

教育部人文社科重点研究基地重大项目
“我国广播电视公共服务体系目标与实施研究”
项目编号: 05JJD860168

丛书主编 胡正荣 李继东
广播电视公共服务研究系列丛书
Public Service Broadcasting Studies Series

焦虑与希望:



对北京城市贫困群体的
传播社会学研究

张磊 著

中国  广播电视出版社
China Radio & Television Publishing House

教育部人文社科重点研究基地重大项目

丛书主编 胡正荣 李继东

“我国广播电视公共服务体系目标与实施研究”

项目编号: 05JJD860168

广播电视公共服务研究系列丛书

焦虑与希望

——对北京城市贫困群体的传播社会学研究

张磊 著

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

焦虑与希望：对北京城市贫困群体的传播社会学研究 / 张磊著. —北京：中国广播电视出版社，2010.7

(广播电视公共服务研究系列丛书 / 胡正荣，李继东主编)

ISBN 978-7-5043-5927-8

I. ①焦… II. ①张… III. ①城市—边缘群体—传播学：社会学—研究—北京市 IV. ①G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 167837 号

焦虑与希望

——对北京城市贫困群体的传播社会学研究

张磊 著

责任编辑 王振令

封面设计 郭运娟

责任校对 谭霞

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-86093580 010-86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条9号

邮政编码 100045

网 址 www.crtv.com.cn

电子信箱 crtp8@sina.com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 涿州市京南印刷厂

开 本 740 毫米×1000 毫米 1/16

字 数 147 (千) 字

印 张 9

版 次 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

印 数 3000 册

书 号 ISBN 978-7-5043-5927-8

定 价 18.00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

总 序

胡正荣

2008年、2009年对于中国来说是具有重要历史节点意义的年份,改革开放30周年和建国60周年接踵而至,回首走过的这些岁月,中国经历了翻天覆地的变化、日新月异的进步,取得了举世瞩目的成就,体现在经济建设、文化和社会发展等各个方面,特别是在经济建设上塑造了世所公认的中国模式,构建和完善社会主义市场经济体制。放眼世界,中国改革开放的历程与开启于上个世纪八九十年代撒切尔-里根时代的具有全球性的商业化、市场化浪潮具有很多相似性,可以毫不夸张地说,从那时起人类步入了市场经济时代。而在2008年和2009年之交,一场席卷全球的经济危机,似乎给这种市场经济时代画了个句号,至少是一个大大的问号,自由市场价值与放松规制政策面对极度疲软的经济形势再度失语,人们重提“市场不是万能的”这一金科玉律。同样,推行了30年改革开放的中国在这场经济危机的裹挟下好像一夜之间又回到了一个似曾相识的时代。经济结构日益计划化,忘记市场化;社会结构日益人情化,远离规则化;文化环境日益盲目自信,忽视了自省性。在这种具有转折性的历史节点上,如何解决目前纷繁复杂的经济、社会等各个领域涌现的问题和推动整个社会的可持续发展成为焦点和首务。中国新闻传播业的改革与整体改革是同步的,从非核心业务与流通领域的大步伐地商业化、市场化和资本化,到近两年对尚未完全市场化的传媒业的反思与政策安排上的收紧,折射出同样的矛盾与问题。

一、社会公平与发展效率问题

中国的改革走到今天,整个社会的公平以及由公平带来的可持续发展问题,变得越来越突出了。进一步讲,中国所取得的经济成就没人能否定,发展的单向度成绩也是无可否认的,但是全向度和可持续发展的程度则存在着比较突出的问题。这其中除了自然环境保护与自然资源可持续利用等问题之外,主要

