

经济新闻

与 广告传播
研究

中国青年出版社



经济新闻 与 广告传播研究

主 编：沈 毅 罗子明

副主编：刘立刚 张 翔

中国书店出版社

(京)新登字083号

图书在版编目(CIP)数据

经济新闻与广告传播研究 / 沈毅, 罗子明主编. —北京: 中国青年出版社, 2005

ISBN 7-5006-6169-X

I. 经... II. ①沈... ②罗... III. ①经济—新闻学—文集 ②广告学—文集 IV. F713.80-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 010386 号

*

中国青年出版社 出版 发行

社址: 北京东四 12 条 21 号 邮政编码: 100708

网址: www.cyp.com.cn

编辑部电话: (010) 64007495 营销中心电话: (010) 64065904

聚鑫印刷有限公司印刷 新华书店经销

*

1400 × 700 1/32 11.75 印张 1 插页 390 千字

2004 年 12 月北京第 1 版 2004 年 12 月河北第 1 次印刷

印数: 1-3000 册 定价: 22.00 元

本图书如有任何印装质量问题, 请与印务中心质检部联系调换

联系电话: (010) 84047104

雄狮书店: (010) 84039659

目 录

从“郎顾之争”看媒体的价值取向

——兼谈经济报道的社会调节功能/刘立刚.....1

社会弱势群体媒介使用权刍议/刘立刚、李京.....8

《第一财经》：跨媒体专业财经资讯平台的目标与现实障碍/吴玉玲.....22

试论我国数字付费电视节目的消费需求/吴玉玲.....31

从受众的“使用与满足”看经济评论的服务性/范敏.....39

香港凤凰卫视时评栏目的华人视野和华人做派/范敏.....45

暗访：谨慎前行/王群.....55

从里根病逝的相关报道看“拟态环境”的构建/王群.....65

从央视伊战和SARS报道看重大事件的电视报道策划/黄伟.....80

现代化、交往与异化

——在后现代的语境中重返马克思/黄伟.....91

改革机制，打造新闻节目的品牌型主持人/许莉.....99

从栏目改版热看电视媒体经营管理中存在的问题/许莉.....106

我国期刊广告经营的影响因素实证分析/周玉波.....111

“古代报刊”、“近代报刊”辨析/沈毅.....123

《独立评论》与胡适的新闻精神/沈毅.....127

驻美大使期间胡适的新闻活动/沈毅.....149

东芝笔记本电脑品牌形象的案例研究/罗子明.....161

体育运动会营造的品牌形象传播机会/罗子明.....	170
《广告策划》课程教学过程管理的变革专题研究报告/张翔.....	178
论广告躲避现象的原因及对策/徐小娟.....	194
论广告说服的两种途径/徐小娟.....	201
对广告传播活动的伦理学思考/徐小娟.....	207
广告与视觉文化的广泛传播/刘莉.....	215
广告的跨文化语境传播问题初探/刘莉.....	221
“窄播”还是“广播”？	
——试析网络广告的分众传播策略/高丽华.....	227
从新兴医院违法广告探析我国虚假广告监管缺位的原因及对策/高丽华.....	236
品牌符号体系的价值及价值实现/丛珩.....	246
房地产概念营销及其对广告传播的影响/丛珩.....	258
古代英雄传奇小说生成的需求研究/林刚.....	266
男性视野中被异化的巾帼英雄	
——《水浒传》女将形象的文化阐释/林刚.....	273
试论新课程背景下大学语文与中学语文的衔接与过渡/王新惠.....	282
关汉卿笔下几个典型女性形象的共同文化内涵及成因走向/王新惠.....	290
浅议《大学语文》课的特点、功能和作用/袁钟芳.....	298
论贾平凹小说乡土情结的发展轨迹/袁钟芳.....	303

应用写作课开展案例教学和实施现代教育技术的尝试/李倩.....310

不朽的讽刺杰作《堂·吉珂德》/李倩.....317

“狼文学”：从图腾到怀念

——《狼图腾》、《怀念狼》评析/杨柳.....325

易安词接受争议的历史—文化阐述/杨柳.....334

郭茂倩《乐府诗集》的汉乐府研究/赵明正.....343

《汉铙歌十八曲》研究史述论/赵明正.....353

网络时代的专业英语教学发展趋势/胡春兰.....364

从“郎顾之争”看媒体的价值取向

——兼谈经济报道的社会调节功能

刘立刚(1968—),男,河北人,北京工商大学传播与艺术学院副教授。

[摘要]

