层政府

摆脱长久以来居民参与不足的困境。

廖宇翊博士所著的《大众传媒对城乡统筹发展的作用研究》从经济学、管理学和传播学相结合的新角度研究了城乡二元结构和城乡统筹发展的问题，通过实证研究发现了知识和信息在城乡之间的不均衡分布是城乡差异的基本原因，提出了缩小城乡差异的新途径是改变知识和信息在城乡之间的供需失衡状态。

刘必华博士所著的《转型社会中的大众传媒与公共利益》提出当代中国社会转型的复杂性矛盾冲突的尖锐性，要求建立以公共利益为基本取向的传媒体系。该书从体制、话语与实践三个层面考察了中国传媒服务于公共利益的表现，并从传媒治理、职业道德和受众参与等方面提出了建议。

任正安博士所著的《走出现代的尴尬——边缘民族传统文化与现代传播的土家族样本》观察了在新传播环境下西部少数民族地区社会沟通与媒介使用现状与变迁，将文化传播和媒介教育相结合，以少数民族媒介素养教育为出发点，探讨如何更好地在少数民族集中的西南地区提升媒介教育，进而提高其媒介素养，传播本民族文化，以对传受双方及其与社会文化环境的多元互动的高度重视探索传播效果的有效提升。

徐金讲师所著的《解码与编码——广告创意实务》旨在运用符号学和结构学视角对经典广告进行分解，寻找出独特可行的广告创作思路，总结出广告思维及创作规律，并通过广告创作实例展示广告创意及创作方法的运用。

这套丛书集中体现了西南政法大学新闻传播学的传承和创新，也是我院新生代学术实力的再一次整体亮相。

甲戌年间建经纬，荏苒岁月二十载。

日钟两江之灵秀，月沐法府之鸿光。

法治新闻创特色，全球视野开新章。

心系天下得清誉，五湖九州望徜徉。

我们真诚地期待着学术界对我院新闻传播学系列丛书提出宝贵的意见和建议。

是为序。

李珮

2015年12月于毓秀园

编 委 会

主 任：李希光 欧阳宏生

编 委：李希光 欧阳宏生 李 珮 罗小萍

李 韧 蒙晓阳 贺 艳 王 炬

陈笑春 裴永刚 屈永刚 赵文丹

主 编：李 珮

副主编：李 韧 罗小萍

目 录

第一章 绪论	001
第一节 传媒与公共利益研究的现实需求	001
第二节 传媒与公共利益研究的现状	005
第三节 相关的理论视野	009
第二章 对公共利益的考察与界定	014
第一节 对公共利益的历史考察	014
第二节 公共利益的界定	017
第三节 传媒与公共利益的相互支撑	021
第三章 公共利益视角下的社会转型与传媒转型	030
第一节 社会转型要求以公共利益为导向的体制变革	030
第二节 社会转型与传媒转型	039
第四章 公共利益实现过程中的传媒功能发挥	056
第一节 “雷达站”的功能发挥	057
第二节 “减压阀”的功能发挥	063
第三节 “整合台”的功能发挥	070
第五章 媒体服务于公共利益的实际考察	083
第一节 传媒服务于公共利益的进步	083
第二节 失衡的三角支撑	097
第三节 媒体服务于公共利益的主要障碍	101
第六章 公共利益的制度基石：改善传媒治理	113
第一节 解放思想，树立传媒治理新观念	113
第二节 传媒治理的改善	120
第三节 传媒的社会治理	124

第七章 公共利益的防火墙：职业化的新闻道德建设	132
第一节 新闻职业道德失范及其对公共利益的影响	132
第二节 专业伦理的建设	135
结语	140
参考文献	141

第一节 传媒与公共利益研究的现实需求

公共利益已成为学界关注的热点问题，这是中国改革和社会转型进行到当前阶段的必然结果。

改革开放 30 多年来，中国取得了举世瞩目的巨大成就，将此誉之为“奇迹”并不为过。但实事求是地讲，改革所付出的社会成本也是巨大的，中国出现了“经济快速发展与内部外部矛盾同步持续深化的现象”（秦晖，2009），社会转型面临着越来越严峻的挑战。