是社会公正和平衡问题。可以说,社会公平问题可能成为中国现阶段面临的最大的一个问题。

首先,从历史发展的角度看,目前中国的发展还是强调效率优先,但公平应该更加优先,因为效益已优先了三十多年,现在到了如何去审视和解决社会的不公平这一问题,这关乎未来能否全面、协调和可持续发展等问题。过去曾经一度有许多人认为一经市场化就能推动资源配置合理化,中国式的市场化虽然在一定程度上促使了效率的提高,但其合理性、有效性和全面性却是有限的,或根本就没有解决这些问题。进一步讲,三十年来,中国经济持续高速增长,社会财富总额不断增长,城市化进程也日趋加快,但与此相伴的是财富或资本也迅速聚集到少数经济利益集团的手中,并与一些政治利益集团紧密媾和,由此,在社会资源配置过程中的主导推动力是传统的政治力量与新兴的国内经济力量及海外资本力量博弈与黏合的结果,并没有实现真正的市场化,这与中国社会治理理念和结构及意识形态有直接关系。而且,一旦市场化出现一些问题,就会很快回转到传统意识形态和经济理念上寻求补给,片面地扩大政府在经济领域的信用度。目前4万亿美元的巨额投资与煤炭资源等领域的国进民退就是一个明证,而实际上这些举措成败的关键在于是否能解决社会资源分配的不平等问题,或者是否能撬开不平衡的权力结构这块铁板,进而实现社会的全向度发展。从世界范围来看,一味地强调效率,无论是用“看不见之手”还是“看得见的手”,都会出现很大的社会问题。撒切尔-里根时代的放松规制以及其后的第三条道路指引下的政府与市场双管齐下推动经济增长政策,都造成了资源配置的重复与浪费,加剧了社会不平等,直至近来全球性的经济危机。再到海外巨型企业乃至国家负债破产和重组,等等,都是人类历史上惨痛的教训,而需要警戒的是目前中国的一些制度设计和政策安排还在重蹈覆辙、盲目跟进。

其次,从转型国家的有关经验来看,在社会转型期矛盾的突发往往不是聚焦在经济上,而是在社会公平问题上。像一些东欧国家出现的社会矛盾激化等问题恰恰正是因社会不公平而带来的社会动荡与变乱。在不解决公平问题的前提下或没有将公平纳入到社会发展的首要价值中,经济增长会在一定程度上激化社会矛盾。也就是说,人们并不会因为社会总体“仓廪实”就能“知礼节”,特别是当这个“富贵”忘记了公平,社会的稳定与可持续发展都会出现很大的问题。

再次,从中国的现实来看,近几年或者未来的5年到10年社会公平将是一个最核心或最极端的话题,可能成为制约发展的最大的一个瓶颈。这个问题若解决不了,可能好多问题就没有办法解决。由此,中央近年来的战略决策也是

以解决社会不公平问题为核心的,强调公平正义,构建惠及全民的公共服务体系,以推动基本公共服务均等化和满足人民多样化的需求。

最后,从理论上来看,公平实质上就是一个社会资源分配的公正和均衡问题,至少意味着在一个社会中成员之间拥有平等的社会权利、合理的分配、均等的机会和公正的司法等。无论是在经济发展成果等的分配中还是在社会成员的心理感知上,如果收益差距过分悬殊、付出与收益相差甚远,即,社会资本、经济资本、文化资本和信息资本等所有资本分配得不公正和不均衡就会导致社会不公平问题,这不仅会影响个人动机和行为的积极性,更为重要的是影响社会稳定与可持续发展。实际上,不公平的根由是权力体系的不平等,因为拥有权力大小不一而造成资源分配的多寡,权力成为一个最大的资源分配力量,以至于形成了一种资源分配的权力哲学。而权力哲学最大的弊端在于社会资源分配的标准以及社会发展的目标不是以人为本而是以权力为本,这与现代社会的理想与目标是相左的,也与主张全面、协调和可持续发展的科学发展观及和谐社会的理念是背道而驰的。

二、传媒业的公平与多样化问题

就传媒业来说,近年来因资源配置格局的不均衡、不公正及其带来的问题也很突出,表现在以下几个方面:

首先是城乡之间的不均衡。城乡二元结构不仅仅体现在经济发展上和社会结构上,在传媒和信息资源的配置上同样是不平等的,广大农村无论是在基础设施、信息享有和传播等方面都与城市有较大的差距。

其次,中央与地方及东西部之间等区域之间的不均衡。由于行政级别、政策安排和地理环境等上不平等、不均衡,形成了中央级媒介与地方级媒介、东部媒介与西部媒介在传媒资源或信息资源配置上存在较大的差距。

