

上海市重点学科
(传播学)建设项目
青年传播学者丛书

尤游 著

DA ZHONG CHUAN MEI ZAI NONG CUN SHE QU DE JUE SE BIAN QIAN

大众传媒 在农村社区的角色变迁



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

明天文库·青年传播学者丛书

大众传媒在农村社区的角色变迁

——湘中 S 村的个案阐释

尤 游 著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

大众传媒的体制改革已经不可遏制地向市场化发展,对这一阶段传媒现代性的得失作出一个学人审慎的反思虽然冒险却值得。本书试图将大众传媒转型的过程与阶段性结果仅仅设置投放在中国的某一个普通山村,以社区研究法巧妙地将这一宏观的、抽象的问题转换成微观的、具体的问题,具体而言,则是通过对湘中 S 村转型前后传媒角色的变化来检验宏观的传媒性质变迁。

本书可作为传媒专业师生、社会问题研究人士的学习参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

大众传媒在农村社区的角色变迁:湘中 S 村的个案阐释/
尤游著. —上海:上海交通大学出版社,2011
(明天文库. 青年传播学者丛书)
ISBN 978-7-313-06942-9

I. 大... II. 尤... III. 大众传播—传播媒介—作
用—农村—社区—建设—研究—湖南省 IV. ①G206.3
②C912.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 225544 号

大众传媒在农村社区的角色变迁

——湘中 S 村的个案阐释

尤 游 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

同济大学印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×960mm 1/16 印张:12 字数:223 千字

2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月第 1 次印刷

印数:1~2030

ISBN 978-7-313-06942-9/G 定价:26.00 元

版权所有 侵权必究

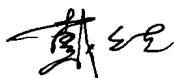
总 序

这套丛书的作者是一批初入传播学的年轻人,所呈现的成果大部分是他们的博士论文,可以说是他们首次交给学界的入门答卷,也可以说是研究中国当代社会与传播鲜活的案例,跳动着时代的脉搏,听得见时代的脚步声,可喜可贺!我希望他们继续自己的研究,走在时代的前列,不断呈现新的成果,以发展中国的人文社会科学研究事业,丰富中国的传播学研究。

中国的新闻与传播学研究是中国人文社会科学研究的一个重要领域。但不客气地说,这个领域发展的不怎么好:新闻学研究已经有百年历史,经历了三四代人,在新闻史研究、新闻业务研究方面有一批成果,但新闻学研究的总体水平比起其他学科有很大的差距;传播学研究有30多年的历史,著作有千部之余,论文有数万之巨,但基本上仍停留在介绍西方传播学理论的基础上。从这个角度看,中国新闻与传播学研究仍然很苍白!

我们当然知道中国新闻与传播学研究的难度,我们也忘不了中国老一辈新闻传播学者所做的艰苦努力。现在我们只有把希望寄托在年轻一代身上。他们才是中国新闻传播学发展的未来。

在这套丛书出版的时候,我写下如此几行文字,权当感言,以求教于大家。



辛卯年初月于上海寓所

前言

我国大众传媒的体制改革在以经济体制改革为发端终而席卷全社会的全方位变革中姗姗拉开帷幕。从确立新闻发言人制度、制播分离,到成立传媒集团、部分传媒公司进入资本市场,国家全额拨款的事业单位渐进到拟公司化,大众传媒的体制改革已经不可遏制地向市场化发展。可以说,这一过程实践运作的错综复杂使得传媒改革的初衷与阶段性结果并不完全重合,无论是政策的制定者、执行者、接受者或者专家体系,哪路人马均不可能对这一阶段传媒现代性的成败得失做到完全胸有成竹的了然。然而,这样宏大的社会改革更加需要不断地计算得失、总结经验,以为下一阶段的改革所用,就我个人而言,对它作出一个年轻学人审慎的反思虽然很冒险却仍然值得。

本书试图将大众传媒转型的过程与阶段性结果仅仅设置投放在中国的某一个普通山村,以社区研究法巧妙地将这一宏观的、抽象的问题转换成微观的、具体的问题,具体而言,则是通过对湘中 S 村转型前后传媒角色的变化来检验宏观的传媒性质变迁。为此,我历时近十年,前后进入湘中 S 村多次进行实地调查,获得了比较全面丰富的第一手调查资料以及相关的文献资料,并在这个实践基础上分析并提炼出一些观点。