而且，改革进行到现在，以往那种有人受益而无人受损的“帕累托改进”式的改革空间，已经很难再有。改革进入攻坚阶段，中国社会若要继续前行，就必然出现利益的深度调整。利益调整以公共利益为取向，还是以维护既得利益和特殊利益为目标，成为改革矛盾之焦点所在。如何看待和处理公共利益，是关系到改革能否突破瓶颈、社会转型的方向是否正确、中国梦能否实现的重大问题。因此，在政治、经济、社会、文化等领域，公共利益都受到越来越多的关注。

在政治领域，公权力的行使本应服务于公共利益，但由于政治体制改革不到位，权力作为一种特殊资源，经常被资本化和非公共领域使用，出现了权力的部门化和私人化倾向，严重损害了公共利益。政府的管理体制和管理模式仍然相对滞后，与社会发展趋势不相适应，往往造成政府行为的“越位”与“缺位”，也影响到公共利益的保障。如何以公共利益为导向，进一步深化权力体制改革，加强反腐败制度建设；进一步深化行政管理体制改革，从制度层面规范政府职能和政府行为；进一步深化政治运行机制改革，健全政治参与的制度保障，不断扩大政治参与的广度和深度，促进民主政治的积极有序发展，成为政治体制改革的紧迫要求（包心鉴，2010）。我们必须构建以人为本、活力高效、民主开放、有利于确保政治权力公共性和公信力的政治体制及其运行机制，维护公共的政治

利益。

在经济领域，公共利益也面临着分配不公、发展模式不可持续等诸多挑战。分配结构不合理造成收入差距拉大，贫富分化加剧。我们以前靠经济增长“把饼做大”来消弭矛盾的方式，已经不那么有效，“饼如何分”的问题越来越受到社会的关注。就总体而言，20世纪90年代之后，更多的社会利益在社会中上层如行政管理者、经理人、企业家、专业技术人员等为代表的阶层中被分配，而产业工人，农业劳动者，个体工商户和无业、失业、半失业阶层则较少能够享受到社会利益。工人和农业劳动者实际上承担了中国20世纪90年代以后改革措施与社会发展带来的绝大多数代价，其中有相当一部分人没有享受到经济飞速增长所带来的好处，有些人甚至被甩出改革的列车，从整个社会结构中“断裂”出去，生活在城市与乡村的最底层（孙立平，2004）。政府如何以公共利益为中心，加大国民收入分配的调整力度，延缓贫富分化趋势，从根源上解决社会不公问题，这些已成为社会经济发展中亟待解决的问题，也是维护公共利益的必然要求。

在社会领域，公共利益受到公共服务不到位和社会冲突容纳能力低下等问题的困扰。当前，社会成员对公共服务的需求明显增加，而公共服务无论在数量上还是在效率上，都远远不能满足社会成员的需要。在教育、社会保障、医疗卫生等领域的公共服务中，都存在着明显的投入和供给不足，以及明显的分配不公问题。有限的公共服务资源往往是从领导干部、公务员等强势群体开始往下覆盖，收入高、生活稳定的群体通常能享受到更充分的公共服务，而最需要这些服务的弱势群体却往往得不到服务，从而削弱了社会公共服务的公平性。有研究者甚至明确提出：“公众日益增长的公共品需求同公共品供给短缺低效之间的矛盾，已经成为当前我国社会的主要矛盾。”（杨鹏，2005）另外，原有的社会体制存在明显的僵化与滞后，对于社会冲突的容纳和调解能力有限，难以适应实际生活中经济结构、公民权利意识等迅速向现代化转型，导致利益冲突的压抑与激化，并出现了冲突向群体化和暴力化方向演变的趋势。群体性上访等事件日益增加，民众的不满情绪往往得不到正常发泄和有效疏导。如何以公共利益为导向，加大公共服务领域的投入力度，提高公共服务分配的公平性，同时强化社会对矛盾冲突的容纳和调解能力，已成为我们维护社会公共利益，促进社会和谐与稳定，降低社会转型风险的当务之急。

