

媒体创新与 新闻坚守

媒体新闻与传播业务评析

骆正林 著

 中国传媒大学 出版社

媒体创新与 新闻坚守

媒体新闻与传播业务评析

骆正林 著

 中国传媒大学出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒体创新与新闻坚守 : 媒体新闻与传播业务评析 / 骆正林著.

-- 北京 : 中国传媒大学出版社, 2020.7

ISBN 978-7-5657-2639-2

I. ①媒… II. ①骆… III. ①新闻工作-研究-中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第265335号

媒体创新与新闻坚守 : 媒体新闻与传播业务评析

MEITI CHUANGXIN YU XINWEN JIANSYOU: MEITI XINWEN YU CHUANBO YEWU PINGXI

著 者 骆正林

策划编辑 曾婧娴

责任编辑 张莉莉

特约编辑 张金来

责任印制 李志鹏

封面设计 风得信设计·阿东

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 010-65450532或65450528

传真: 010-65779405

网 址 <http://cucp.cuc.edu.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京玺诚印务有限公司

开 本 787mm × 1092mm 1/16

印 张 12.75

字 数 275千字

版 次 2020年7月第1版

印 次 2020年7月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-2639-2 / G · 2639 定 价 56.00元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序言

到2019年，中国的改革开放已走过41年。在41年中，中国的传媒业经历过裂变式的发展，创造了新闻业务和媒体经营的神话。当前，社交媒体快速发展，传统媒体风光不再，新闻业遭遇到“后真相”的严峻挑战。现实生活的艰难，让很多媒体人产生强烈的怀旧心理，职业媒体人开始追忆所谓的“黄金时代”。关于新闻的“黄金时代”，不同的人会有不同的定义与解读，我想其中至少包括舆论监督与传媒经济两层内涵。从20世纪90年代初开始，以《南方周末》为代表的平面媒体，以《焦点访谈》为代表的电视节目，曾经掀起了新闻舆论监督的浪潮。新闻舆论监督既帮助党和政府提升了社会治理水平，也点燃了很多新闻工作者的职业理想。进入2000年后中国经济开始快速腾飞，快速发展的中国经济给中国传媒业的发展提供了丰厚的土壤，民生新闻、媒体上市、娱乐节目等热点不断涌现，各类媒体都过上了“阳光灿烂的日子”。但是传媒技术变革的浪潮却无情地改变了传媒发展的路径，自微博、微信等社交媒体出现后，传统职业媒体的日子变得越来越艰难，少数媒体甚至滑到生死存亡的边缘。

2004年是报业大战打得正酣的时候，也是媒体经营最轰轰烈烈的时候。2004年我有幸加入江苏省新闻出版局报刊审读员队伍。到2018年离开报刊审读工作岗位时，我总共有15年的报刊社会管理体验。在15年中，我经历了钟效雯、刘海泉、朱峰三任报刊处处长，张明明、马万佐两任报刊处副处长。报刊审读是我国报刊管理的一项基本政策，也是引导我国报刊发展的重要手段。在报刊审读过程中，我体会到作为报刊管理人员的不易。他们一方面要引导报刊守住舆论阵地，坚守报刊管理的原则和底线；另一方面也想尽办法服务于媒体发展，努力让报刊管理做得更专业、更贴心。作为一名报刊审读员，因为工作之便得以接触基层媒体和媒体管理者，并按照工作部署写出了一批审读报告。15年的报刊审读工作也算一段不短的经历，当我回望这段人生经历的时候，感叹这也是一段值得回忆的“黄金时光”。15年中我还应江苏教育电视台、《铁军》等媒体的邀请，阶段性地担任过阅评员，曾就特定的节目或版面写过体会文章。因此，本书是我从事媒体阅评工作的成果集纳，也是我对媒体业务和传媒管理的认知和评析。

在我国，新闻传播者是国家政策的宣传者，是舆论阵地的建设者、守望者。媒体是一

种话语资源也是一种权力资源。任何国家的媒体人都在赋权范围内从事职业活动，我国新闻传播工作者也不例外。2004年，当我刚刚开始审读工作的时候，媒体人的脸上总是写满“自信”和“阳光”，他们的政策宣传做得有条不紊，他们的经营做得有声有色。他们在内容策划、版式设计、编校质量、经营管理等方面的辛勤付出，使得传统媒体变得更加好看，更有艺术性。20世纪90年代后期，互联网作为新媒体开始登上历史舞台。此时，传统媒体占据了舆论阵地的核心，网络舆论虽对传统媒体构成挑战，但舆论阵地依然掌握在传统媒体手中。到2010年前后，随着微博、微信等社交媒体的崛起，舆论阵地的核心转移到虚拟空间、第三空间内，传统媒体必须适应“互联网思维”才能做好舆论宣传工作。也许公众感觉传统职业媒体人的当前生存状态是疲倦的，感觉传统媒体面对新媒体时是无奈和无力的，但当你真正走近他们的工作和生活时，你一定会被他们的顽强奋斗所感动，正是他们的坚守让新闻业保留着浓厚的理想主义色彩，而这对新闻传媒业的发展，甚至对国家和民族的发展都是弥足珍贵的。