调查发现,社会转型前,我国国家政治权力实现了对政治、经济、文化、意识形态和一般社会生活的全面控制,为了加强国家政权与农村地区的联系,此时的“全能主义政府”一手创建了我国广大农村的大众传播体系,这也是大众传媒第一次实现了完全意义上的“大众化”。此时,广播与电影是湘中 S 村主要的传媒形态,传媒的主要功能是宣传党的方针、政策,传播内容有浓厚意识形态色彩。但与此同时,在农民的社会生活被限制的实践语境中,电影故事化、情感化的宣传方式还是为大众传媒部分溢出政治设置的预期提供了空间,在农民心目中仍然获得了客观的文化意义。更重要的是,若以获得途径、方式、内容、等级等指标对照,当时老百姓使用传媒资源非常公平,老百姓从中能够获得翻身做主人的心理期许。

社会转型后,计划经济时代的全能主义政治体制逐渐转变为在经济社会生活有限多元化的后全能主义政治体制,但国家仍然控制着强力资源并具有超强的处理问题的能力。因此,国家为在农村地区持续落实行之有效的宣传,在原有“农村广播网”的基础上,继续推进“村村通广播电视工程”,改善了农村社会接收电视的条件。然而,此时的 S 村人口凋零、社会结构破败、道德文化滑坡,农民社区主动利

用大众传媒的积极性大大下降,电视沦落为大部分农民赌博与宗教狂热之余的娱乐麻醉剂。若从传播效果而言,在实践中,大众传媒在农村几乎三头落空,既没有行之有效地实现政治宣传(农民接触新闻少),又没有在市场化条件下实现其经济功能,更没有在政府与市场两极之外实现某些社会功能,如为 S 村社区农民的发展创造有利的条件。这是一个客观的社会事实。

从农民的生存心态而言,若以整个社会的结构作为一个场域,在这个场域内部,社会转型后经过种种博弈,力量对比已经非常明确,农民阶层显然在利益表达与诉求上处于最弱势地位,且向上流动的空间极其狭小,这导致 S 村人心理性格趋于内生,对外界缺乏关注,精神堕落,丧失了主动运用电视信息的积极性。若以我国大众传媒业的结构作为一个场域,力量对比也非常明确,农民对应的生存心态也非常消极,他们在实际行动中还是首先选择本土可以利用的资源,以实现社会生活与个人发展所需要的种种物质与精神支持。比如,针对 S 村需要的各种教育、培训、就业等信息,S 村人更相信同乡、同宗的提供或帮助;针对 S 村人的文化娱乐需求,拉家常、打麻将等本土娱乐方式是多数人首选,电视是次选;针对 S 村人的精神与信仰需求,宗教是庇护所,电视无所作为。

再来看结构性的因素,我在分析大众传媒业的场域时,实际上分成了两个子场域,一个是电视接收场域,也即有线电视建设,在阐释中运用了过程—事件的分析方法。毫无疑问,在这个场域内城乡差距很大,这还不是研究的重点,我发现即便不用于比较,1998 年,由国家号召发起的“村村通工程”中,国家致力于改善 S 村收视环境的有线传输在实践的运作过程中已经也变成地方精英甚至国家代理人盈利的工具,他们垄断当地电视接收生态(电视传播过程中接收环节的生态环境,包括频道种类与数量、信号质量、信号开关控制等),农民最后从这起惠民工程中获得的利益已经非常小,仍然处于最底层空间,这在一定程度上剥夺了农民收看电视的自主权。另一个场域是制造电视内容的场域,由于我国传媒业单一的盈利手段,国内传媒业出现特殊的生存法则,即传媒是通过“第二次售卖”,即将受众“出售”给广告商并从广告商处获得主要收入,传媒在社会守望与市场角色的两相选择中必然通过选择目标受众、议程设置等经营策略向后者倾斜,客观上导致绝大多数电视节目与 S 村农民无关,因此从根本上抑制了 S 村农民接收电视的内在动力。

从更深的意义而言,媒介角色的变迁实际上是中国社会转型的特殊产物,是大众传媒业乃至所有行业的改革进程中利益分配格局发生偏差所致。因此,针对这一现状,下一阶段的社会转型必须在反思过去的基础上进行,必须在一个好的市场化的基础上进行,在一个法治化、公平与公正的社会环境内进行,才能实现传媒业与整个社会和谐、稳定的发展。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 选题综述	1
第二节 文献综述	7
第三节 研究方法	15
第二章 湘中 S 村社区	23
第一节 历史沿革与自然条件	24
第二节 社会环境	27
第三章 再分配制度下的工具型媒介角色	42
第一节 旧中国:大众传播与 S 村农民无关	42
第二节 建国后至改革前的新传播系统	45
第四章 媒介角色的变迁	57
第一节 改革初期电视进入 S 村家庭的初期记忆	59
第二节 娱乐麻醉——改革纵深期电视直接的角色呈现	69
第三节 影像虚拟遭遇本土社会亚文化	99
第五章 变迁的原因	118
第一节 S 村农民的“生存心态”	120
第二节 电视节目接收环节	133
第三节 电视节目生成环节	146