再次,部门之间资源利益也不均衡。条块分割是中国传媒市场结构的典型结构,块的分割体现在前面所言的区域之间的差距。而条的分割则集中在管理层面上,即部门之间在资源配置上的差距。目前涉及信息传播领域的管理部门,有国家广播电影电视总局、新闻出版总署、文化部、工业和信息化部等,这些部门在社会资源的配置上是不平衡的。各个部门之间长久以来的纷争,其根由以及焦点问题都集中在资源占有与分配等的不均衡上。而这种纷争对于市场主体来说又是不公正的,同时也影响整个市场运作的效率。

第四,不同社会阶层之间的差距变得越来越突出。就各阶层话语权而言,不仅表现在不同阶层表达的渠道不一样,比如,为何互联网在中国会成为一个

很有倾向性的,甚至形成不良舆论的地方?为何在网民的嬉笑怒骂的情感宣泄就能形成异乎寻常的网络事件甚至是一种强大的舆论力量?这与正常渠道宣泄不通畅有关系,更为重要的是不同社会阶层在传媒资源配置上的不公正和不均衡。

最后,“新”“旧”媒介之间也是不平等。比如,对传统媒介的规制很严格,而无法应对新媒介出现的问题,目前管理机构有关互联网认知上着实无力,至今现行有关规定基本上没有办法来有效处理网络等新媒介问题,对虚拟空间出现的问题没有相应的法律依据。一言以蔽之,就传媒而言同样这些不公平现象是资源配置不合理、不公正、不平衡带来的结果,就是资源占有不平等,其实也就是权利结构不平等的问题。进一步讲,社会资源分配及其方式的不合理已经在媒体凸显得一览无余了。

实际上,传媒业在市场化过程中,因为一味强调效率而导致诸多问题,在世界上早已有先例。比如撒切尔-里根时代的英美就是如此,当时的英美所推行的体制政策很像现在的中国。撒切尔-里根推行放松规制和私有化政策,效率虽然提高了,但资源大幅度浪费,比如因电信、广电可以互相渗透,重复建网现象很多,而多元化的声音和公平的舆论却大幅度减少与降低。实际上就出现了这样一个问题,效率貌似提高了资源配置的合理性,但却造成大量的资源浪费与意识形态话语单一,不同社会阶层、利益群体之间的公平性、多样性丧失掉了。由此,到20世纪90年代中期随着媒介融合时代的到来,英美国家在制度安排和政策制定上开始反思单纯强调效率所带来的问题,反思市场机制这只无形之手。目前中国传媒业似乎正在重蹈覆辙。

所以中国媒介的改革和经济社会的改革是一样的,也到了一个把公平放在首位的时候了。

三、制度理念与制度安排

社会和传媒不公平问题实际上折射出目前制度现实存在诸多不尽如人意的现象和不合理的问题,而制度现实中表现出的问题,肯定是制度安排上的缺陷导致的,制度安排上的不足又与制度理念的偏差直接关联。没有一个社会是完美社会,有问题非常正常,但重要的是对待问题的态度与解决问题的价值理念及策略。也就是说在制度理念上是否把公平和多样性置于首位,是否将不同利益之间的平衡与和谐放在第一位,是解决社会资源分配不平等、权力结构的不合理与纠结等问题关键所在。传媒制度理念与安排也要关注公平、多样化,以满足人们信息需求的多样化与适应多元化的社会结构。这也是我们这套丛

书所希冀的,即通过我们的研究能给中国传媒制度设计以一点点启示,特别是在制度理念以一点点冲击。

研究当今广播电视公共服务问题是一项极为复杂的系统工程,而且背后的制度安排和理念更是广泛而深刻,因此,我们从理论与实践、历史和现实两组维度和海内外两种视角,运用传播学、政治学、经济学、社会学、政策学、传播政治经济学等多种方法论,采用点面结合、文献研究、文本分析、实地调研、深度访谈等多种方法研究了广播电视公共服务的理论与实践问题、政策变迁与安排问题、公共广播电视收入模式问题、中国广播电视公共服务体系、德国公法广播电视等核心问题,还对北京城市低保家庭的媒介使用及大众传媒对其的影响与中国电视娱乐产业中的公共利益问题进行了探讨,力求构筑一个多角度、多层次、多侧面、全向度研究广播电视公共服务的框架与体系。