发端于2004年8月的“郎顾之争”为国有企业产权改革政策的深化提供了思想的营养,也为经济报道重新审视自身的功能提供了思考的空间。在社会转型期,社会阶层分化日益加剧,市场主体利益诉求日益多元化,整个社会越来越成为利益的博弈场。经济报道应以社会调解者的姿态,修正自己的报道理念和价值诉求,通过信息资源的运用来协调各种市场主体间的矛盾,促使社会和谐发展。

[关键词]

“郎顾之争”;媒体策略;社会调节

2004年8月9日,香港中文大学教授郎咸平在复旦大学演讲时指责国内著名民营企业格林柯尔的董事长顾雏军在“国退民进”中靠“七板斧”席卷国家财富。这所谓“七板斧”指“安营扎寨、乘虚而入、反客为主、投桃报李、洗个大澡、相貌迎人、借鸡生蛋”。8月13日,顾雏军委托香港齐伯礼律师行致信郎咸平,指责其8月9日在上海的演讲对格林柯尔构成诽谤。8月16日,郎咸平向北京媒体公布顾雏军“充满威胁”的律师函,并强硬声明再次与顾对峙。自此,2004年经济领域的一场大论战拉开帷幕,各方人士纷纷登场。按照媒体的说法,在经过短暂的“集体失语”之后,经济学家中“挺郎派”和“打郎派”很快形成对峙。著名的“经济学界新左派”领军人物左大培向媒体发表声明“坚决站在郎咸平一边,坚决支持他反击顾雏军的一切行

动。一切有良知的人都应当行动起来，支持郎咸平先生……”他说，“谁在公众不知情的情况下送走了国有财产，谁就在犯罪……要当心俄罗斯的霍多尔科夫斯基那样的企业家在中国出现！”^[1]而在此之前，北京大学光华管理学院副院长张维迎作为替企业家说话的代表也在媒体上发表了《要善待对社会做出贡献的企业家》的长文，对郎咸平的观点和结论进行批驳。此外，吴敬琏、许小年、杨帆、张文魁等也纷纷卷入争论之中。像历史上发生过的许多次论争一样，论争很快超出了理论本身，演变成了经济学家的良心之争，而这一演变经过媒体的放大在普通公众间引起了更大的回应。个案之争甚至变成了良心之争、方向之争。

我们姑且不论这场论争的孰是孰非，单就媒体的表现和经济报道呈现出的价值取向和功能定位而言，都给我们留下了巨大的思考空间。在新的社会经济环境下，经济报道如何引导舆论，如何设置议程，如何做到客观公正等一系列问题向学术界和媒体提出了挑战。

一、“郎顾之争”中的媒体策略和价值取向

冲突性和故事性是媒体考量新闻价值的重要标准。

毫无疑问，郎咸平在复旦大学发表的题为“格林柯尔：在‘国退民进’的盛宴中狂欢”的演讲极富感染力，矛头所指是有符号意义的富豪顾雏军，这便很容易引起一直对富豪们的发迹史持怀疑态度、对社会财富分配不公有着经验层面上感知的普通公众的兴趣。这自然是媒体所要追逐的具有轰动意义的议题。更具有戏剧性和冲突效果的是，顾雏军在通过律师要求郎咸平道歉不果的情况下于8月17日向香港高等法院以涉嫌诽谤罪起诉了郎咸平。这样一来，著名人物、冲突事件、焦点话题的新闻价值要素都具备了，媒体自然不会放过这样一个极有炒作价值的事件。从这个意义上说，我们没有理由责怪媒体的热情，那是媒体的责任，如果在这样的话题面前冷漠置之倒是媒体的失职。

在论争之中，一些被认为是站在了百姓对立面的经济学家对媒体进行了谴责和质疑，认为，“目前某些媒体缺乏信任感，没有核心价值观，导致沉渣泛起，使一些连

做人的基本道德都没有的人居然被不知情的网民当做社会良知，误导苍生，学术人士哭笑不得”这样的指责也不乏情绪化，我们且不加评论，但一个必须承认的现实是，争论是被媒体放大的，正面的观点被放大，反面的观点也被放大了。而这种放大是媒体通过夸大矛盾、巧换语境、湮没一方观点等手法来完成的，在使新闻更好看、更有卖点的同时有意无意地扭曲了事件的本来面目。