因此，本书是对媒体发展的一种历史见证，也是一段传媒发展史的案例记忆，更是对职业媒体人的一种肯定和尊重。



绪论 传媒的技术赋权与新闻的社会功能	1
第一节 从社会思想史看传媒技术的社会赋权	1
第二节 传媒赋权与中国近代社会的自强之路	6
第三节 传媒赋权与中国特色社会主义建设	11
第四节 网络赋权与“国家—社会”关系的调适	15

新闻宣传篇

第一章 新闻宣传与主流价值观传播	24
第一节 党报需要掌握舆论阵地中的话语权	24
第二节 群众路线报道中的“鲜活的思想”	27
第三节 四家党报公益广告倡导的健康生活	32
第四节 基层社会管理创新报道的创新思维	36
第二章 新闻评论与舆论的有效引导	39
第一节 中国军队精神光谱的有效呈现	39



第二节	《观点·声音》彰显党报的思想力量	43
第三章	全国两会报道的策略与风格	47
第一节	《现代快报》报道体现的全国两会舆情	47
第二节	江苏地市党报全国两会报道的三种风格	51
第三节	江苏地市党报全国两会报道的民生话题	57
第四章	两会报道构建的社会舆论场	62
第一节	地市党报构建的“江苏两会”舆论场	62
第二节	全国两会报道形成的立体舆论阵地	66
第五章	新闻传播的职业与伦理规范	69
第一节	创新职业道德社会化管理新模式	69
第二节	报纸转载新闻要尊重作者版权	71
第三节	法制新闻报道不可滥用“同情心”	74
第四节	广告与新闻应有清晰的可识别性	78
第五节	用准确的新闻来源防止新闻失实	79

采编业务篇

第六章	党报新闻报道的探索与创新	84
第一节	《无锡日报》头版头条的“坚守”与“创新”	84
第二节	《泰州日报》帮助读者畅想空港生活	86
第三节	《泰州日报》浓墨重彩宣传“中国医药城”	89
第四节	党报头条登书记博文是要闻报道的创新	92
第七章	新闻文风与报道个性的形成	94
第一节	“走转改”让江苏党报面目更清新	94

第二节	积极的价值取向与温暖的新闻镜头	98
第三节	“公推公选”报道给党报地方新闻增色	103
第八章	《苏州日报》报道与编辑的创新	106
第一节	精彩苏州背后的故事、逻辑和数据	106
第二节	《苏州日报》标题中的数学语言	109
第三节	《苏州日报》理性报道“用工荒”	115
第九章	伊拉克战争的媒体报道策略	118
第一节	媒体立体报道使战争变得半透明	118
第二节	美国媒体在战争中成了政府帮凶	122
第三节	伊拉克战争中我国媒体的经济报道	127
经营策划篇		
第十章	市场竞争中媒体的经营之道	132
第一节	媒体应将融合口号变为实际行动	132
第二节	盘活广电资源 拓宽采编空间	133
第三节	记录当代大学生“知青生活”的历史档案	138
第十一章	期刊的报道风格与文化定位	143
第一节	引领年轻人过健康、时尚的生活	143
第二节	金陵文化与《莫愁》品牌的相得益彰	147
第三节	全面深入社会生活 精心提炼时代主题	151
第四节	《广告大观》：江苏期刊的一个典型亮点	155
第五节	《现代苏州》：再造一个城市的精神气质	160
第六节	《银潮》：用故事浓缩中国家庭的价值观	161
第七节	《华人视点》为华人社区绘制“形势地图”	163



第十二章 期刊的报道策划与传播效果	167
第一节 重温新中国开国前后的精彩记忆	167
第二节 《畅销书摘》：浩瀚书海上的精神桥梁	170
第三节 “感情”与“理智”调制的防“腐”剂	173
第四节 《本刊专访》让成功人士精彩“说法”	175
第五节 记者的激情与理性	177
第六节 铁军传统是军队的宝贵财富	178
第七节 民间线索丰富了军史素材	180
第十三章 电视媒体的栏目策划与定位	184
第一节 为金陵文化注入了一缕“书香”	184
第二节 浓缩生活景观 陶冶艺术情操	188
第三节 《全民开考》搭建终身学习平台	191

传媒的技术赋权与新闻的社会功能

信息传播是一种技术、一种资源，也是一种权力。然而，传媒的技术赋权并非是普惠的，并非所有人都能从“传媒使用”中获得同等权益。在历史的不同阶段，特定人群对传媒技术的掌握和使用状况，决定着不同社会阶层的话语权和命运。近代以来，中国社会处于不断变革和转型中，中国传媒伴随着社会转型实现了职业化，并以“进步的姿态”发挥着启蒙、革命和建设的作用。进入 21 世纪，互联网成为人类全新的生活空间，网络赋权调动了不同社会阶层的社会能动性，不同阶层之间的话语碰撞和社会互动，掀起了一场中国式的进步运动，深刻影响着“国家—社会”关系的互动和调适。