第六章 媒介角色变迁的反思	160
第一节 反思电视传媒业改革	161
第二节 未来传媒业改革的猜想	163
附录 难以交接:现代传媒与本土化社会	168
参考文献	177
后记	182

第一章 绪论

传播在相当长的历史进程中仅仅局限于小范围人群的微观互动,随着以城市化与工业化为特征的现代社会的发展,它的作用才日益突出。在这个过程中,齐美尔是最早认识到传播的作用的,“任何一定数目的人成为社会,不是因为在这一个人身上都存在着一种由物种所决定的或者推动的他个人的生活内容,而是只有当这些内容的活力赢得相互影响的形式时,当一个个人对另一个人——直接地或者通过第三者的媒介——产生影响时,才从人的单纯空间的并存或者也包括时间的先后,变成一个社会。”^①社会不是个人的总和,而是由互动结合在一起的若干个人的总称,互动(传播)被提升到一个非常重要的位置,这个观点在19世纪下半叶齐美尔的时代无疑是超前的。换言之,传播既是社会关系的具体体现,更是人类社会得以构成、维持和发展的必要条件。在传播的作用被逐渐认识的过程中,有两个步骤也在同时进行。

一方面,科技改变了传播的能量,曾经碌碌无为的传播被现代人冠以“社会血管”的美誉,通过它可以完全抵达社会的任何一处神经末梢。在工业革命其他科技成果的刺激下,通信与传播技术也突飞猛进,电报、电话最先横空出世,在短短一个20世纪,广播、电影、电视与电脑互联网犹如一枚枚重型炸弹相继而来,传播形态以几何式增长速度攀越口头传播、文字传播和印刷传播进入电子传播,传播方式也从面对面的人际互动—单向的大众传播方式—多向的多种方式选择,社会交流获得空前自由。与此同时,社会与文化也随之发生巨大的变迁,工业化、城市化与科技发展促使西方迅速向现代社会过渡,并且这种态势迅速从西向东扩散,所到之处社会无不打上现代的烙印。而现代社会公认最重要的特征和构成条件便是大众传播乃至互联网的运用,实际上大众传媒与网络已经成为维系社会互动、促进社会发展最重要的工具与形式,为此,有学者惊呼我们已经从一个以土地、资本或劳动力来衡量政治、经济权力的时代,进入一个在很大程度上取决于一个对情报和人民的

① 齐美尔. 社会是如何可能的[M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2002: 22.

接触程度的时代。^① 传播与社会两者的关系发展至今日出现某种程度的重合。

另一方面,实践中社会对传播的依赖催生人们将它作为一门学科专门研究。在社会互动与社会发展越来越倚重于外在于人类的大众传媒工具介入时,20 世纪上半叶,美国的社会学家们抱着把社会学变成处理社会实际政策与日常任务的手段的实用主义思维,在媒体企业、军事机构、国会、慈善基金会或较大的政府机构力量直接介入下,进行了一系列涉及政治宣传、劝服等主题的调查研究,这些研究最终促成诞生了一个专门研究人类互动传播过程和传播媒介的新兴学科——大众传播学。

然而,由于大众媒介在互动行为以及社会发展中的重要参与作用,传播学最重要的理论基础仍然来自于研究社会的科学。除了第一批社会学家如德国的齐美尔、法国的塔尔德等人,后来的每一位社会学家的研究体系都不可避免地出现与大众传播相关的部分,比如杜威的“经验共享”、库利的“镜中我”、米德“主我与客我”,以及芝加哥学派、伯明翰学派、法兰克福学派的媒介理论,这些理论从不同的视角出发共同奠定与延伸两个学科的理论基础。换句话说,传播学的诞生根源于社会的进一步明确分工,它脱胎于社会学,传播学与社会学的关系正如传播与社会的关系一样,根本也是无法分开的。