在文化领域，公共利益的实现面临着文化冲突和价值冲突的挑战。在社会转型期，经济体制的深刻变革、社会结构的深刻变动，以及利益格局的深刻调整，导致社会思想观念的深刻变化。当下社会的经济来源、利益分配、就业方式等日益多元化，这些也促进了思想文化的多元化。多元化是社会活力的表现，但是在这一过程中，不可避免地产生了各种文化和价值规范之间的冲突。正如米勒（Müller）指出的那样：“在变革的年代里，人们突然感到无所适从……民族的文化价值和有效性也受到质疑。而这将导致一场非常严重的危机，并孕育着巨大的危险。”（哈拉尔德·米勒，2002）许多人的内心世界失去了归依，以价值失落、价值混乱、价值扭曲为表征的社会现象愈发突出，传统的“大一统”文化认同出现危机。实践证明，公共利益的实现，既需要繁荣的经济基础、民主的政治体制、和谐的社会环境，也离不开强有力的文化支撑。因此，“中国社会不可避免地要经历一次深刻的价值重建和文化转型”（衣俊卿，1995）。如何在当前条件下达成全社会的文化认同，进一步提升整个社会的精神凝聚力，实现思想上的百花齐放和文化上的统一，推动主流价值观引导下的文化多样性发展，成为文化建设的一项重大而艰巨的任务。

众多研究者指出^①，中国的改革已经到了关键阶段，必须对既有的发展方式加以调整，要真正以公共利益为改革导向，完善市场经济体制，促进以民主法治为核心的政治与社会改革。若能够突破当前的改革难关，中国就能跨越大多数发展中国家难以跨越的门槛，进入民主法治、繁荣富强的现代化国家行列；若突破不了，中国就有可能陷入“拉美陷阱”，导致经济停滞、社会动荡。中国当前所面临的深层次问题，呼唤着以公共利益为导向的更加广泛、全面和深刻的改革。

与整体改革需求相呼应的是，传媒改革中也出现了公共利益缺失的问题，对公共利益导向的吁求日益凸显。

在当前我国内地的传媒业中，有两套主要的衡量媒体行为的标准。其中最基本的就是党性原则与“喉舌论”，我们可以视其为政治标准。从这些政治标准之中，已经衍化出一整套的制度。在传媒形态与功能迅猛扩张的今天，政治标准及其衍化出来的传媒制度，依然是整个传媒体系运行的核心逻辑：传媒体系在本质上是一种宣传工具；“事业单位”是与此适配的制度安排；宣传部门掌控下的各媒体集团是它的结构方式；“新闻宣传”与“舆论引导”是它的功能发挥；“喉舌论”是它的理论表达。在新中国成立之初和政权建设的过程中，这套理论和制度有不可磨灭的历史功劳；在改革开放30年之后，它依然发挥着难以替代的作用，同时也面临着强大的压力。

另外，改革开放30年来，传媒业从讨论“新闻是不是商品”开始，逐渐确立起另一个评价标准——市场。市场化的评价标准从“社会主义市场经济建设”中获得了合法性，也呼应了政府的财政运作需要，更释放了传媒业的发展活力，因而得以与“喉舌论”并列，成为当前传媒运营的两大主要逻辑之一。传媒改革的30年，在很大程度上是传媒市场化的30年。传媒业也从当年需要拨款的“财政包袱”成长为国民经济的重要产业之一。

政治与市场双重因素的共同作用造就了中国当前独特的媒体制度——“一元体制，二元运作”。新闻媒体归国家所有，它既要完成现行政治结构所要求完成的意识形态宣传任务，又要通过广告等市场经营收入支撑自身的再生产。简言之，它用国家所有制赋予的政治优势在市场上获取经济收入，又用市场上赚取的经济收入完成意识形态领域需要完成的政治任务（胡正荣，2003）。