夸大矛盾 学术研究中的学术争论原本是很正常的事情，一定意义上说学术争论是学术发展的重要动力。郎咸平教授从个案研究入手对国有企业产权改革中出现的国有资产流失现象进行批评无可厚非，顾维军激烈回应也在情理之中，对这样的争论作为第三者的媒体也理应客观看待，但媒体似乎更愿意看到冲突的戏剧性，甚至希望使冲突升级。以最具新闻炒作点的“威胁信”为例，郎咸平收到的格林柯尔律师函被众多媒体说成是“威胁信”，是暴富的企业主对社会良心的挑战。可如果记者真正阅读了律师函的话就很难得出这样的结论。其实，格林柯尔律师函原件中的原话为：“If any of the requests are not complied with, our client will take all necessary steps to protect his reputation, including commencing legal proceedings against you without future notice”（如果要求不被执行，我们的委托人将保留采取任何保护声誉的措施的权利，包括法律诉讼，恕不知会）。稍微懂得点儿法律常识的人都会知道，这些话只不过是律师在呈函中常用的说法，是一种格式化的语言，而媒体却宁愿把此说成是“威胁”、“恐吓”。这其中的原因耐人寻味。对此，媒体也许会有许多借口，但不管怎么样，核对材料，以求真实无误是记者的职责。也正是由于这样的“误读”，争论变成了受众想像中的战争。争论的主题被淡忘，事实更难澄清，也为更大范围的争论植下了种子。

巧换语境 “郎咸平们”的质疑有人赞同有人反对，有人高兴有人忧虑，这在日益多元化的社会是再正常不过的事情。抱着宽容的态度，对争论双方出现的一些情绪化的言辞也是可以理解的，但作为负责任的媒体不能是情绪化的。有两个关键词在媒体报道中的频繁出现值得关注：一是社会良心，一是反对改革。双方争论伊始，媒体便悄悄转换了讨论的语境，把学术上的争论转移为“良心之争”。似乎不支持郎咸平便是站在富人的立场上，是站到了民众的对立面，而支持郎咸平的便是民众利益的代言人，是社会的良心。网友的态度和言辞便是证明。这样一来，学术问题便成了政治问题、良心问题。语境的转换，带来了更多的响应，使争论双方的矛盾升级，当然媒

体也吸引了更多的眼球，似乎自身真的成了公众利益的代言人和维护者。

故意曲解 在报道中，有媒体有意无意地得出社会上有人反对改革的结论。由于权威部门在学界争论中没有明确表态（这本身是一种成熟、理性，体现了政治文明建设成果的表现），少数媒体便给了受众中国改革要停顿和在停顿的暗示。这对习惯于从字里行间寻找政治动向的受众那里无疑可能引来“主义”之争。同时，在报道中，一些媒体对于争论双方在具体争论中的一些稍嫌激烈的言论也是断章取义，似乎郎咸平及其拥护者是反对如今的国企改革方向，认为国有企业的现状无须大的改革；似乎反对郎咸平就是简单的主张国有资产流失有理，是不承认社会财富的分配不公。其实，对于任何一个理智的媒体都能很容易理解的是：在国企改制中，国有资产流失的案例显然不是个别的，但对国企的产权改革全盘否定依然是错误的。媒体不会不知道这样一个事实，许多亲身参与了国有企业产权改革政策制定进程的学者尽管不同意郎咸平教授得出的结论，但对于改革进程中出现的问题，比如国有资产流失等也抱有深切的忧虑，也一直在寻求解决的途径。即便不了解这些背景，作为媒体，也不该幼稚到非黑即白的地步，简单地以“左”和“右”轻率分类。为什么以客观冷静自勉的媒体会出现这样的问题呢？回答是：泾渭分明的价值判断、简单的容易理解的故事更符合媒体自己的利益。