这两个方面共同形成一个认识。即在现代社会,传播与社会互相渗透,关系更为紧密,传播的问题与社会的问题不能分开讨论。许多传播现象必须放置在整个社会的背景下才能得到完整有效的解读,对社会现象的分析也必须充分考虑由于大众传播媒介参与引起的种种变化。否则,我们得出的研究结论极可能是不科学的,就如整脚的医生只会头痛医头、脚痛医脚,孤立静止地研究总是解决不了根本的问题。因此,传播学与社会学的交叉地带、致力于研究传播与社会两者关系的传播社会学是当前传播学与社会学两大学科各自的一个重要分支与焦点选题。作为一位初步具有两方面知识背景的年轻学人,从个人的知识体系而言,以两者共通的理论框架去研究社会中的传媒问题是笔者对研究的基本构想。

第一节 选题综述

一、提出选题

对任何一个研究者而言,选择合适的研究选题所依据的不外乎主观与客观两个条件。客观因其客观性不作赘言,需要解释的是主观条件。正如许多学者而言,

① 尼古拉斯·约翰逊. 如何反驳你的电视机[M]. 北京:社会科学出版社,1995:41.

研究者的个人条件如成长经验、研究兴趣跟科学研究要求的客观真实并不违背,相反是进行科学研究的起点与客观条件。

从主观出发,三个层次的理由令笔者选择了农村传播作为主攻的方向。其一,若从个人无意识层面分析,笔者出生于农村,长于农村,虽然后来进入城市,仍然如候鸟一般在城市与农村之间穿梭,农村人的集体无意识早已深深印入心中。换句话说,吃穿住行与户籍在城市不等于摆脱了农村的文化身份,顶多是在原来农村人的基础上再学习一套城市人的身份内容,甚至是城市人的外貌与农村人的底色两条线索并行不悖。实际上,此类人是城市中的大多数,这吻合了 30 年改革开放的人口流向与社会变化。其二,在日常化的意识与经验层面,无论是抽象的农村风土人情、风俗习惯、人际交往,还是具象的村舍规划与内部装饰、田地承包和转租、乃至牲畜饲养等等笔者大致通晓。毫无疑问,全国农村地域文化肯定有差异,但经了解、走访甚至研究过的农村对比来看,有差异的主要是表现形式,但决定这些表现背后的文化制度是相通的。其三,若于社会层面,农村也是不二之选。笔者出生于 20 世纪 70 年后期,初识人事最早知道的一个具有社会意义的名词便是“分田到户”,恰好与农村一起分享了这个名词给农村带来的荣耀,但当汇入城市并带着城乡对比的视角回视农村时,农村经济文化落后的事实根本不容反驳,我们这一代从农村走出去的人有责任为农村总结原因并找出出路。总之,无论就责任还是个人能力,熟悉的农村都是最合适的选题。

其时,恰有一个契机。2004 年初,一位师长主持一个“从传播效果与公信力的视角研究市场经济条件下我国大众传媒竞争力”的国家课题,笔者有幸在其中承担了一部分工作。为此,笔者花费三个月的时间到湖南农村(原因后面详解)进行预研究。调研发现,传媒竞争力是需要标准参与才能鉴定,而传播效果与公信力本身也是一个定性的概念,它可能涉及两者或多者。联想到更早前在江苏北部农村所做的“电视在农民生活中扮演的角色的研究”,当时调查的结果与之前最初的认识出现很大反差,令笔者一直没有停止反思,但这个研究由于种种原因并没有继续挖掘下去,仅仅停留在表象而成为一个遗憾。湖南的预调查表明两地的调查初步结论有某种程度的一致,这引起了笔者的研究兴趣,认为还是可以在这个基础上把媒介角色(大众传媒的角色)这一主题继续深入探讨下去。因为一方面过去的研究积累可以提供参照的观点、可行的思路和方法(此文附录在正文之后),另一方面媒介角色的范围很广,媒介竞争力也可归于其内,与师长研究的主题较为接近;更重要的是,“角色”(有时也称作“社会角色”)原是社会学最重要的概念之一,通过这个主要概念的连接可以自然地将传播学的命题设置在社会学的理论框架之下。