在这种体制之下，“安全”与“赚钱”成为许多新闻媒体的主要行为逻辑。一些媒体负责人认为，安全是政治标准，需要按上级要求完成宣传任务；赚钱是经济标准，需要强化传媒的市场竞争能力，提升传媒产业发展的速度。李良荣教授将其归纳为白纸黑字，一个字儿都不能错；金子银子，一个子儿都不能少。广东《清远日报》总编辑潘伟在2010年的新年贺词中写道：“不惹麻烦的报纸才是最好的报纸。”“广告多的报纸就是好的报纸。”这番话在新闻界引发了批评浪潮，但未尝不是一些媒体老总们内心想法的真实写照。

潘伟的话尽管有些偏激，却为我们提出了一系列值得深思的问题：在矛盾多发、社会转型的关键时期，新闻媒体只要做好宣传、能赚到钱就行了吗？究竟什么样的媒体才算是好媒体？对于研究者而言，问题也是同样的：我们只要研究媒体如何按照现有的理论和制度更好地进行宣传 and 经营就行了吗？传统的媒体宣传和媒体市场理论究竟存在哪些缺陷，

^① 相关论述可参见吴敬琏：《呼唤法治的市场经济》，三联书店2007年版；迟福林：《第二次改革——中国未来30年的强国之路》，中国经济出版社2010年版；陈志武：《陈志武说中国经济》，山西经济出版社2010年版；丁学良：《中国经济再崛起——国际比较的视野》，北京大学出版社2007年版。

需要如何改进和发展？从新闻传播的角度来看，还有哪些重要且有价值的研究领域尚未得到充分重视和深度开发？

在这一系列的追问之下，我们可以发现，媒体在价值观上存在明显缺失：当前的主流观念，是将媒体视为重要的执政工具和经济组织，而对媒体作为一种重要的社会公共服务机构的性质，对于媒体在社会转型时期的功能，我们在认识上还有所不足。传媒政策的目标，也主要集中于能否保证意识形态安全和能否快速有效地扩大产业规模。这两点当然非常重要，但是并不完整。比如，“反映产业规模的数据并不能显示媒体资源占有的人均水平，媒体资源在群体中的分布形态、内容制作和流通体制等方面牵涉到的公正、开放等基本原则的问题，无力批判市场对媒体公共性的侵蚀，以及数字鸿沟（digital divide）对两极分化的深化和扩大等问题”（潘忠党，2008）。至于如何充分发挥传媒的社会功能，推进深层次改革的进行，匡正社会转型过程中可能出现的偏差，维护社会的整体利益和健康发展，也是付之阙如。如果我们在评价一个传媒体系时，只能夸耀它的产业规模和经济效益，而谈到它对一个健全社会的促进作用时则乏善可陈，那么我们很难承认这是一个合理的传媒体系。

必须承认传媒改革所取得的巨大成就及它对社会转型所起的推动作用，没有媒体的推动，就不会有公民社会的成长和权利意识的觉醒。但与此同时，我们也要看到，大众传媒在许多重大事件中的表现并不令人满意。在“SARS”期间，对于关系到大众切身利益的重要公共卫生信息，媒体先是秘而不宣，任由谣言传播，导致恐慌情绪蔓延，当时广州市民之间相互转发的海量短信甚至导致当地移动通信网络瘫痪；在信息公开后，媒体仍发布了一些具有误导性的信息，过多考虑“减少疫情带来的社会影响”，结果延误了疫情防治的最佳时机，造成了严重的社会经济损失，也对中国的国际形象产生了不良影响。2009年发生的“石首事件”中，面对一起由非正常死亡案件引发的群体性事件，政府发布的新闻在三天多的时间里一直语焉不详，无法进行有效沟通的官民双方最终爆发大规模冲突，当地的新闻媒体则发布了一条名为“湖北石首多部门联合举办公交车火灾事故处置演习”的报道，称“湖北石首市汽运公司联合消防、交警、医疗等部门举办了一次公交车火灾事故处置演习，市政府相关领导现场观摩了此次演习”，如此指鹿为马，简直是匪夷所思。