利用网上舆论 在“郎顾之争”中，网上舆论尤其活跃，几乎呈现出一边倒的态势。在各个网站上支持郎咸平的帖子遍地开花，对反对郎咸平结论的经济学家则是喊打阵阵。学者张维迎发表了《要善待对社会做出贡献的企业家》的言论后，谴责和反对的网民占到了绝大多数，为此，张维迎无奈地说，这次事件反映了一些社会深层次的问题。我们的百姓还是很容易被煽动的。百姓是否容易被煽动？谁能代表大多数？这不是本文关注的重点。但问题是媒体该如何面对公众舆论。舆论学的基本常识是：舆论的类别多种多样，有正确的舆论和错误的舆论，有积极的舆论和消极的舆论，有正义的舆论和非正义的舆论。正如黑格尔所说：“在公共舆论中真理和无穷错误直接混杂在一起。”^[2]对新闻媒体而言，强求在极短的时间内对各种舆论做出精细的判断不是件容易事，但在各种声音面前保持相对的客观中立是能够也是必须要做到的。对于网上舆论，我们简单地把它们归于产权改革的支持派或反对派都是不准确的，复杂性就在于，尽管在理论和政策层面，产权改革的路径已经达成共识，但对于普通百姓来说，他们有着不同的经验和内心感受。当他们以企业普通员工参与到改制其中的时

候他们最关心的是什么？当他们在媒体上见到企业改制时诸多的国有资产被侵吞的案例时，他们会形成怎样的个人经验？他们并不是反对改制，而是反对被人愚弄着不明不白承担了改革成本的改制。如果单从网上舆论看，似乎很容易得出结论，国企改革成为了少数人的盛宴。但我们的媒体似乎对舆论的形成原因缺乏足够的分析，即便是有所分析，也很难敢有对抗公众舆论的勇气，讨好公众，盲从舆论，致使一场应该理性进行的争论更多地停留在了情绪的层面，也使媒体的正当性遭受了质疑。

二、从“郎顾之争”看经济报道的社会调节功能

在此次论争中，有一个有趣的现象耐人寻味：在媒体大面积介入争论的初期，郎咸平的支持者抱怨正义的代言人是孤军奋战，没有得到经济学家们的有力声援，责怪经济学界“集体失语”；而当媒体全力介入其间，网上舆论沸腾的时候，另一派的经济学家则对媒体和舆论表现出了不屑和愤慨，认为媒体是在妖魔化企业家，是对国情的误判。媒体的尴尬是：似乎争论的双方都在利用媒体又都对媒体保持着戒备，媒体的加入无疑加剧了争论的强度而受众却更加无所适从。经济报道的角色和功能显然不能令人满意。这需要我们在新的经济制度框架和社会政治经济环境下进一步理解和思考经济报道的功能，尤其是在社会的阶层分化加剧、利益诉求日益多样化的市场经济环境下，媒体的经济报道如何完成自己的社会调节功能。

经济制度是指人们获得物质利益的规则。按照历史唯物主义的观点，制度变迁的内在逻辑是：生产力的发展——生产关系的变迁——利益集团的分化组合——政治法律制度的改造——意识形态的重构。随着生产力的发展，当代中国社会正处于一个剧烈的转型期，国家与社会之间、国家与市场之间、市场与社会之间、市场内部各种利益主体之间都在不断地进行着利益的博弈。中国今天的社会已经是利益高度分化的社会，政策之争，主要不是意识形态之争，而是利益立场的倾向之争。20多年来，改革开放中可以照顾大多数人利益、皆大欢喜的方案已经越来越少。任何一点新的改革都可能对原有利益格局的巨大冲击，也必然会有益于部分人的利益而损害另一部分人的利益。每一点利益都有博弈，每一个政策都有倾斜。现实的问题是，每个市场主体

在独立扮演经济角色的同时,又不能单独实现自己的经济利益,只能通过对外的资源交换,才能实现自己的经济目的。各个市场主体之间既相互对立又相互依赖,而这种依赖和对立关系又总是在一定的框架内才能够有机地运动并推动社会的良性运行。否则,或者引发社会震荡和社会冲突,破坏生产力的发展;或者导致变革停滞,阻碍生产力的发展。在这样一种环境下,媒体尤其是经济报道,作为一种社会公共资源,必须学会协调各种关系,既生产社会发展所必需的经济理性,又要生产社会动员所需要的公众的理解性。当然,这种协调不是传统意义上的意识形态的协调,而是通过对社会各利益主体所需要信息的公开和披露来实现的。“传播是透过信息的社会博弈”^[3]。