社会学“角色”一词原是指与人们的某种社会地位、身份相一致的一整套权利、义务的规范和行为模式,是人们对具有特定身份的行为期望,它构成社会群体或组

织的基础。^①可见,在社会学家的眼中,角色首先是指人,角色是在社会或某一群体中处于一定地位并按相应的行为模式行为的一类人。这里鉴定的大众传媒的角色与大众媒介的性质、地位、权力、功能、职能、任务等紧密相关,涉及大众媒介的权力界限、功能范围、行为方式等。大众传媒虽然表面上从属于物质体系,但它本身既具有“主我”,又具有服务国家与社会的“客我”,既具有任何他人或机构所不可替代的职能功能因而具备一定的独立性,又由于权力与资本的介入而使这种独立性大打折扣。而且,角色一词是相对的、人本主义的,它设置的是一个多方(至少两方)参与的语境,即多个角色期待方与被期待方。因此,从这些意义上而言,用“媒介角色”而不用“媒介功能”则考虑了大众传媒所有的复杂性、丰富性,具有了活的人类特性,有利于我们基于这个角度对它重新综合地思考和定位。

二、选题的定位

至此,“农村大众传媒的角色”这一选题仍然停留在抽象、模糊的阶段,确定研究视角与研究范围才具备实践的操作性。应该说,确定这两者都跟研究者所持的方法论直接相关,但为了叙述的清楚,笔者再三考虑之后将它们人为地分成具体与抽象两步,这里仅仅呈现具体的研究设计,至于研究设计之后的方法论思考则放在后面研究方法之中探讨。

一次传播行为存在传受双方,这构成两个最基本的审视传媒角色的研究范式。大众传媒本身算一个,比如,以某一个微观的传媒组织为视角,通过观察、分析和反思它的主观努力、行动、效果和变迁等。这种方式最大的优势在于:假如将此传媒组织比拟为一个人,与这个人的亲密接触可以进入其心理世界,最大限度地获知其思想与行为的动机。然而此方式最大的弊病在于很容易将研究选题停留在“传播者为中心”的主观阶段,缺少实践检验。相对的,如果以受众为视角恰好可以解决这个问题,却又容易陷入实用主义的泥淖。这个问题正是长期以来困扰社会学的客观主义与主观主义之间的二元对立。翻阅西方社会学的历史,这个学科仅百年的发展,宏观与微观、主观与客观、社会结构与个体的巨大对峙一览无遗。然而,自20世纪80年代以来,社会学在研究主题与研究方法上出现了相互对话、彼此借鉴和相互渗透的综合趋势。在一批试图综合的社会学者中,布迪厄提出了一种双重解读的关系主义方法论,有效超越了社会学界普遍存在的社会物理学的客观主义/结构主义方法论和社会现象学的主观主义/建构主义方法论之间的二元对立。受到布迪厄解决这一问题思路的启发,本书也尝试把这两种视角结合起来,选取它们共同关心的个人与社会的关系作为研究的切入点。这个综合的视角下出现一明一

^① 郑杭生. 社会学概论新编[M]. 北京:中国人民大学出版社,1987:126.

暗两条线索,明线从受众(传媒产品的使用者)出发,检验传媒角色;暗线以传媒制度为核心,展示其变迁;两个视角在国家、其他权力、受众与传播者的多重关系中得以统一。这样制度与个体随时相互观照,既可以在宏观的制度中观察农民的反应,也可以在农民的行动中理解它们对制度的重塑作用。

时间与空间共同确定研究坐标,首先来看时间意义上的横坐标,对“最目前”问题关注并反思一直是笔者的研究志趣。那么,用一个什么样的概念或词汇界定“最目前”呢?“社会转型期”,这是一个我们每天接触的高频词,不过大多数人都会将之当做一个政治套话不作认真的留心,严肃媒体也常常犯错误,将“转型”与“现代化”、“发展”混为一谈。事实上,它本身蕴含非常丰富的独特文化内涵。“社会转型”确实属于发展社会学的一个范畴,这一词汇最初来源于西方社会学现代化理论,西方社会学家借用此词汇来描绘社会结构具有进化(或演化)意义的转换和性变,通常指传统的原型社会的规范结构向“发展逻辑”的更高层次的演化,通俗地说就是传统社会向现代社会的转变。

因此,各个国家根据自身历史条件和现状的不同,社会转型会有各自不同的内涵。在我国,社会转型的概念争议也非常大,争议到最后,转型有广义与狭义之分。广义的社会转型是指1840年洋务运动以来历经戊戌变法、辛亥革命、新中国成立直至1978年实行改革开放一个半世纪的社会发展变迁与转型的历史过程。这一过程大致又可分为三个阶段,第一阶段即1840~1949年中国尝试西方发达国家的资本主义现代化道路和模式,结果都以失败告终;第二阶段是1949~1978年,即新中国初建国三十年间,由于缺乏对我国实际情况的分析,借鉴了苏联式的社会主义,建立了高度集中的计划经济体制,这种体制虽在初期发挥了重大作用,但导致了资源分配上的大锅饭现象,个人与社会最终都失去了发展的动力;1978年至今是第三阶段,从社会转型的整体历史进程来看,这种转型是全方位的,深度和广度都是历史上绝无仅有,在邓小平的主持下开始了从“以阶级斗争为纲”到经济建设为中心,从封闭转向开放,从传统计划经济向市场经济体制的伟大转变。^①