对于新闻媒体在重大事件中的失声与失职，我们虽然不能将板子全打在媒体身上，但这已经能够说明当前的传媒改革存在着结构性的缺陷，难以适应社会转型的迫切要求。既有的政治与产业标准无法保证现代传媒的功能在社会生活中得到充分发挥，而且由于强势利益集团拥有大量的政治、经济和文化资源，在现行体制下，一些传媒机构完全有可能与之结盟，甚至沦为强势利益集团的奴仆，从而丧失社会瞭望与改革臂助的职责。

因此，有必要树立衡量传媒行为的公共利益标准，并将之作为传媒改革的前行目标。

公共利益标准意味着我们不是从某一特定团体的角度来看待传媒及其行为，而是从全社会福祉的高度来看待它。这就意味着要“使社会的传播资源和传播权利在各阶层间的分配更趋向于公平、公正与合理”（赵月枝，2004），让传播制度更好地服务于公众的多元化需要及共同利益，媒体则要成为公共性的信息传播机构与舆论机构，提供有关社会公共事务的准确而全面的信息，促进公共讨论，在不同利益的调节与妥协中，达成整个社会所认同的共同目标。

实际上，公共利益并非新鲜的标准。服务于公共利益，早就是大众传媒的最高宗旨。梁启超曾经说过：“宗旨固有择焉，牟利亦宗旨也，媚权贵亦宗旨也，悦市人亦宗旨也；

故为报馆者，不可不以热诚慧眼，注定一最高之宗旨而守之……若为报者能以国民大多数之公益为目的，斯可谓真善良之宗旨焉矣！”（梁启超，1901）如果将公共利益视为媒体的社会属性，那么在以往的传媒改革中，我们看重的是媒体的政治属性和经济属性，公共利益导向未能得到明确与重视。传媒改革进行到今天，社会呼吁以公共利益为导向的传媒改革迅速起步。

如果说“喉舌论”指引下的媒体在新中国成立和政权建设的过程中发挥了重要作用，市场力量带领媒体告别了传统的“真理报模式”（洪兵，2005），那么在中国共产党由革命党向执政党转型的背景下，媒体应该何去何从就成为一个关键问题。在传媒改革面临拐点的紧要关头，对这一问题的回答与实践不仅关系到新形势下媒体功能的准确定位及充分发挥，而且事关社会主义和谐社会的建设，乃至中国社会转型的成败。从这一点来说，从公共利益的视角研究大众传媒的转向有着重要的学术价值和现实意义。

当然，我们关注的并不是大众传媒与公共利益之间不言自明的逻辑关系，而是在转型社会的背景下，传媒为公共利益服务的理想与实践之间的差距。因为明确了公共利益的定义并将其作为传媒的基本目标，并不等于这种目标会自动实现，应然和实然之间，难免会有差距。那么，是什么原因造成了应然和实然之间的这种差距？传媒维护公共利益的宗旨如何得以实现？本书将试图寻求以上问题的答案。

第二节 传媒与公共利益研究的现状

一、社会转型研究

自20世纪90年代开始，社会转型的概念逐渐进入中国学术话语体系，普遍为各学科所接受和运用，它主要用以描述、分析中国社会自20世纪70年代末以来的社会变迁。

部分学者认为，中国社会结构发生的变动是社会转型的核心所在。他们以中国社会结构的变迁为切入点，从社会阶层重新划分的角度来研究社会转型的态势与特点，并总结了社会转型的中国经验。李培林认为，中国的转型经验体现在六个方面：渐进式改革成为中国改革的普遍规则；经济体制转轨与社会结构转型同步进行；社会稳定优先原则与谨慎的民主化探索；长期坚持低生育政策和减少贫困；由人口大国向人力资源大国转变；坚持对外开放和超越意识形态的国际合作（李培林，2007）。