广播电视公共服务的基本内涵与理论扎根于一般性的公共利益、公共服务内涵与理论,而公共利益、公共服务的实现要靠公共政策,同时政策理念、安排与实施深受政治经济思潮的影响,而广播电视公共服务理论具有时代性与现实性、地域性与普适性、理论性与操作性等多重属性,由此,《公共利益、公共服务、公共政策与广播电视》一书集中剖析了20世纪以来世界政治经济思潮变迁以及公共利益、公共服务、公共政策与广播电视公共服务核心概念和理论,并对中国广播电视公共服务理论进行了初步的研究,旨在初步构建当代广播电视公共服务理论研究基本框架与体系;政策安排与资金来源是广播电视公共服务的两大核心和焦点问题,关系到公共服务的基本游戏规则和生存基础以及治理结构等问题,《广播电视公共服务政策研究——以中英美为例》一书以目前世界上三种具有代表性的广播电视体制下公共服务政策问题为研究对象,探讨了中、英、美三种广播电视体制模式下公共服务政策变迁及其价值基础、政策现实、政策问题、发展趋势,剖析了政策安排背后的公平、效率等价值基础、制度困境深层次问题;《公共广播收入模式研究》一书探讨了英、德、加拿大和日本具有代表性的公共广播的收入模式,着重分析了执照费这一收入模式的变迁历程、现状和问题,并探索了公共广播收入模式发展趋势。

《中国广播电视公共服务体系:目标与实践研究》一书对中国广播电视公共服务体系问题进行全方位的分析与探讨,着重讨论了中国广播电视公共服务体系的内涵、目标和实践问题以及政府施政理念与制度基础,并对北京市广播电视公共服务体系建设问题进行了个案研究,以期在制度理念和安排上对广播电视公共服务体系建构和完善有所见地,并提出了一些建设性的策略。中国广播电视公共服务体系的建构需要借鉴“他山之石”,通过对英美国家以及台湾地区

的公共广播电视的个案研究,分析这些国家和地区公共广播电视实践及其背后的制度安排和制度理念。德国是除英国之外西欧公共广播电视极具代表性的国家,其体制模式、治理结构等方面都有可资借鉴和可供研究之处,特别是在二元体制模式下德国公法广播电视的现状和发展趋势,对于研究广播电视公共服务具有很强的现实针对性和理论价值,由此拓展到德国公共领域建构等政治民主进程中的社会参与等问题,《德国公法广播电视:基础、分析与展望》就这些问题进行了深入阐述,作者 Jens Lucht 博士是苏黎世大学 (University of Zurich) 公共领域与社会研究中心的负责人 (Project Leader, Center For Research on the Public Sphere and Society)。

广播电视公共服务问题关乎整个传播业乃至全社会,涉及到与产业发展的关系、政治和社会影响,特别是有关弱势群体等信息传播权利问题等。《焦虑与希望:对北京城市贫困群体的传播社会学研究》一书基于芝加哥学派等批判理论的角度和民族志的方法论,运用深度访谈、观察方法等方法,对北京市区享受最低生活保障的贫困家庭进行个案研究,探索贫困者的脑海世界景象,分析大众传播在这个过程中扮演的角色和起到的作用。从一个侧面展示了北京地区贫困群体的大众传媒特别是广播电视公共服务供给现状和存在的问题,并提出了构建公益性社区媒介、增加贫困者的形象素材来源、提供社群交流的机会选取等提高媒介公共服务能力建设性意见。娱乐是电视的一大功能,也是公共服务的重要范畴之一,BBC 首任总裁 John Reith 在 20 世纪初就指出娱乐是公共广播的三大任务之一。当今,娱乐节目在广播电视节目中比重及其所带来的经济效益都是极为显著的,因此,从娱乐节目生产的角度探讨电视娱乐产业中公共利益诉求和商业利益牟求的关系问题,不失为一种研究广播电视公共服务重要视角之一,《中国电视娱乐产业研究——一种生产者的视角》一书就是从电视综艺娱乐节目的生产者的角度分析和阐述了这些问题。