狭义的社会转型则是指1978年实行改革开放以来的社会变迁过程。针对这个过程也有很多争论,然而,已经有不少专家都指出中国的社会转型包括了“现代化”与“发展”的部分内涵,但由于范畴不同,与它们有本质上的区别。现代化是西方学者根据自己的发展模式提出的,是朝着欧美型的社会、经济和政治系统衍变的过程;发展是拉丁美洲与东亚国家在20世纪60年代后提出的不依附路线,是在全球的框架内争取更优势位置的过程。而社会转型则是社会主义国家寻求发展的道路,孙立平认为它至少有三个关键的含义,首先,如果西方发达国家与发展中国家

① 腾竞. 我国当代社会转型及其阶段研究述评[J]. 文教资料, 2009(17): 88-90.

的发展都是从市场经济或传统自然经济的基础上开始的话,转型在经济上的主题是从再分配向市场经济的转型;其次,转型表现在国家与社会的关系上,是总体性社会体制的不断弱化和解体,并由此产生市民社会形成与社会重建的主题,现代化与发展这方面的主题恰恰是民族国家的形成;第三,社会运作方式实现由社会动员让位于科层化和常规化。^① 纵观这些内容,社会转型必然是一场与西方及其他发展中国家不同的全面社会变迁过程。也正由于这个原因,这个特殊时期不仅仅在时间上与“最目前”重合,更重要的是,可以将研究拉进完全的本土语境,研究传媒与社会之间产生的真实问题。只要研究者的思路与方法到位,应该能够捕捉到这个特殊时期大众传媒与社会发展的同步运动,捕捉到大众传媒在母系统的变迁中自身呈现的真实、斑驳、复杂、变化的社会实践形态。

再来分析空间意义上的纵坐标。中国地大物博,地区经济、文化差异巨大,任何研究客观上都很难将它全部包容进去,何况即便有雄心大略者往往也会犯面面俱到最终面面不到的错误。许多学者借鉴西方基于数据分析的实证研究方法研究中国的传播角色问题,然而,这种研究方法产生于西方的历史经验,与中国语境有些距离,而且这种方式天生就难以深入分析事物内部作考察。对于中国复杂的制度、文化和伦理环境,最好还是选择费孝通先生一直强调的社区研究。当然,必然有人质疑社区的代表性,后面将有针对的回答,此不赘言。

选择社区分为三步。第一步,城乡之间选择农村,理由太多太多,在前面已经提出研究者个人的条件原因,这里再提出一个实际的客观观点,“木桶理论”告诉我们,决定木桶容量的不是最长的那块木板,而是最短的那块木板,中国要持续发展,尾大不掉肯定会阻碍社会进步,并有可能激化矛盾,加剧冲突。作为客观上一直受忽视的农村地区,作为主观上更可能期许媒介作为的农村地区,农村的媒介环境更值得我们关注。第二步,农村这个单位仍然太宏大,有限的资源(人力、物力与财力)与个人孜孜追求的深刻性否定了抽样调查的可能性,要求将研究的重心继续集中至某一个农村社区。第三步,千万个农村社区中最终锁定陌生的湘中 S 村^②,因为笔者与它有特殊的渊源,同时相较于较熟悉的农村地区又能够提取“陌生化”效果,既“进得去”,又“出得来”^③。换句话说,实际上研究者所能调动和运用的资本数量和种类决定了我们如何进入实地和进入哪些实地,从而最终决定了我们所能获得的经验知识^④。对笔者而言,跨度有 10 年之久的多次湘中之行绝不仅仅为了

① 孙立平. 社会转型:发展社会学的新议题[J]. 社会学研究,2005(1):1-23.

② S 村是当地行政区划几经变化后确定的新名称,为方便叙述,论文均以“S 村”代之。

③ 费孝通. 再谈人的研究在中国. 东亚社会研究[M]. 北京:北京大学出版社,1993:163.