以郑杭生等人为代表的学者则认为，社会转型的关键是“现代化”。他们将社会转型视为与社会现代化重合的过程，意指从农业的、乡村的、半封闭的传统型社会向工业的、城镇的、开放的现代社会的转型。他们将中国社会转型分为三个时期，并认为在第三阶段也就是改革开放之后，社会转型才进入加速期。

还有一部分学者认同比利时经济学家热若尔·罗兰（Gerard Roland）的观点：“转型就是大规模的制度变迁”（热若尔·罗兰，2002），认为转型的关键在于制度的转变。转型与一般意义上的制度变迁的不同之处在于，它指的是整体意义上的制度系统的结构和性质的改变，或者说是体制模式或类型的变化。由于这种变化的剧烈和显著，以至于改变后的

制度在形态分类的意义上不能再归入原来制度的类型。

孙立平以提出“断裂三部曲”的观点而闻名。他的诸多观点，如“社会断裂”“权利失衡”“利益博弈”等概念，引发了广泛的社会反响。他还力主建立转型社会学，以推动社会理论的进展。

西方社会学者以西方社会为蓝本，将社会转型的主要内容概括为“六化”：（1）经济转型即工业化；（2）社会转型（狭义）即城市化；（3）政治转型即民主化；（4）文化转型即世俗化；（5）组织转型即科层化；（6）观念转型即理性化。

不管持哪派观点，学者们都公认，转型所代表的社会变迁在“量”的向度上是巨大的，在“质”的向度上是根本性的，在内容上则是多重与复杂的。经济学家汪丁丁认为，中国正在进行着世界唯一的“三重”转型：文化转型、社会转型和政治转型。近年来关于社会转型的研究越来越强调，转型不仅仅是片面的社会经济水平的提高问题，它是整个社会迈向现代文明，实现人的全面发展的途径和手段。

正是由于社会的深刻转型，才拉开了新闻改革与传媒功能扩张的序幕；也正是由于社会转型所呈现的广袤而深刻的变化，才为传媒改革不断提出新的时代命题。只有置身于中国社会转型的历史场景中，方能真正理解中国传媒变革进程中的欢欣与苦痛，进步与阻碍。因此，要研究中国媒体，就不能脱离当前中国社会的转型特征。

二、大众传媒与社会转型研究

研究大众传媒与社会转型的学者，大多认为媒体对社会转型有积极的推动作用。在这方面最主要的流派就是发展传播学。发展传播学认为，大众传媒是社会发展过程中的“奇妙的放大器”，通过改善大众传媒的基础条件和传播资源，可以推动社会其他事项的进步。发展传播学倡导充分利用媒体等传播手段，帮助人们全面认识他们所处的环境及变革的手段，帮助人们解决冲突、达成共识，帮助人们制定改革和可持续发展的计划，帮助人们获取必要的知识和技能以改善自身的处境和社会状况，提高机构的效率。E. M. 罗杰斯（E. M. Rogers）的《创新与扩散》、丹尼尔·勒纳（Daniel Lerner）的《传统社会的消逝》、威尔伯·施拉姆（Wilbur Schramm）的《大众传播媒介与国家发展》等，都是这一领域的代表作。

需要指出的是，在传媒发挥促进作用的过程中，它还需要市场力量的支撑和公民社会的配合，否则其效果就会大打折扣。

有研究者试图在发展传播学的基础上建立社会转型传播学。姚君喜在《社会转型传播学》一书中着力探究了转型社会中传播对人的全面发展的推动作用，并对传播分化与传播失衡、传播结构与传播整合、传播制度与传播控制等社会转型背景下的传播问题提出了自己的见解。他强调社会良性传播网络的构建，以及各种不同的传播方式的融合。（姚君喜，2008）