在媒介融合、经济全球化和政治多极化的今天,在社会阶层、价值理念日趋多元化和多样化的社会语境下,保持学术研究的自由和独立是至关重要的,不过绝不能将此理解为或倒退到“躲进小楼成一统”的境界与时代,而是要更加包容和开放,营造丰富多样的意见环境,激荡思想的火花,方能接近真理。《广播电视公共服务与产业发展研究》是一部汇集国内外研究广播电视公共服务的相关专家学者有关言论的论文集,旨在展示更为多样而广阔、深入而新鲜的广播电视公共服务和产业发展及其关系的讨论。

目 录

绪 论 转型中的中国社会与传播	1
第一章 芝加哥学派:传播社会学的典范	7
第一节 贫困问题与城市生态学	9
第二节 传播、自我与社群	12
第三节 民族志的方法论	19
第四节 总结与反思	23
第二章 理论资源与分析框架	27
第一节 传播的价值	28
第二节 真实世界:现代性、象征资本与文化消费	31
第三节 媒介世界:市场转型、娱乐文化与公共领域	35
第四节 脑海世界:身份认同、媒介解读与文化抗争	38
第三章 贫困者的传播基础和传播状况	45
第一节 社区空间与城市生态	46
第二节 象征资本与贫困	51
第三节 日常消费与广告	55
第四节 传播活动与文化	65
第五节 总结	72
第四章 从媒介世界到脑海世界:形象再生产的机制与结果	74
第一节 入手点:贫困者的心理创伤	76
第二节 文字媒介提供的保护壳:“寻找我的精神世界”	80

第三节	失去媒介保护和价值感：“混一天是一天”	89
第四节	文本分析：以《法治进行时》为例	92
第五节	媒介的解读与自我的形成	96
第六节	希望与行动	104
结 语	传播改造社会	109
附录一	一则报纸文本	113
附录二	访谈提纲及注意事项	117
参考文献		124
致 谢		131

绪 论

转型中的中国社会与传播

他们需要知道的世界和他们确实知道的世界,往往是十分矛盾的两回事。

沃尔特·李普曼^①

本研究是基于转型期背景下中国社会个体的精神问题而展开的。

当目光投向当代中国的社会现实,种种变动的潮流与暗涌构成一种复调式的景象,这种景象为社会个体带来了新型的时间—空间感受,每一个人的精神世界都在经历着前所未有的冲击。单就个人的身份变动而言,由于市场逻辑在各方面冲击意识形态逻辑,几乎每个人都在经历着旧身份向新身份的蜕变。这种蜕变并非人生历程中普遍性的成长与衰退,而是在社会总体进程中伴随性的起伏升落。原有的“阶级消灭论”如今让位给了“日益明晰的社会十大阶层分化”^②,从国家与社会管理者阶层、私营企业主,到城乡无业、失业、半失业者阶层,生活水平与社会声望地位的差距有着天壤之别。此情此景正如姚洋的总结:“市场化给中国带来了空前的繁荣,但是也将它的另一面,即结果的不平等性完完全全地展现在世人的面前。”^③

身份总是需要表征出来的,于是,新的符号表征体系在同时建构起来,巩固着新的阶层体系。最终,高端精英在占领传统权力领域的同时,更获得了社会发展主流逻辑的肯定;“中产阶级”、“中间阶层”或曰“中等收入群体”等各种称谓吸引了大量受过高等教育的人士主动投靠,并通过经济运作和政治演变的进

