

The Journal of Chinese Sociolinguistics

中国社会语言学

2008年第1期

(总第10期)

中国社会语言学



<http://acs.whhit.org>



商务印书馆

中 国 社 会 语 言 学

2008 年第 1 期（总第 10 期）

《中国社会语言学》编委会编

商务印书馆

2009 年 · 北京

图书在版编目(CIP)数据

中国社会语言学. 2008年第1期/《中国社会语言学》编委会编.
—北京:商务印书馆,2009
ISBN 978-7-100-06725-6

I. 中… II. 中… III. 社会语言学—中国—文集 IV.
H1-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 133306 号

所有权利保留。

未经许可,不得以任何方式使用。

ZHONGGUO SHEHUI YUYANXUE

中国社会语言学

2008年第1期(总第10期)

《中国社会语言学》编委会编

商务印书馆出版

(北京王府井大街36号 邮政编码 100710)

商务印书馆发行

北京瑞古冠中印刷厂印刷

ISBN 978-7-100-06725-6

2009年10月第1版

开本 787×1092 1/16

2009年10月北京第1次印刷

印张 10 1/4

定价: 20.00 元

目 录

通 论

当代中国公共话语的主体分析	施 旭 冯 冰	1
国内语言认同研究述评	郑 军	15

法律语言

当前中国司法语言生活状况分析	杨凤仙 张 彦 杨 阳	22
论庭审讯问中的话题控制	吕万英	36

语言转用、语言演变、语言变异

香港“非广府语”集团快速及大规模的语言转移 1949—1971	苏咏昌 刘镇发	50
新西兰华人新移民语言更替的早期迹象	于善江	60
2006 年度新词语分析及跟踪调查 ——兼谈报刊新闻语言对新词语的影响	白 云 吴东翔	79
曲江区大村土话“父亲、母亲”面称变异研究	李冬香	93

语言态度、语言规划

乌尔都语的形成与巴基斯坦的语言规划	崔晓飞	104
香港中文大学内地生对广东话语言态度的调查	韩晨宇	111
语言态度调查方法的比较研究 ——常州高中生语言态度调查	俞玮奇	128

文字与文化

《坡芽歌书》是另一部女书吗?	赵丽明	138
----------------------	-----	-----

书刊评介

一部军事语言理论与应用研究的力作
——李苏鸣著《军事语言研究》介评 周大军 150

会议综述

第六届中国社会语言学国际学术研讨会在中国香港举行 蔡 冰 156
第二届“当代中国新话语”国际学术会议在英国举行 田海龙 158

CONTENTS

Overview

Speaker Analysis of the Chinese Public Discourse	Shi Xu & Feng Bing	1
A Review of Language and Identity Research in China	Zheng Jun	15

Forensic Linguistics

A Survey of Juridical Language Use in Contemporary China	Yang Fengxian, Zhang Yan & Yang Yang	22
Topic Control in Courtroom Interrogation	Lü Wanying	36

Language Shift, Language Change and Language Variation

The Shift of the Mother Tongue of Non-Cantonese Dialect Groups towards Cantonese from 1949—1971 in Hong Kong	Daniel W. C. So & Lau Chun Fat	50
Early Signs of Language Shifting among Recent Chinese Immigrants in New Zealand	Yu Shanjiang	60
Tracking the Use of Chinese New Words from 2006; With Special Attention to the Influence of Language Use in Printed Media	Bai Yun & Wu Dongxiang	79
“Father” and “Mother”: Address Form Variations in Dacun Vernacular in Qujiang County	Li Dongxiang	93

Language Attitude and Language Planning

Formation of Urdu and Pakistan’s Language Planning	Cui Xiaofei	104
Language Attitudes towards Cantonese by Mainland Chinese Students at The Chinese University of Hong Kong	Han Chenyu	111
A Comparison of Two Research Techniques in Language Attitude Studies; Evidence from an Investigation on Senior High School Students in Changzhou	Yu Weiqi	128

Script and Culture

<i>Poya Lyric Pictograph</i> : Another Nüshu?	Zhao Liming	138
---	-------------	-----

Book Review

A Review of Li Suming's <i>Military Language Research</i>	Zhou Dajun	150
---	------------	-----

Conference Review

The Sixth NICCS, Hong Kong of China	Cai Bing	156
---	----------	-----

The Second International Conference on "Modern New Discourse in China", Lancaster	Tian Hailong	158
--	--------------	-----