西安外国语大学的张建中在《大众媒介与社会转型：墨西哥个案考》一书中，研究了作为拉丁美洲国家重要一员的墨西哥在20世纪80年代以来社会民主化转型的过程中大众媒体所发生的变化，以及在这一社会转型过程中大众媒体所扮演的角色。张建中在对墨西哥的媒体转型与社会转型进行分析之后发现，在过去的20多年中，大众媒体的确促进了墨西哥民主的发展，墨西哥的民主化在转型之后得到了进一步的巩固。在这一巨大的社会

政治、经济转型过程中，大众媒体也经历了一系列巨大的转变：对媒体的编辑审查逐渐取消；媒体对总统选举的报道逐渐变得公正；在竞争过程中市场的力量逐渐凸显出来。总体而言，各个新闻媒体组织是社会民主化过程中的受益者，同时它们也受到政治和经济这两种力量的牵制。张建中认为，强有力的政府，活跃的公民社会，竞争激烈的自由市场会更关注广大公民的利益，这些因素也为一个更加民主的社会的建立奠定了基础，而大众媒体的独立和开放有助于这些影响因素朝着积极的、正面的方向发展（张建中，2009）。

对于社会转型中的传媒功能的发挥，研究者的论述还是以媒体的四大功能为主。詹姆斯·库兰（James Curran）认为，媒体的主要民主任务是告知（inform）、检视（scrutinize）、讨论（debate）以及表达（represent）（库兰，2006，120 页）。实际上，这四点也是传媒之于公共利益的主要作用。还有学者结合中国转型期的社会现实，论述了“促发展”“维护稳定”等具有转型特色的媒体功能的发挥。有研究者认为，在当前社会矛盾显化的背景下，尤其要注意坚持信息的公开、透明，媒体要积极表达民意，及时报道“急流险滩”，发挥“船头瞭望者”和“社会解压阀”的作用（曾庆香、李蔚，2009）。

三、大众传媒与公共利益研究

大众传媒如何服务于公共利益的问题，已在全球范围内引发广泛关注。

西方社会对这一问题的担忧，主要来自商业力量对传媒领域的侵蚀。媒体垄断程度日益加深、公共电视面临危机等趋势正在挑战传媒服务于公共利益的能力，并引发了学界的批评。

早在 20 世纪 40 年代，哈钦斯委员会就倡导传媒及其从业者的社会责任意识，意图以职业操守对抗商业势力，维护公共利益（新闻自由委员会，2004）。西方新闻界还先后出现过民主参与和公共新闻的思潮。但是这些媒体改良运动或是失之于理想化，或是与传统的客观性原则相冲突，都未能取得足够的成效。直到今天，西方社会依然为老问题头疼。

夏倩芳的博士论文《公共利益与广播电视规制》讨论了欧美广电业的管理政策与公共利益之间的关系。媒体垄断和传媒体系全球化是在新自由主义指导下一系列政企合力的结果。公共利益被重新定义为一种符合经济和消费主义的价值观，这使得在传媒政策的制定过程中，关于公共利益的表达更加不平等（夏倩芳，2004）。她对“公共利益”概念被政商势力摆布的论述很有深度，但论文并未涉及社会转型期的媒体环境。

赵月枝认为，市场主宰下的内容多样化并不等于思想文化上的多元化，由广告商支配的传播市场上“一元一票”的消费者至上原则与“一人一票”的民主原则有根本区别。（赵月枝，1998）大卫·克罗图（David Croteau）则认为，永远无法满足的媒体产业的盈利诉求与社会大众对媒体应致力于服务公共利益的要求之间，永远存在着矛盾。他概述了两个分析媒体的概念性框架：市场模式和公共领域模式（大卫·克罗图，2007，185 页）。上述两位学者的研究都是直接以“大众传媒与公共利益”为主题，有相当重要的借鉴作用，但由于研究蓝本是西方发达国家的传媒业，并不完全适用于社会转型现状下中国的社会现实。

必须注意的是，西方研究传媒与公共利益的学者，大都将矛头指向市场机制的缺陷，批评商业势力对公共传播造成的不利影响。但是，彼之抑制力量，正是此之解放力量。在中国，过度市场化所导致的“煽色腥”主义、新闻职业道德被侵蚀等负面现象，固然已经