① 沃尔特·李普曼,《舆论学》p. 2,林珊译,华夏出版社 1989。

② 参见陆学艺主编《当代中国社会阶层研究报告》,社会科学文献出版社 2002。

③ 姚洋,“导言”,见姚洋主编《转轨中国:审视社会公正和平等》p. 2,中国人民大学出版社 2004。

程在各种想象的社会地形图中占据了中间位置;而原先由意识形态保护着的底层却承受和体验着物质生活和精神地位的双重失落。

此处的分层依然是遵照政治经济学的根本逻辑,即马克思所谓“生产资料的占有”而划定。之所以如此,并非说其他文化身份无足轻重,而是强调一种唯物主义的认识论,它依然坚持说,物质上的享有规定着最大的身份差异。虽然文化身份往往在精神世界的认同中占据更显眼的位置,但它仍然被物质力量从根本上加以制约。布尔迪厄在分析社会分化时,将社会资本、文化资本、经济资本分列^①,当我们注意到他使用的是“资本”这个核心概念时,尽管是比喻意义,同样在肯定一种唯物主义的认识论,更何况布尔迪厄认为文化和社会两种象征性资本基本来自于经济资本的转换。陆学艺等人用组织资源、经济资源和文化资源的占有状况作为划分社会阶层的标准^②,与此相类。在唯物主义立场上反思物质决定论,纳入文化与其他核心纬度对于人的意义,当为最合理的角度。

身份认同(identity)并非客观社会阶层所属景象的简单镜像。它经历了社会表征体系的折射和反照,又经过个人内心化学作用的再造,从而带来丰富的精神问题。苏格拉底提出的“我是谁?从何处来?往何处去?”,实质上就是身份认同的问题。查尔斯·泰勒从道德性中抽离出当代人普遍认同的三个轴心:我们对他人的尊重和责任感;我们对完满生活的理解;以及,我们的尊严。^③我更愿意将某个人的认同放置在他或她的社会分层背景之下考察,因为那些丰富的精神问题,往往是在自我与社群、自我与他者的相互塑造过程中诞生的,它们关涉到个体对自我价值、生命意义的认知和忽略,追求与放弃。换言之,它关涉到个体的精神生存问题。

这种身份认同的塑造过程来源于我们的认识,即是说,是柏拉图洞穴中投射的影子。它经历了我们头脑的再造,更重要的是,在当代社会中,它经历了大众传媒及其他社会表征体系的再造。我称之为“形象的再生产”过程。每个人都必须获取信息资料进行形象的再生产,以维持精神的生存;如今,大众传播媒介已成为全球化时代的信息资料库。当大众传媒能够为社会个体提供足够的信息,明确个人定位,提供清晰的位置感,并展现希望与道路所在,社会个体就

^① 参见皮埃尔·布尔迪厄《文化资本与社会炼金术》,包亚明译,上海人民出版社1997。

^② 陆学艺主编,《当代中国社会流动》p. 2,社会科学文献出版社2004。

^③ 查尔斯·泰勒,《自我的根源:现代认同的形成》,p. 18—21页,译林出版社2001。

获得了足以在历史铁血法则中生存下去的精神安身立命之所；而如果大众传媒等表征体系为某个体或某群体提供的是一幅模糊不清的图景，甚至压根在社会景象中忽略了他/她们的身影，那么个体内心的失望会逐渐转化为焦虑感，迫使人们在一个被异化的想象世界中颠沛流离。

其中最让人担心的群体，正是处于社会最底部的贫困群体。且不论分布于广大农业地区的农村贫困人群，中国城市贫困人口的数字已经是一个相当可观的数字。唐钧在2002年指出：“政府和学界……倾向于中国城市贫困人口规模在1500万左右这样一个事实。”^①这个数字得到1999年中华全国总工会调查、2000年民政部调查以及2001年亚洲发展银行课题组调查的数据支持。其他说法，比起1500万来，只高不低。数年间，不论这个数字是膨胀还是缩水——中国经济以7%~9%的速度增长，而马克思指出：“资本增长得愈迅速，工人阶级的就业手段即生活资料就相对地缩减得愈厉害。”^②——中国城市中存在着一个庞大的贫困群体，已成为不争的社会事实。他/她们生存的基本环境，正是转型期中国变动最剧烈、文化冲突最集中的场域。

1500万个活生生的个人，他/她们有着自己的期待和失望，有着自己的焦虑和痛楚。他/她们可能会为独一无二的个人事件备受打击，也可能被自己的心理创伤折磨而难以痊愈。他/她们可能会燃起希望，又不知该如何行动，也可能觉得被整个世界抛弃，再也寻找不到归路。当号称日益壮大的社会中间阶层开始将大量的时间和金钱交付心理医生之际，谁来安慰那些沉默的大多数？