当代中国公共话语的主体分析^{*}

施 旭 冯 冰

提要 分析当今中国公共领域里谁在说话,是认识当代中国话语和社会文化的主体和灵魂的重要渠道。国内外学界对此问题的研究不多,更欠系统和全面。与此相关,研究中国公共话语的主流理论框架仍是以民族国家政治经济学为主导的,因而忽视了媒体话语主体的内在张力以及它的特定文化语境。本文通过话语分析的方法,探索当代中国公共领域话语主体的性质和形式的历史变化。研究结果初步表明:与30年前改革开放初期相比,进入新世纪之后,我国公共话语的主体——报纸、期刊、图书、音像及电子出版物、广播、电视、电影、互联网、博客等等——不仅在内容和性质上呈现多元发展的势态,而且在数量上达到高速增长的水平;但同时,有一些群体在公共领域中仍然声音微弱,甚至无声。在文章结尾,我们就如何进一步研究当代中国公共话语主体的问题提出理论和方法上的建议。

关键词 话语;话语主体;公共领域;历史;数字媒体

一 问题、目标及意义

当代中国文化在改革开放以后发生了举世瞩目的变化。然而,我们要准确地把握当代中国文化的基本特征,就必须回答这样一些反映和构成这种新文化的灵魂或主体的问题:在当今中国,谁在说话?他们在说什么?他们的意义生成和理解的方式如何?他们的话语的目的和效果如何?当代中国话语与中国传统文化以及国际社会有何种关系?目前,国内外学者对这些基本的、重大的中华文化话语问题尚未有全面、深入的考察,在理论和方法上更没有形成贴切的系统。

对上述理论和实际问题,我们在本文里只作有限、初步的分析。我们要研究的问题将主要围绕当代中国公共话语的主体,具体地说,我们将考察的问题是:在当今中国的公共领域里,1)

^{*} 此研究受到教育部新世纪优秀人才支持计划(施旭)和国家语言文字应用“十一五”科研重点项目的资助。本成果为国家语言文字应用“十一五”科研重点项目(构建中华话语研究范式:话语研究中国化的外因、内因及基础研究,编号 ZD115-02)的一部分。施旭的研究生们及助手为文章的撰写收集了大量的信息资料,在此表示衷心的感谢。

说话的有哪些社群、团体、机构或其他社会组织形式? 这些不同的主体成分有什么样的内在性质和特征? 这些主体的大小如何? 2) 这些主体的质量(或种类)和数量与我国改革开放初期的情况有何差异? 3) 在今日中国, 还有哪些社会群体是声音微弱的或无声的?

虽然自改革开放以来, 特别是随着全球化进程的加快, 中国发生了巨大的变化, 但是国际上研究中国公共话语的主导思想没有变, 仍然是以政治经济学模式为主导(包括“社会环境观”)。但是, 当今中国公共领域的话语及其主体不能用二元对立的、简单的政治经济学模式加以界定和分析。由于全球化, 特别是数字信息技术的发展, 中国的政治和经济已经发生了巨大的变化, 还由于当今中国与传统中国文化有不可分割的联系, 特别是两千年来的话语为“立德”的原则, 当代中国公共领域的话语主体已经发生了变化并形成了内部的差异, 其性质不再能用简单的、孤立静止的、脱离了中国文化的方式去解读。

在这里, 我们将考虑传统中国文化的因素, 运用社会科学的基本的社会观察、文献收集以及话语分析的方法, 对公共领域话语的主体作初步的挖掘和分析。这里还值得指出的是, 国内外主流的话语研究, 虽然在理论上也讲求对语境的分析, 但如果我们观察一下所有话语研究期刊上的论文, 就可以看出, 在实践上学者们很少真正去分析(包括说话人在内的)语境的情况以及语言形式与特定语境形成的关系。而本文正是要对当代中国公共领域这一语境中的说话者作一分析。