④ 包亚明. 布尔迪厄访谈录——文化资本与社会炼金术[M]. 上海:上海人民出版社,1997.

功利研究的资料收集,更是理解研究对象、深入当地文化和不断反思的过程。

至此,针对“农村大众传媒的角色”这一选题,精确的坐标系已经构建。已经无法回忆曾经多少次在头脑中苦苦编织这个研究方案,任何一个小小环节出现矛盾都必须从零开始织网,当它最终呼之欲出,突然感受到研究的魅力。具体而言,将湘中 S 村作为一个具体情境,试图将大众媒介置于纵深的活灵活现的社会转型背景之下,以媒介角色作为主要的切入点,从农民对大众媒介的实践反应中理解目前媒介在农村社会中扮演的角色,并试图以该个案的研究为基础提出相关问题进行理论方面的继续探讨,进而体现该研究的现实针对性及其学术价值。

第二节 文献综述

一、关于媒介功能、效果与权力理论的研究

(一) 关于媒介功能

关于媒介功能的研究有两大流派,一是美国的经验学派。拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、怀特、默顿等人共同形成至今仍然被认可并运用的观点。1949年,美国的拉斯韦尔(Lasswell)在《传播在社会中的结构与功能》一文中首先提出大众传媒具有以下三个功能:监视社会环境、协调社会各部分的关联以适应环境的变化和实现社会遗产的代代相传;1952年,查尔斯·怀特(Charles Wright)在这三个功能的基础上又补充了大众传媒的娱乐功能;施拉姆先后两次进行调整,最后于1982年出版的《传播学概论》里提出四种媒介功能:雷达功能、控制功能、教育功能、娱乐功能。之后,国外的研究虽增加了部分功能,但主要是对功能的细化,基本观点仍与前相近。

我国传播界对媒介功能的认识不脱拉斯韦尔的窠臼。我国的党报理论是在延安整风运动期间确立其传统地位的,1942年9月22日《解放日报》的社论《党与党报》为党的媒介的功能定下了基调:“报纸是集体的宣传者和集体的组织者”。这里的集体不是仅仅指报社,而是指整个党的组织。“报纸是党的喉舌,是一个巨大集体的喉舌”,“喉舌论”是我们对大众媒介的定位。老一辈专家王中在1956年写作《新闻学原理大纲》中论及报纸的性质和职能时指出“报纸是传布新闻的工具”,但是“报纸、广播、电视传布新闻仅为其任务之一”,强调只有通过“办报卖”与“买报看”两方面结合才能发挥宣传作用,这就是所谓的报纸的宣传与商品的两重性。

随着社会转型,我国新闻媒介自身也进行了改革,媒介的功能得以继续拓展。

复旦大学童兵教授认为媒介有提供信息、协调和管理、教育、娱乐等四个功能^①，而年轻学者陈翔通过对各个学派理论的梳理，将媒介概括为监视、解释、联系、传承社会文化、教育、娱乐、经济等七个功能^②。功能拓展的同时则是功能内涵的变迁，这表现在：第一，媒介信息传播功能从单一的宣传功能向多种信息传播功能拓展；第二，媒介舆论功能从舆论引导到舆论引导和舆论监督并举；第三，媒介文化功能从传播知识、文化教育到提供文化娱乐的延伸；第四，广告对媒介的渗透，使媒介的经济功能得以承认和发展^③。

另外，针对社会出现的新现象，一些专家和学者还讨论了媒介的负功能。传播理论界讨论较多的主要是虚假信息、信息泛滥、信息污染、麻痹大众、垄断意见、人情冷漠、金钱至上等^④。这些负功能在具体案例展开的情境中体现得较明显，比如常德张君一案，媒介一方面发挥了监视环境的“雷达”功能、联系功能及协调功能等正功能，另一方面，媒体又发挥了三大负功能，他们分别是：过度强调危险导致的社会惊惧或者引发媒介“麻醉”负功能，暴力新闻满足猎奇心理，商业逻辑侵蚀新闻传播场。因此，目前关于媒介公正与司法公正的关系讨论如火如荼：媒介权力如同一把双刃剑，其合理的监督有助于提高司法的公正性及透明度；而监控不当与超载越权则会影响司法公正^⑤。媒介是坚守守望者的角色还是介入司法领域，这是个理论上十分清晰但实践难以把握的命题。