当现实可怖，幻觉就来拯救。这或许正是宗教的起源。宗教，不过是一种传播结构；而当代的大众传播媒介，已经成为新乐园的建立者。在当代中国，大众传播媒体是否能够建立这样一个新乐园？

当目光投向中国的大众传播媒介，一种繁荣的景象令人莫名兴奋，一套贫乏的逻辑却值得反思。大众传媒作为工具，其功能由使用者的目的所决定。谁使用它？目的是什么？按照所有制分析，中国大众传媒的主体部分，坐落在公有制的基石之上，传统的意识形态操纵依然在规定着各种可能与不可能；而随

^① 唐钧，《2001—2002：中国贫困与反贫困形势分析》，见社会政策网（<http://www.social-policy.info/991.htm>）。

^② 卡尔·马克思，《雇佣劳动与资本》，见《马克思恩格斯全集》第六卷p.508，红旗出版社1975。

着市场经济进程的普遍展开,大众传媒产生了利润渴望^①,各个社会利益集团也出于权力需求将触角伸入大众传播的运作场域。我将目前中国大众传媒的运作机制比喻为“双轮车”,一个轮子是意识形态逻辑,另一个轮子是市场逻辑,它们共同驱动着大众媒体走向未来的道路。

这条道路与全球媒介进程相比,正所谓“和而不同”。全球商品化进程在各个国家对大众传播这个事实上或理念上的公共领域进行侵蚀,对社会公共利益造成威胁,它出于本性,偏好那些能够为之提供经济收益的团体,而忽略社会底层群体的声音和利益。^② 如果可能从现实中概括出一个媒介运作的模型,那么它极有可能将社会底层群体的利益放置在最不显著的位置。

当前中国的大众传播媒介,为城市贫困群体这些特定的人,提供了多少形象再生产的原料? 报纸上的伪劣曝光和离奇命案,电视中的宫闱剧集和足球赛事,广播中的车展信息和音乐排行,那些形形色色的新闻、广告、电视剧、流行曲,对他/她们来说,究竟意味着什么? 他/她们如何借此了解自身、了解社会、了解自身在社会中的定位? 他/她们接受了什么样的态度和观念,培养了什么样的能力和情绪? 他/她们从中看到了多少值得仿效的形象,舒缓了多少难以承受的压力?

一个可能的假设是:大众传播媒介没有将他/她们放在心上,并没有专为他/她们准备好专门的信息原料。因为中国的大众传媒是根据政治/意识形态逻辑和经济逻辑来运转的,他/她们并不能在这两方面施加多少力量。

与之对抗的一个重要方面是政府的规制、独立社会团体的制约等社会结构性力量,另一个则恰是民族主义等意识形态力量出于保护本土的策略而构筑的防护墙。前者盛行于欧美晚期资本主义国家,后者在亚洲表现得较为明显。但无论哪一种抗衡,都不是商品化的坚决敌人,它们只能在市场带来的效率吸引力和无奈后果间犹豫不决,相对选择。在中国,社会主义思想本是社会公共利益最天然的保护伞,但在民族体力较量和改革开放的双重需要作用下,它亦不得不在很多方面接受折中甚至负面的结果。如果进行细致分析,对于大众传播

① 或者用胡正荣的解释来说,“资本化”的进程正在中国大众传播领域得到推动。参见胡正荣《后 WTO 时代我国媒介产业重组及其资本化结果——对我国媒介发展的政治经济学分析》,《新闻大学》2003 年秋季号。

② 一个商品化进程侵蚀公共空间的例证,是约翰·麦克马纳斯对美国地方电视台新闻市场化运作的实证研究。请参见麦克马纳斯著《市场驱动的新闻业:公民自行小心?》,张磊译,新华出版社 2004。

本应守护的公共利益,有力的法律保障还尚在提上议程与否之间徘徊,经济上的有效动力更付诸阙如,能够担当起制衡作用的独立性社会团体遥不可及,唯一的钳制力量,只能来自于传播工作者的社会良知。铁肩担道义,历史遗留的道德约束在和市场角力的过程中,往往被钳制成个人化的乏力作战,伦理意义上的无奈抗争。就算体制和意识形态上还固守一种对弱势群体上有利的准则,但实际运行过程中却不能保证发挥最大力量。