在我国改革开放后政治、经济、社会发生了巨大变化的新语境里, 透视当下中国公共话语将有助于我们认识这种变化的性质、程度、细节。特别是对公共话语主体的发掘和分析将帮助我们从一个侧面观察当代中国主流文化的核心或灵魂。同时, 话语主体的研究将关系到社会关系方面的问题, 用老百姓的话说, 关系到“话语权”。这里, 我们应该清楚, 当我们把握了这种新话语和新文化的主体, 我们对预测和引领中国的未来就有了一定的基础。另外, 毋庸置疑, 这种对当代中国话语主体的研究还将为建立全面的当代中国话语理论概念体系提供必要的基础。但是, 我们同时应该清醒, 这种主体的分析并不能代表或反映当代中国公共话语的全貌, 甚至不能说明这种主体与话语的其他因素的根本性联系。对当代中国公共话语的全面研究, 除了分析主体之外, 还需要考虑话语的内容和形式、话语的语境、话语的理解和效果, 等等。但是, 我们相信, 这里的主体分析本身, 特别是对主体性的深入研究, 将从一个新的角度揭示当代中国公共话语的灵魂。最后, 由于国际学术界不断有学者提出, 新世纪的中国公共传媒和公共话语与旧时没有多少变化(Brady, 2002; He, 2000; Lee, 2000; Li et al., 2002; Lu, 1999; Pan, 2000; Pugsley, 2006; Zhao, 1998), 我们希望, 我们提出的话语(主体)理论和实证分析结果将与这种观点形成一种对话。

二 当代中国话语研究的理论框架

在浙江大学当代中国话语研究中心(<http://www.discourses.org.cn>), 我们从东方、中国文化学术角度出发, 对西方话语学进行反思, 在此基础上构建当代中国文化话语的研究理论和

方法体系。我们的主要目的是深入认识和分析当代中国文化话语,对其进行反思以提高它的社会效力,将其介绍给世界,以使中国能与国际社会,特别是主流的西方社会进行平等对话。

在这一宏观框架里,我们把“话语”定义为在特定的社会、文化、历史环境下的具体的语言交际事件。换句话说,“话语”是与语境或“实际生活”相关的语言活动,或者更简单地说,是“实际生活中的语言活动”。与本文的研究焦点有关,我们认为,话语中的语言活动与语境相互依存,而这两者又可看做一个多重因素相互联系、渗透的集合体:说话人(主体)、语言(形式、内容、原则等)、听话人(客体)、理解、社会、文化、历史等等。因为这种关系,研究话语很重要的是研究说话人,但这只是一个方面,说话人还受不同因素影响,有不同声音、有不同表现形式、在不同的语境有不同的表现等等。因此我们应该指出,本文的主体研究只是当代中国公共领域话语的一个方面,只有与其他方面的研究综合起来才能形成对问题的全面认识。

2.1 “公共话语主体”的概念

关于公共领域和话语的主体性,国内外都有不少论著(关于前者如哈贝马斯,1998;朱珊,2006。关于后者如阿伦特、竺乾威等,1999;宁荣生,2003)。但对于它们两者之间的关系,特别是对于公共话语的主体性问题研究尚少。下面我们就主要从话语研究的角度,对公共领域的话语主体性的概念作一尝试性的理论分析。

首先,由于我们这里关心的是在公共领域之中的话语主体,让我们先来看什么是公共领域。当我们讨论公共话语的时候,学者们一定会想到哈贝马斯的“公共领域”概念。在他看来,资本主义社会里存在一种“公共领域”,它不是国家权力的一部分。在公共领域里,公众可以自由地表达公共意见,当公众达到较大规模的时候,他们便运用报纸、期刊、广播、电视等作为公共领域中的媒介以达到传播、影响的效果。媒介被认为是公共领域的一部分。让我们看原文(Habermas,2000:288-9):

By “public sphere” we mean first of all a domain of our social life in which such a thing as public opinion can be formed. Access to the public sphere is open in principle to all citizens. [...] Citizens act as a public [...] with the guarantee that they may [...] express and publicize their opinions freely. [...] The coercive power of the state is the counterpart [...] not a part of it [public sphere]. [...] The term “public opinion” refers to the functions of criticism and control of organised state authority [...] during periodic elections. [...] To the public sphere as a sphere mediating between state and society, a sphere in which the public as the vehicle of public opinion is formed, there corresponds the principle of publicness [...] that [...] has permitted democratic control of state activity.

(“公共空间”首先指的是我们的社会生活空间,即公众舆论的形成之地。公共空间原则上应对所有公众开放……公民作为公众……能够在其中自由表达和宣扬自己的意

见……政府强制力应成为保护公共空间的一方……而不是成为(公共空间)的一部分。……“公众舆论”指的是公众在政府任期内对其权力组织的批评与控制。……对于调节政府与社会的公共空间而言,公众是公众舆论的载体,与之对应的是公开性原则,即允许公众对政府行为进行民主控制。)