让我们以“郎顾之争”的报道来分析。郎咸平所强力攻击的国有资产流失问题存在不存在?当然存在,而且在有些地方是很严重地存在。既然他提出的问题不是没有典型性,那媒体就有责任去进一步调查,并将信息披露,让受众也明白国有资产流失的情况,理解国有资产究竟是如何流失的,这种流失和国有企业产权改革所带来的社会财富的增加是个什么样的比例,为什么会出现“崽卖爷田不心疼”的局面,如何看待国有资产的现状等等,这些问题对公众来讲都是应该了解和必须要了解的。没有这些有效信息,而仅仅停留在郎咸平如何说如何看上,公众的理性就得不到尊重,所引发的民间舆论的理性也很难得到保证。经济报道的目的不仅是娱乐、煽情、激发兴趣和产生影响,也包括推理、解释和说服。经济报道在关注经济事实变动的同时,也展示着外面的世界、思想和实践,进而生成一个模拟的媒体世界。各个市场主体往往是通过媒介所描绘的世界进行自我定位和自我塑造,并采取行动。从这个意义上说,尽管媒体表面上在支持、声援郎咸平,但却没有充分消除公众对国有资产流失问题的不确定性,而是以情绪来引导情绪,以说理来反对说理,降低了报道的水平。相对应的,张维迎提出的善待民营企业家问题有没有事实依据呢?自然是有的。其实在张维迎等人的观点中隐含着这样一个问题,那就是如何正确评价财富。这个问题尽管不是争论的焦点,但却成了论争的意识形态基础,也正是具体问题所以引发大面积主义之争的关键。对这方面信息的公开,媒体的作为也并不让人满意。中国民营企业是对中国社会做出了巨大贡献的,但由于历史的原因,这个群体时而以社会功臣自居,时而以弱势群体自命,这其中其实隐含着多个悖论。这些悖论使社会舆论忽而羡慕财富、崇尚财富,又忽而滋生压迫意识、膨胀“仇富心理”。对这些问题,媒体似乎缺乏足够的分析与自省。

还有，在这次争论中，媒体与舆论的作用和地位也受到了挑战。有学者称，学者不应该在乎民意，太看重所谓的舆论，应该有勇气与民意唱反调。这话有没有道理？我们从两个方面分析。一是从政策与舆论的关系看，的确，学术问题是重在求真的，不能媚众。但国有企业产权改革问题显然不是一个纯学术的问题，是关涉大众利益的公共政策选择，没有了民意与舆论的支持，那改革又该如何推进？媒体应该看到这一点。二是从媒体自身的位置看，当一些学者把真理和舆论对立起来的时候，其实也隐含了对媒体及其所代表的舆论的情绪化和庸俗化倾向的对抗。这种对立更应当引起媒体的警觉。

“郎顾之争”及其所引发的舆论分流，不过是在社会转型期不同市场主体实现自己利益诉求的一个个别呈现而已。随着社会分化广度和深度的进一步扩大和加剧，类似的争论会越来越多，社会正日益变成一个利益的博弈场所。在这样的时代背景下，经济报道应修正并重新确立自己的报道理念和价值追求，通过所拥有的信息资源，及时消除外部信息的不确定性和各矛盾主体间信息的不对称性，从而积极地参与社会资源的博弈，协调各方面利益，使社会和谐发展。

〔注 释〕

〔1〕 裴莹：《我坚决站在郎咸平一边》，载《北京晨报》，2004年9月2日。

〔2〕 黑格尔：《法哲学原理》，第333页，北京，商务印书馆，1979年。

〔3〕 陈卫星：《传播的观念》，第412页，北京，人民出版社，2004年。

社会弱势群体媒介使用权刍议

刘立刚(1968—),男,河北人,北京工商大学传播与艺术学院副教授。

李京(1981—),男,北京人,北京工商大学经济学院硕士研究生。

〔摘 要〕

随着我国社会的发展,原有的社会阶层结构发生了变化。与此相关的社会各种资源和权力的分配形式也发生了变化。社会弱势群体由于在社会经济实力方面处于相对底层,进而在社会资源,尤其是媒介资源的分配获得上处于弱势,在社会生活中,有着话语权被剥夺的危险。在这种状态下,弱势群体的其他相关利益也受到了损害。为了社会的稳定和发展,必须保证社会弱势群体得到相应的话语权和传播媒介使用权。