不过，从国内外的研究来看，功能论长期只有量的增加没有质的变化。它的优缺点都是显而易见的，它因其想包容所有关涉传媒问题的雄心而具有高度的抽象性、不可操作性，又因强调系统内部的均衡和调适而具有强烈的保守性、静态性，正因为结构功能主义具有忽视历时性和行动主体的内在缺陷，这种功能论随着社会环境的变化其现实意义没有得到实质性发展。

第二是欧洲的批判学派。法兰克福学派、英国伯明翰学派、布迪厄、波德里亚等都有精辟见解，不过其理论都建立在媒介强效果论之上。以德国法兰克福大学为中心形成的法兰克福学派以批判的姿态对资本主义制度下的媒介生产与文化予以否定，他们对媒介的否定主要集中在科学技术批判。他们将媒介传播的大众文化叫做“社会水泥”、“文化工业”，马尔库塞指出媒介技术不但受到社会的全面控

① 童兵. 理论新闻传播学导论[M]. 北京：中国人民大学出版社，2000：107.

② 陈翔. 回顾与批判：检阅媒介功能理论[J]. 西南民族大学学报(人文社科版)，2004(11)：370-371.

③ 程明. 论媒介功能的拓展与媒介竞争力[J]. 新闻前哨，2001(9)：7-9.

④ 邵培仁. 传播学[M]. 北京：高等教育出版社，2000：59.

⑤ 贺建平. 媒介权力与司法监督[J]. 上海大学学报，2004(7)：88-94.

制,而且技术本身就是预先按照统治者的意志和需要设计出来的,设计本身就包含了统治的先验性和控制的欲望^①。但是法兰克福学派对媒介的批判很少深入到媒介与社会现实的内部,对媒介的内部规律缺乏认识,逻辑推理、哲学思辨、历史求证、法规判断等人文思维是他们主要的研究方法,因此他们的媒介功能理论存在明显的主观色彩和理论固执。这样的缺陷在另一个重要的批判学派——英国伯明翰学派那里得到了部分纠正。这个学派的主要成员有雷蒙·威廉斯、斯图尔特·霍尔、托尼·本尼特、约翰·费思克等。费思克将媒介角色纳入整个资本主义经济体系,提出了著名的“两种经济”理论,即金融理论与文化理论,揭示了媒介的本质属性。另外,霍尔的研究第一次将受众纳入研究的轨道,通过研究电视话语如何被观众理解的微观过程,将单方面的传播者视角转换成传播者、媒介与受众组成的关系范畴中定位媒介的角色。布迪厄对媒介的批判主要集中在《关于电视》一书中,他首先揭示了电视制作的奥秘,其次具体阐释了传媒的社会功能受异化的过程。他认为电视在资本主义社会中的两大基本功能是:反民主的象征暴力和商业逻辑制约的他律性^②。波德里亚对媒介角色的研究极具后现代主义特征,一方面他认为大众传媒、时尚、技术等本身都是当代资本主义消费社会中的商品化形式和消费形式,同时,大众传媒又为资本主义社会创造了“拟像世界”。“在这里,我们进入了博尔斯坦在其作品《形象》中谈及的伪事件、伪历史、伪真实的世界。即不是产自一种变化的、矛盾的、真实经历的事件、历史、文化、思想,而是产自编码规则要素及媒介技术操作的赝品。”^③

毫无疑问,批判学派对媒介功能思考的精神是值得肯定的,他们在绝对多数人盲目接受科技的一切后果时保持了难得的清醒与警觉。但是,任何一个事物都是双刃剑,他们过分地从最理想模式出发,执著于发现媒介的副功能,并错误估计媒介的作用力,缺乏对媒介功能的全盘思考和理性评价。

(二) 关于传播效果

传播效果理论至今仍然是传播学中的核心内容。它的理论构建经历了三个历史阶段,第一阶段:1935~1955年,认为传播媒介是“枪弹”、“注射针”,具有巨大的威力,是万能的;第二阶段:1955~1960年,认为大众传播媒介极难改变一般人的意见、态度和行为,其效果是有限的;第三阶段:1960年至今,似乎采取这样的立场,既承认大众传播媒介有相当大的效果,也强调它并非万能^④。但无论是那个阶

① 马尔库塞.单向度的人[M].重庆:重庆出版社,1993.

② 布迪厄.关于电视[M].许钧,译.沈阳:辽宁教育出版社,2000:6.

③ 波德里亚.消费社会[M].刘成富,等,译.南京:南京大学出版社,2001:135.

④ 倪红.大众传播媒介的权力[J].新闻与传播研究,1999(1):22-29.