我们不禁要问:1)既然公众已经可以自由表达公共意见,为什么还要借用媒介去传播公共意见和影响他人?2)谁提供和控制这种起传播和影响作用的媒介?大量理论和实证研究(Bell,1991;Fowler,1991)证明,大众媒体并不是一个自由交流的平台,而是控制、改变公众意识和公共意见的工具,而公众并没有公平的机会进入大众媒体;相反,大众媒体,受政治、经济因素的影响,有选择地、策略地利用公众人物和他们的话语。所以,哈贝马斯的概念是二元对立思维造成的、非现实的、理想化了的范畴,更不应该套用到对于中华文化的审视上去。但是,借用他的词汇作为一种参照系,我们可以描写相对应于这种理想化的范畴的中国式公共领域,为理论构建,也为跨文化对话。

我们认为,当代中国的公共领域(a)不仅仅是“公共场所”;(b)还涉及一种或多种群体交叉的社会组织形式(如政党、半官方或非官方组织、企事业单位、大众媒体);或(c)涉及社会个体(如个人博客、网民、手机持有者);(d)并且在社会范围内具有一定规模的直接受众面;(e)这种领域,如同其他社会生活领域(如私人领域、宗教领域、企业领域),是一个开放的个体与文化、过去与现代两级互动的空间。总的来说,我们强调的公共领域具有一定社会规模的说话者,并且该说话者有一定规模的听话者,其媒介一般是大众媒体,这些以及相关的因子所形成的环境体系便是公共领域。这样,两人私下谈话的环境便不是公共领域,因为它不是公共场所;教室、超市、茶馆、飞机场、企业或社会机构的会堂诸如此类,虽然是公共场所,但不属于公共领域,因为它们不具备大规模的社会话语交际空间;同样,领导在基层的机关、企业或其他团体内部讲话,他们所处的语境也不属于我们所说的公共领域,因为这种语境不是公共社会组织。

我们所谓的话语主体,用日常语言来说,就是说话人。上面提到,西方话语分析,虽然从理论上也讲究关注语境中的说话者,但在研究的实践上很少有人真正去做,根深蒂固的语言结构主义和语言中心论决定了对说话者研究的忽视。

仔细分析,其实谁是说话人、谁在说话这种貌似简单的问题经常并不容易回答。中国的文化传统对于说话人与言说的关系有深刻的辩证而又具有道德判断的认识:

[1] 君子一言以为知,一言以为不知。《论语·子张》

[2] 不知言,无以知人也。《论语·尧曰》

[3] 君子不以言举人,不以人废言。《论语·卫灵公》

这也就是说,言语与言语者存在复杂、辩证的关系。首先,语言与人存在着某种联系。第二,从话语生成的角度说,讲话应该有道德,因为语言使用的好坏本身决定于人品。第三,从话语理解的角度说,听话同样应该有道德,因为人与语言又各有自己的特性。另外,我们日常生

活也有类似的智慧和运用语言的道德,比如“文如其人”,“当着矮人,别说短话”。所以,从中国的传统文化里我们得知,研究话语,不能不研究说话人,甚至不能不研究听话人。

从专业理论层面上我们可以说,话语主体(agent/subject)是指在特定语境下运用语言符号生成意义的具体的人或社会组织形式(如媒体、单位、社团,见下文)。话语主体是话语过程中一般最具创造活力的因素,是参与社会、改变世界的——社会实践——的动力,是社会、文化的核心组成部分。

然而,话语主体并不是孤立存在的,而是与话语的其他有机部分(语境、内容、形式、意义等)相互依存,形成复杂的现象。首先,有些主体是隐性的,像中国的教育话语或保护环境的广告,我们很难说就是说话的主体,我们似乎可以从话语的内容来定义。其次,话语主体还可存在不同的层次和不同的方面,因为话语主体可以通过各种语言手段进行构建。比如,儒家在当今中国公共领域里常被引用,因而可认为具有一定的主体性;同样,一个作家可以在文学作品里塑造各式人物及各式声音,因而形成多重的话语主体。再者,话语主体与话语的理解(interpretation)和理解者(interpreter)(的特性)也紧密相关,没有作为客体的听众,说话人无所谓话语主体。所以,话语主体其实是一个复杂的现象。