〔关键词〕

弱势群体; 话语权; 媒介商业化; 媒介使用权

改革开放以来,中国社会发生的巨大变化为世人所瞩目。自20世纪90年代中期以来,从经济到政治,从思想到文化,从价值观念到生活方式,中国社会的方方面面都可以用日新月异来形容。在这段时期,为适应我国社会主义初级阶段的基本国情,加快由计划经济体制向市场经济体制的转轨,国家在经济领域进行了一系列改革,确立了以公有制为主体,多种所有制经济共同发展的基本经济制度。分配制度上,逐渐确立了以按劳分配为主体,多种分配形式并存的分配制度。分配制度的改变引发了社会利益格局的变化,促成了今天社会各个新阶层的出现和原有阶层的地位的改变。

当前社会利益格局的变化总体上是有利于我国社会经济结构的优化和发展的,但同时也带来了潜在的矛盾。一方面,分配制度的变化是经济体制转轨和社会结构转型

的必然产物,另一方面,这种调整也带来了相应的代价,突出表现在社会弱势群体的扩大,社会公平度下降,包括农民问题有待解决,城乡贫困层在内的社会下层的形成等等,这些群体与主流社会日益疏远,构成对社会稳定的潜在的和现实的威胁。因此,在新的社会条件下,如何解决好社会资源和权力的分配带来的一系列问题,成为了当前社会建设工作的关键,其中,如何保障社会弱势群体的话语权及相关的媒介使用权尤其需要关注。

话语权指的是公民运用媒体对其关心的国家事务与社会事务,及各种社会现象提出建议和发表意见的权利。从广义上看,话语权是新闻自由权利的重要组成部分,它属于新闻自由权利中的“表达权”的一部分,是公民的一项不可让与和剥夺的民主权利。从社会阶层研究的角度来看,话语权,以及作为其获得途径的媒介使用权,既是促成阶层形成和发展的重要因素,又是各阶层争夺的重要社会资源。首先,媒介使用权对阶层的形成具有重要的作用。就如同《天堂里的波波族》定义了所谓“波波族”,《格调》一书定义了所谓“城市小资”一样。当某一社会群体有着不同于其他社会阶层的利益获得形式、价值观念时,该群体必须通过获得一定媒介使用权,进而争得话语权,才能根据本阶层的社会利益和价值观念,对自己进行定义,以区别于其他社会利益阶层和群体。同时,向社会论证本阶层存在的合理性和先进性,谋求社会的承认和接受,使本阶层在社会概念上得以“形成”,进而使本阶层的社会利益得到保障。反过来看,话语权的拥有与否和拥有的多少,决定了一个阶层在社会生活中的地位和声音的强弱,也直接影响着相关的经济利益和社会权利。

综观历史,话语权及媒介使用权无不是各个社会阶层争相掌握的重要权力资源。各个阶层和社会阶层都把对传播媒介的争夺和传播权力的获取作为自己获得独立的社会地位的重要活动目标。但是就像对其他稀缺社会资源的占有需要相当的条件和实力一样,话语权的获得并不是由主观意志可以随意决定的。在计划经济体制时期,大众传播媒介及其各类文化事业资源,都是由国家计划控制和分配的。

按照宪法和相关法律及理论的解释,这些资源都是归全体人民所有的,人人有权平等地使用和掌握传播资源,政府及相关的机构和群体(主要是媒介机构)受人民的委托掌握、管理传播资源,但由于缺乏具体的可操作的制度,媒介使用权统一资源的分配也常常有失公平。改革开放后,随着市场经济体制的引入,媒介逐渐市场化、商业化,在此过程中,“一切以市场为导向”的媒介经营观念,又使得各种媒体在运作中

有意或无意地忽视了缺少商业价值的弱势群体，从而造就了一批社会权力的“失语人”和“沉默的大多数”。对媒介使用权和控制权的失控，反过来又进一步影响了弱势群体的社会地位和经济利益，造成恶性循环。

保证弱势群体能够有效地使用媒介合理表达自己的意见，并且在弱势阶层与其他阶层之间形成良性的交流渠道，是保证社会稳定发展的重要条件。同时也是传媒人士义不容辞的责任，是构建现代文明社会的基础性工作。