在这场对抗中,个人层面的场景更值得关注。毕竟,任何社会不良后果的承受者都最终落实到普通的社会个体,而真正的抗争亦在个体日常生活中进行得最为直接和彻底。在哈贝马斯所谓“生活世界”(Lebenswelt)^①中,个人的主体性被放大到最显眼的地步,它不仅努力去对抗一切侵蚀与异化,而且逐步成为当代社会中最值得肯定的替代性进程。从个人立场看,“我”首先需要大众传播;其次,我需要大众传播为我提供自我实现和生命幸福的可能性。这既是从大众传播者占有公共资源和享有社会权力角度提出的合理要求,亦是从事人学角度提出的大众传播终极目标之一。如果传媒无法做到,个体可能通过社会结构性力量施加压力,但是在权力分配不平等的条件之下,则只能通过日常生活的人际传播来弥补,或通过内容的自我消费来消除不良效果,进行形象的再生产,而如果个体连相应的话语资源和抵抗能力都缺乏,则往往陷入受大众传播牵着鼻子走而不自知的窘境。^②

在反复思索之下,面对中国大众传播媒介商品化进程可能带来的不良后果,个体抗争和社会结构性力量的制衡缺一不可。学术研究亦是制衡力量之一,相关知识领域的努力,正应该立足社会公共利益,保持清醒眼光,为大众传媒做出反思,提出警言。

当目光投向中国的传播与媒介研究,各个领域的理论和实务研究蔚为大观,对弱势群体传播使用的研究却显得零星而边缘;对牵涉社会关照的批判性理论译介颇多,对于中国本土实情的深入个案性研究却始终未成气候。更应警醒的是,在很大程度上,研究已成为实践运作的后台。

如果学术界成了电视实践界的“智囊团”,必然会带来学界内部的冲突与困惑。正如布尔迪厄所说,学术界是一个具有相对独立自主性的“知识文化场

① 于尔根·哈贝马斯,《后形而上学思想》p. 77,曹卫东等译,上海译林出版社 2001。

② 在大卫·莫利(David Morley)对英国电视节目《举国上下》的研究中提出了类似的观点和证据。参见 Morley 著《电视,观众与文化研究》,冯建三译,台湾远流 1995。

域”,其知识文化活动有内在的自律性,并非完全只受外部政治和商业权力的支配。^①

当然,学者对于“有利于改革为标准”的自觉并非完全出于政治压力和经济诱惑,而更多可以从“位卑未敢忘忧国”的中国知识分子传统和对改革实践的热忱中得到解释,但这的确会造成学术尴尬:如果自己的研究对于改革有所质疑,或者哪怕只是对改革没有立竿见影的帮助,是否就应当自觉退却?这其中同样存在一个身份认同混乱的问题,即,学者们在自觉不自觉地把“促进中国大众传播的发展”与为国家管理者、实体经营者和内容创作者出谋划策等同起来了,而忽略了大众传播场域之内还包括着广大的社会公众。这就造成了中国传媒研究的大趋势:偏向于“问题”及其解决、实践、主流、市场、国家,而忽视“主义”、沉思、边缘、公共利益、个人解读。导致的结果是,当前中国传媒学界常有可供应用和操作的理论,而批判和反思的思想乏善可陈。

话至于此,便回到本项研究的目的和意义上。本项研究立足批判理论的思想库藏,针对城市贫困群体的形象再生产过程展开民族志式的研究,探索贫困者的脑海世界景象,分析大众传播在这个过程中扮演的角色和起到的作用。所选取的个案主要是北京市区的享受最低生活保障的贫困家庭,使用的方法主要是深度访谈、观察,并对部分大众传播内容进行文本分析。在接下来的第一章中,我首先回溯传播研究的一个重要思想源流:芝加哥学派,以便建立本项研究的认识论和方法论基础。第二章则对所援引和使用的理论资源进行梳理,构建基本的分析框架。第三章和第四章将对本体研究的证据和结论一一详述。在最后的总结中,笔者将从制度和知识的角度探讨可能的解决道路。

^① 布尔迪厄《关于电视》p. 8,许钧译,辽宁教育出版社2000。