我们所要研究的公共领域里的话语(或“公共话语”)主体的概念,或者说“公共化与主体”,是指那些在公共领域中具有一定社会规模的运用语言构建意义的社会群体,同时他们又具有相当规模的受众。这种概念具有下列一些特点。首先,在众多场合下,形成公共话语主体的具体说话者失去意义,对受众来说,更具实质意义的主体是(a)他们所产出的话语结果有一群受众可以直接接触,如一份报纸、一家网站,或(b)他们所代表的具有生成话语能力的社群或团体,如消费者协会、中国人权研究会。因此,我们可以看出,公共话语的社会集体性质往往通过中介媒体形式来实现,从这个意义上说,公共领域里的话语主体往往是抽象的。再者,(c)话语主体可以通过语言构建而成的,比如孔子(思想)可以说是当代政治话语的主体之一。次之,(d)公共领域和公共话语本身都是一个不同社会主体力量相互竞争、对话或合作的地带;同样,成为公共话语的主体与否,往往是一个社会群体或个人的社会地位和权利的象征,也是社会地位和权利本身的一部分。从这一点,我们可看出,话语的主体性质及其形式是随着语境的变化而不断变化的。如果有的人声音大了,其他人的声音就听不见了,而如果一个社会、文化有不同的声音平等对话,就一定会出现多元统一、创新繁荣的景象。最后,与(d)相关,(e)公共领域的话语对整个社会具有直接和间接的重大影响作用,因为它象征着权威、涉及国家社会的大范围。这种社会集团主体性体现在某种共同的意识、目标、价值观或言说内容和方式上。

从上文看来,公共话语的主体也同样是个庞杂的范畴。这里我们对本文的研究对象作一些说明。1)虽然研究个体,比如分析当代中国公共领域里具有言说影响力的是哪几个人,也是有意义的课题,但在本文里,我们所关心的是具有某种社会团体性质的主体。因此,比如易中天、于丹就不是我们关心的对象,而由他们通过媒体所形成的名流一族才属于我们研究的主

体。2)另外,比如说孔子的言论今天仍在流传,但他的话是通过媒体(如出版的书籍)或其他传播者(如教师、学者)而再产生的;同样道理,虽然文学作品的人物在说话,但是他们是通过作家的创造而成的。他们也不是我们关心的对象,我们所关心的是社会学意义上的具有主体身份的社会实体。3)还应该指出,这里要分析的话语社会主体,并不局限于人群的层面(如国家领导人、社会科学工作者、农民工),还包括话语研究和社会学意义上的应用语言生成集体意识的机构组织或团体,因此,本文研究的对象将涉及报刊、电台、电视台、网站、博客、协会、基金会、行业、无党派人士、妇女、残疾人等等不同性质和形式的话语主体。4)另外,我们这里所说的话语主体不是那些稍纵即逝的(如因为某些突发事件而产生的话语主体),而是有一定持续性的言说者。5)还有,在中国,政府、法律机构等等,一直是在公共领域里最重要的、直接和间接的话语主体。但在本文里,我们所要研究的是变化巨大的话语主体的多种形式,如地方报刊、互联网。6)诚然,话语主体的意义也决定于听众,有众多听众的言说者在公共领域中其实也就是有影响力的,但由于资料的限制,在本文里我们只在可能的情况下提供有关受众的信息。

2.2 话语主体研究的方法

要研究当代中国公共领域的话语主体有哪些成分,有什么样的性质,与改革开放初期的区别,应该是有许多方法可用的。比如,我们可以运用归纳的逻辑方法,通过数据库分析出公共话语的主体形成的情况,并对其分类;也可以根据受众的观点,对那些了解公共领域话语的人员进行采访,以从他们那里获取关于公共话语的主体分布的信息。但是在本文里,我们的目的是初步地发掘、分类和描写当代中国话语主体,并不求对当代中国公共话语的主体作全面的、精确的、透彻的描写。为此,我们下文的分析将主要依赖于对现有文献信息的收集和整理,尤其是网络上的文献信息;同时,我们还借助社会学关于中国社会的研究结果,来探索中国公共领域的话语主体情况。下文中的许多数据、信息来自多重的网络资料,不少是基于对它们的分析、整理、归纳和综合,为简明起见,我们在文中不一一说明出处,只将主要的参考来源在文章的结尾列出。

在下面的分析过程中,我们将运用定性的和定量的方法,来说明话语主体的内容、形式以及历史差异。为此,我们将运用一些话语研究中的概念去分析公共话语的主体及其内部的不同成分,比如:言语的社会形式(个人、团体、机构),内容和话题(期刊的种类),言语的生成量(出版数量、发行量、出版社数量),言语的受众面(订阅数、票房数、点击率),传播途径(报纸、网络),媒体种类(报纸种类、电台种类),传播渠道的层次(中央、地方级别频道),社会功能(调查、揭露问题、娱乐),信息来源(大陆、港、澳、台),语言种类(中文、外文)。为了分析结果的可靠性,在下面的多数情况下,我们所提供的材料起码有两种以上的来源,但由于网站(信息)常有历时变化,本文的数据也可以被理解为参考性质的信息。