一、当代社会分层情况以及弱势群体的划分和定义

关于我国社会现阶段的社会分层现状，学术界存在着各种见解和争论。在陆学艺主持完成的中国社会科学院重大课题成果《当代中国社会阶层研究报告》中，对现阶段的社会阶层变化情况做出了如下叙述：

“1978年以来的改革开放使中国社会发生了深刻的变化，经济体制转轨和现代化进程的推进也促使中国社会阶层结构发生结构性的改变。原来的‘两个阶级一个阶层’（工人阶级、农民阶级和知识分子阶层）的社会结构发生了显著的变化，一些新的社会阶层逐渐形成，各阶层之间的社会、经济、生活方式及利益认同的差异日益明晰化，以职业为基础的新的社会阶层分化机制逐渐取代过去的以政治身份、户口身份和行政身份为依据的分化机制。这些迹象表明，社会经济变迁已导致了一种新的社会阶层结构的出现，并且，这种结构正在趋于稳定。与1978年以前的阶层结构相比，这一新的社会阶层结构在基本构成成分、结构形态、等级秩序、关系类型和分化机制等方面都发生了深刻的变化。”^[1]在此基础上，它以职业分类为基础，以组织资源、经济资源和文化资源的占有状况为标准，将当代中国社会划分为10个社会阶层，即国家与社会管理者阶层、经理人员阶层、私营企业主阶层、专业技术人员阶层、办事人员阶层、个体工商户阶层、商业服务业人员阶层、产业工人阶层、农业劳动者阶层和城乡无业失业半失业者阶层。

从以上划分形式我们可以看到，中国当代社会阶层的构成已经远远丰富于以往，新的社会阶层已经逐渐形成，这种阶层的划分是以职业的分化、细化为基础，以其组

织资源、经济资源和文化资源的占有状况为理论依据的。这三种资源的拥有状况决定着各社会群体在阶层结构中的位置以及个人的综合社会经济地位。

归纳定义出“弱势群体”的概念是一项复杂的工作。2002年,朱镕基在《政府工作报告》中首先使用了“弱势群体”这个词。著名社会学家郑杭生认为:“弱势群体,也叫社会脆弱群体、社会弱者群体,在英文中称social vulnerable groups。它主要是一个用来分析现代社会经济利益和社会权力分配不公平、社会结构不协调、不合理的概念。”^[2]可以看到,弱势群体实际上是一个相对的概念,是某一阶层相对于其他阶层在社会中受到不公平待遇的统称,这种不公平待遇可能体现在经济上、政治上,更体现在社会舆论权控制和话语权上。如今“弱势群体”的概念大有泛滥之势,出现了“大学生弱势群体”、“学者弱势群体”等等各种概念,但从前面谈到的依据“组织资源、经济资源和文化资源的占有情况”来决定社会群体地位的理论来看,目前大多数被定义的“弱势群体”在某些方面并不一定居于弱势,尤其体现在拥有社会话语权的大小上,例如,大学生虽然被定义为弱势群体,但他在社会言论和话语权方面绝对比贫困农民和农民工要强。“刘志刚案”的出现很好地说明了这一点,在刘志刚以前,遭到某些治安管理人员殴打致伤,甚至致死的城市闲散人员必然存在,然而直到刘志刚一案的出现才引起了社会的关注,甚至最终使国家的城市收容法规得到改变。就这个案件本身的影响来看,与刘志刚的大学生身份不无关系。因此可以说,真正的弱势群体,必然是在前面谈到的三种资源的占有上全面处于社会底层的社会群体,即社会底层群体。

“社会底层是由如下的几个群体构成的:第一,西南、西北比较集中联片贫困地区,那里的贫困人口还有约3400万(根据世界银行的数据,1999年底,中国绝对贫困人口为1200万);第二,贫困农民和一大批流入城市、居无定所、无正当职业的农民工;第三,下岗工人中的生活极端贫困者。”^[3]这些社会阶层构成了绝对意义上的弱势群体。

随着我国经济发展速度的加快,特别是政府扶贫开发力度的加大,底层社会群体的绝对人口数将逐步下降,弱势阶层的社会地位有望得到根本性的改变,但事实并不乐观。根据陆学艺等人的研究:“中国的区域发展差异巨大。东部地区由于起步时所具有的资源优势和政策优势,在社会经济发展方面已经远远超过中西部地区。而且,这种差距还有继续扩大之势。问题的严重性在于,这种日益扩大的差距,将在不同地