出现,但市场机制并不是传媒服务于公共利益的主要障碍,相反,它还是一种未能完全发挥的解放力量。在中国社会转型的过程中,“市场所起到的促使传媒类型多样化、目标多元化的作用,将会随着社会权力格局的不断分化而继续发挥,不断拓展中国社会公共表达的空间与可能”(张宁,2007,129页)。中西方媒体生态的不同,是我们在研究中必须注意的。

近年来,潘忠党、陈力丹、李良荣等学者,先后发文探讨我国传媒与公共利益之间关系的问题。李良荣教授感叹:“我国的传媒业从来没有像现在这样,如此地重视公众,同时如此地藐视公众。重视公众,是重视公众的眼球。藐视公众,是藐视公众的权益,无视公众的利益。”(李良荣,2007)他认为:“意识形态安全、公共利益、商业利益三者之间孰轻孰重的选择,决定中国新闻改革的未来走向。中国传播业必须确立公共利益至上的原则,并以此作为制度安排来约束传媒业。”(李良荣,2007)

张金海教授也指出,在中国的传媒业中,公共利益的失落,与意识形态取向和市场利益取向的强势形成鲜明对比,导致政府、传媒、公众三角关系的结构性失衡。要想博弈结构均衡,就必须实现基于公共性的传媒结构调整(张金海,2007)。

汪晖认为,20世纪80年代以来,原有的“党国”体制发生深刻变迁,执政党试图体现和代表整个社会的利益和意志,但在“去政治化”的外壳下,党派、特殊利益集团和国家仍然拥有进入和操纵公共领域的的能力,它们经常以不同方式形成对公共讨论和民众参与的压抑。真正的问题在于,我们应如何揭示和避免传媒的遮蔽性,争取大众传媒的公共性(汪晖,2009)。

曾繁旭研究了NGO(非政府组织)与中国媒体的互动,发现“新闻实践正在某些议题上逐渐向‘民意表达’开放,媒体也由党的宣传机器转变成一个推动社会变化以及市民社会生长的发动机”(曾繁旭,2009)。

许多研究者都观察到,由于传统媒体受制于权力中心,网络在中国传媒服务于公共利益的发展进程中起到越来越重要的促进作用(王毓莉,2007;胡泳,2008;唐,2008)。

林芬、赵鼎新则在传媒对社会运动的报道中,发现中国媒体所具有的独特的批判性。在中国,媒体不但倾向于对社会运动作正面报道,而且还会挑战现有的制度并积极介入。研究者将之归结为中国媒体在社会核心价值观念缺失情况下的反体制倾向(林芬、赵鼎新,2008)。他们对媒体批判性的解释提醒我们,在传统的思想控制不可避免地衰落之后,传媒需要寻找新的核心价值观,以支撑它在新一阶段的转型。从当前的环境来看,服务于公共利益的媒体价值观既可获得广泛的社会认同,又切中当前的社会需要,是较为合适的选项。

2009年10月,复旦大学新闻学院举办了一场以“传媒与公共性”为主题的研讨会。与会者通过对群体性事件报道、舆论监督、网络跟帖等传播现象的分析,讨论了中国传媒的公共性表现,以及影响传媒与公共性关系的因素。研究者们普遍认为,在国家与社会关系变迁的背景下,中国社会的公共领域有所变化,传媒作为公共空间的功能相比以往有了很大的扩张,这是让人欣喜的。但同样具有现实性的描述是,这些现象“都是市场逻辑不经意催生的成果,并非是以社会和体制的民主化为基本出发点而设计的改革目标之实现”(潘忠党,2008)。而我们知道,市场逻辑与公共利益并非完全一致。如果对传媒服务于公共利益的机制未能有制度性的安排,而任凭市场化浪潮与政治上的严控结合在一起,传媒改革的前景实际上并不光明。胡正荣教授就此发出警告:“从长期看,资本力量裹挟着政