2.3 公共话语主体的分析

为了帮助读者对我们的研究结果有所预见,我们先对它作一个宏观的表述。当代中国文

化话语的特点之一是:与改革开放初期相比,中国公共领域的主体,特别是在进入新世纪后,不仅总数量上有了急剧的上升,而且在种类上也有了极大的增加。中央人民广播网的文章《类型化:中国广播电视发展必由之路》从一个侧面表明了这种话语主体的变化:

改革开放 20 多年来,中国新闻事业最突出的变化就是结束了一报两台(一家综合性、日报、一家综合性人民广播电台、一家综合性电视台)的单一化的媒介结构,转而初步形成多层次、多品种的媒介新格局。对于广播电视而言,就是在“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”(1983 年)建设方针基础上形成三横四纵的基本结构:纵向上,中央、省、地(市)、县(市)四级办台;横向上,电台是综合台、经济台、专业台(以文艺台、交通台为代表)三足鼎立,电视台是无线台、有线台、教育台三分天下。

这种公共话语主体的新变化是如何形成的?我们认为,一方面与新世纪以后全球化、媒体网络的加速发展有紧密的关系;另一方面又与当今中国政治和经济发展的要求有直接的联系。本世纪初,报业有了两个深刻变革:(1)中央级别的报刊仅保留三报一刊(《人民日报》、《光明日报》、《经济日报》以及《求是》杂志),其他中央级报纸、期刊和各行业、各部委报刊与原主管单位脱钩,变成企业法人;各省、自治区和直辖市,原则上将只保留一份省(市)委机关报,其他报刊一律和政府部门脱离,纳入企业法人化管理。(2)外资或民营资本可投资媒体,但最多不能超过 40%(新华网,2003 年 7 月 30 日)。最后,这种话语主体的发展可能与中华文化深层的“百家争鸣”的历史记忆也是分不开的。

当然,通过我们的分析也发现,当今中国社会还有一些社群和集体尚未能在公共领域里拥有话语平台或发言媒介,因而没有充分地享受或实现其应有的公共领域的主体职能。这些群体包括:农民工、高中技校毕业生和大学毕业生以及其他特别人群。这里存在着多方面的原因,但本文的任务只是挖掘这些群体,供进一步的研究。

在下文中,我们将罗列出中国公共领域里的各种主要的话语主体,并运用具体事例说明每个主体的内容和性质,在可能的情况下以数量说明其主体的影响力;另外,还以史料展现今日公共话语主体的变化。

2.3.1 报纸

报纸是我国公共领域中最普遍、活跃的话语主体之一,从历史的角度看,也是增长最快、最大的话语主体之一。中国报纸可以概括为:政论报纸、机关报、宗教报纸、商业报纸、晚报、专业报(行业报)、都市报几种形态。1978 年全国仅有 186 家报纸,总印数 127.76 亿份,全国性和省一级地方性报纸全年发行量 109.4 亿份。在 1979 年至 1992 年间,各类晚报、行业报、企业报纷纷创刊,打破党报一统天下的格局。到 2006 年为止,全国报纸达 1,938 种,总印数为 424.52 亿份,周刊以上的日报 984 种,占全国报纸总量的 51.2%。其中,综合新闻性的党报和晚报、都市类报纸是我国日报的主体部分,占全国日报总数的 73.9%:党报有 439 种,占周刊以上日报总数的 44.6%;晚报、都市类报纸 288 种,占日报总数的 29.3%。值得一提的是,在这

类公共领域的话语主体中还有一份面向世界的国家级英文日报, *China Daily*《中国日报》日发行量 20 余万份, 覆盖 150 多个国家和地区, 是国外主流媒体对中国报纸转引率最高的报纸。

2.3.2 图书、音像和电子出版物

1978 年, 图书出版为 1.5 万种, 42.6 亿册。中华人民共和国新闻出版总署的官方统计资料表明: 2006 年全国共出版图书 233, 971 种, 其中新版图书 130, 264 种, 重版、重印图书 103, 707 种, 总印数 64.08 亿册(张)。且每年出版的新书在以 10% 的速度增长。

这里, 应该看到与这些图书、音像和电子出版物相关的出版社, 因为出版社是决定出版物的“生产机器”。在这个意义上说, 出版社也有一定的主体性。1978 年, 有 105 家图书出版社(其中中央 53 家, 地方 52 家)。1979 年以前, 全国仅有中国唱片总公司一家音像出版单位, 尚未出现电子出版物(中国电子出版起步于 20 世纪 80 年代中期)。而到 2006 年, 中国有 573 家图书出版社, 339 家音像出版社, 198 家电子出版社。

2.3.3 期刊

1978 年, 全国各类期刊共 930 种, 总印数 7.62 亿册。到 2006 年, 我国的期刊达到了 9, 468 种, 总印张已超过 100 亿。

2.3.4 电视

1978 年, 中国电视中心台有 32 座, 电视发射台和转播台 237 座。而到 2006 年, 全国已登记的各类电视台超过 3, 000 家, 卫星电视台 41 家, 其中地方电视台数量超过 2, 000 家, 4, 000 个频道, 通过卫星向全国播送的省级电视台超过 50 家。

应该指出, 在这些电视台和电视频道之上, 还有具体的电视专栏, 它们具有各自的相对独立性和个性, 比如, (1)《焦点访谈》: 以深度报道为主、以舆论监督见长的电视新闻评论性栏目。它选择“政府重视、群众关心、普遍存在”的选题, 坚持“用事实说话”的方针, 反映并解决社会进步与发展过程中存在的问题, 许多报道成为决策的依据和参考。(2)《新闻调查》: 是中央电视台最具深度的调查类栏目, 以记者的调查行为为表现手段、以探寻事实真相为基本内容、以做真正的调查性报道为追求目标。(3)《艺术人生》: 以“正直品质、极端制作”作为核心理念, 以人文关怀的精神, 关注中国文化艺术界的重大事件, 以强大的制作班底制作节目。(4)《开心辞典》: 一个以答题的方式贯穿全民获奖的益智互动式节目。(5)《非常 6+1》: 这是一档实现普通人梦想、实现观众互动参与的娱乐类节目, 是融合丰富资讯并将资讯进行娱乐化传播的节目。

2.3.5 电影

电影虽然通过声音和影像在公共领域里创造意义, 但是其中人物的言说以及“画外音”也生成不可或缺的意义。从话语研究的角度, 我们可以把后者称为影像一话语。电影是电视之后公共领域中的第二大主体——影像话语主体。依据电影局公布的数据, 2006 年, 国产故事影片生产达到 330 部, 总量比上年度增长了 27%; 非故事影片生产, 纪录影片 13 部、动画影片 13 部、科教影片 36 部。此外, 电影频道组织拍摄了 112 部电视电影。全国可统计电影票房超过

26.2亿元,连续四年保持了20%以上的增长率。而1978年,电影的上映数量为113部,且香港和台湾的电影占了相当的数量。

2.3.6 互联网

1978年,中国网站数量几乎为零。而按照中国互联网络信息中心最新统计数据,截至2006年6月,全国网站数量已达到了788,400个,网民总数为1.23亿,IP地址数量为84,786,688个。举例说,大型门户网站(综合性网站)有:新浪、搜狐、网易、Tom在线、腾讯;大型行业网站包括:太平洋电脑网、中华英才网、携程旅行网、阿里巴巴、淘宝网、当当网。其他如百度网、雅虎中国等。另外,中国还有几大英文网站:(1)中国日报网,隶属于《中国日报》社,为中国最早的英语网站,国家六大重点新闻网站之一,日均访问量600万人次。(2)人民网英文版(隶属于人民网),除了使用新华社通稿外,翻译人民日报的社论、评论,表达中国政府对国际、国内重大问题的立场、观点与主张。(3)新华网英文版,拥有多渠道、多功能、多层次、多手段的报道方式,新闻报道灵活。(4)中国网英文版,由国务院新闻办公室与中国国际出版集团合办,提供有关中国的最新信息,对中国历史、政治、经济、文化作全面介绍。上述几家英文网站均由政府投资创办(中国日报网站实行自主经营),依托原有传统媒体。

2.3.7 博客

博客更是近几年的新生事物。任何一个人只要通过简单的用户注册,就可以成为一名博主,对所有使用互联网、登录博客的人说话。他们可以轻易发布自己的作品,表达自己的思想感情。虽然他们的行动是个体的,但是所占据的话语空间是公共的,而且几乎人人是在同样的话语平台上,因此他们形成的是一种集合的话语主体。(1)到2006年10月,博客数量增长至560万左右。¹(2)就新浪网博客统计,目前点击率最高(截止到2008年8月)的前四位博客是:徐静蕾的“老徐”,点数为112,460,000;韩寒的“韩寒”,点数为97,670,000;Acosta的“Acosta——极地阳光”,点数为59,080,000;郭敬明的“小四的游乐场”,点数为50,610,000。举几个博客的例子:博拉,<http://www.bolaa.com>——全球第一中文博客社区,中国最大的专业博客媒体网络;新浪网博客频道,<http://blog.sina.com.cn>——全中国最主流、最具人气的博客频道;文学博客网,<http://blog.readnovel.com>——展现各类原创文学、书评影评等文学作品的文学博客;博客中国,<http://media.bokee.com>——提供各类传媒动态、传媒研究等的传媒博客;QQ空间,<http://qzone.qq.com>——提供时尚潮流信息,引领非主流;赛迪网IT博客,<http://blog.ccidnet.com>——提供各类IT产业信息;企博网,<http://www.bokee.net>——提供职场信息、职业精英博客展示,领先的商业虚拟社会运营平台;中国校园博客,<http://www.Ublog.cn>——中国高校第一家博客站点;中国学生博客中心,<http://xs.bokee.com>——各年级各种兴趣爱好的学生利用互联网新兴的“零壁垒”的博客;儿童博客网,<http://www.61bay.com>——服务儿童的平台。²从这些例子中可以看出,一时间大量博客在公共领域里发布种类繁多的信息。

2.3.8 民间/非政府组织

在当代中国公共领域中一种不可忽视的话语主体力量是非政府组织。³大体上说,“非政府组织”是那些独立于政府之外、不以营利为目的、志愿性的社会组织。按照我国民政部所采用的正式官方分类方式,民间非政府组织分为“社会团体”和“民办非企业单位”。其中社会团体是指中国公民根据自愿组成,为实现会员共同意愿,按照其章程开展活动的非营利性社会组织。民办非企业单位是指企业事业单位、社会团体和其他力量以及公民个人利用非国有资产举办的,从事非营利性社会服务活动的社会组织。在此基础上,它们按照登记管理机关的级别区分为全国性组织和地方性组织。⁴改革开放初期全国性社团有 100 多个。而 2006 年,民间组织有 22,157 个,其中社会团体 13,509 个,民办非企业单位 8,648 个。⁵它们主要通过网站和刊物在公共领域发出自己的声音。较为有影响力的全国性非政府组织有:中国联合国协会、中华全国妇女联合会、中国残疾人联合会、中国人权研究会、中国人民对外友好协会、中国和平与裁军协会、中国光彩事业促进会、中华慈善总会、中国扶贫基金会、自然之友和中国性病艾滋病防治协会。下面我们就从两大类中选几个具体的组织来说明“非政府组织”作为公共领域话语主体的形式及其发展。

(1) 社会团体。比如,中华全国台湾同胞联谊会(属联合性社团⁶)是台湾同胞在祖国大陆的同乡会组织。目前,祖国大陆除西藏以外的 30 个省、自治区、直辖市和台胞比较集中的地、市都相继建立了地方台联,会刊《台声》是海内外公开发行的综合性月刊。又如中国人权发展基金会(属基金会⁷),有大型综合性中文网站人权网,<http://www.humanrights.com.cn>,目前共设置有人权组织、人权在线、人权交流、人权精粹、人权纵横、人权艺术等八个栏目。还有中国服装协会网站(属专业性组织⁸),<http://www.cnga.org.cn>,会刊《服装界》。

(2) 民办非企业单位。例如,世界中医药学会联合会有国际高科技综合性中医药学术期刊《世界中医药》杂志。中华中医药学会(源自中华中医药学会网站)编辑出版了中医药学术技术、信息、科普等期刊、图书、资料及音像制品,其中主办的 20 种杂志包括《中华中医药杂志》、《中医杂志》、《中医药管理杂志》、《中医药学刊》、《针灸临床杂志》、《中医药临床杂志》、《新中医》等。

2.3.9 公共话语主体之外的社会群体

同时,我们需要指出,从话语分析和社会分析的角度来看,当今中国社会中还有一些社群和集体,虽然有不同公共话语主体为其说话或者受到公共话语的不同程度的关注,但是尚未能在公共领域里拥有同样的话语平台,不能在公共话语空间中具有同样重要的主体地位,因而我们可以说他们没有充分地实现其应有的公共社会的主体性质。如农民工,城乡无业、失业、半失业者阶层(排除在校学生),高中技校、大学学生和毕业生,妇女,艾滋病人,及其他特别人群,这些群体没有自己的在公共领域中具有相对影响力的话语平台,即使有的有自己的网站或报刊,但比起上述话语主体却缺乏整个社会的关注。按照第五次人口普查资料,中国人口