第一节 从社会思想史看传媒技术的社会赋权

“赋权”（Empowerment/Empower）原本是社会学的一个概念，赋权概念的提出与“权力”（Power）和“无权”（Powerlessness）密切相关。“西方赋权理论在本质上追求：给无权或弱势群体创造参与的机会，激发他们的潜能，让他们通过掌握更多的社会资源，成为自己命运的主人，以此实现社会变革、推动社会进步，它的终极目标是社会正义和社会平等。”^[1]“Empowerment/Empower”的词义有多重内涵，翻译成中文有授权、赋权、增权、充权等意思。鉴于此，社会学、管理学、政治学、传播学甚至医学等学科，都从自身研究的范畴出发，对“赋权”进行了很多卓有成效的研究。从信息传播的视角看，传媒赋权是传媒对社会权力关系产生的实质性影响，或者说在不同的历史阶段传媒对社会权变产生的有效作用。“赋权”虽然起源于美国社会学的研究与实践，但人类社会思想史中有着丰富的赋权思想资源。

一、“赋权理论”与不同学科的赋权研究偏向

20 世纪 60 年代，西方社会学对底层社会、边缘群体的关注，为赋权理论（Empowerment Theory）的诞生准备了思想资源。1976 年，美国学者所罗门（Solomon）出版《黑人赋权：

[1] 王全权，陈相雨. 网络赋权与环境抗争 [J]. 江海学刊，2013（4）：101-107.

受压迫社区中的社会工作》,该书研究了美国社会黑人族裔的生存状态,明确使用“赋权”一词呼吁社会工作致力于为黑人增权,期望以此使黑人获得自我效能与社会改革的力量。所罗门之后“赋权”成为社会学的经常术语,20世纪80年代赋权理论成为社会学研究的热点,“以至于 Adams 认为社会工作进入了‘赋权取向时代’”^[1]。Zimmerman 认为赋权定义的核心部分是个体对控制效能的内心感知,这种内在效能感对激发个体积极转变行为具有重要意义。^[2]Rigger 进一步研究指出,赋权不能只是个人对自尊、成就和权力的主观感受,它还必须包含个人对权力资源和控制能力的实际占有或判断;否则,社会可以创造某些条件改善人们的主观感受,进而在没有改变权力配置的情况下使人们产生“已经得到控制生活权力的假象”^[3]。1994年,安卓森(Anderson)等人提出一个促进非洲社会发展的赋权模式,他们将赋权模式的实践过程分为五个层面:个人、社会、教育、经济和政治。权力是个人或团体获取社会资源、控制或影响他人的能力,社会学关于赋权的研究明显偏向对弱势群体的增权,因此西方社会赋权研究的对象多为草根组织、女权运动和市民权利等。

20世纪八九十年代,随着企业规模的不断放大,跨国企业的不断出现,赋权理论被引入到企业管理领域。管理赋权强调管理者对基层员工放权、授权,以此激发基层员工的主人翁意识,调动广大员工的创新潜能,最终的目标是提升企业的运行效率。“分权的研究(Tannenbaum and Cooke 1974)和对领导者的观察(Bennis and Nanus 1985; Block 1987)显著地表明,平等的权力分享有益于提高组织效率,对员工的授权可能也是一种权力激励工具,它既给员工提供了控制权,又使员工有成就感。”^[4]管理赋权是一种管理手段、领导职能,也是一门管理艺术。管理者在向下属赋予决策权和行动权前,需要“营造一种支持和信任的氛围,鼓励员工分享意见、参与决策制定、彼此合作以及承担风险”^[5]。管理赋权需要管理者充分信任下属,让被赋权人获得较大的自主权和独立性。管理赋权可以节省高管的时间、精力,提升企业管理的效益、团队合作的业绩,但管理赋权增加了运行的不可控性,存在一定的安全风险。管理学对赋权的研究偏向企业内部管理,主要目的是调动企业的管理潜能,最大限度地实现企业的战略目标。

传播学关于赋权的研究是社会学赋权研究的延伸,并逐渐与政治学、公共管理学融合,形成社会学、政治学、管理学融合的研究状态。网络技术为人类营造了一个全新的生活空间,在这个新的生活空间内信息传播成为社会关系的纽带。网络技术的发展给基层民众带来了表达自由,在中国,网络成为基层社会动员和维权的重要工具。因此,中国学者多从

[1] 孙奎立.“赋权”理论及其本土化社会工作实践制约因素分析[J].东岳论丛,2015(8):91-95.

[2] 孙奎立.“赋权”理论及其本土化社会工作实践制约因素分析[J].东岳论丛,2015(8):91-95.

[3] 孙奎立.“赋权”理论及其本土化社会工作实践制约因素分析[J].东岳论丛,2015(8):91-95.

[4] 纳哈雯蒂.领导力[M].王新,译.北京:机械工业出版社,2003:110.

[5] 纳哈雯蒂.领导力[M].王新,译.北京:机械工业出版社,2003:111.

技术赋权出发,研究网络对弱势群体的增权,认为网络赋权是实现政治参与的重要手段。王全权、陈相雨认为“‘网络技术赋权’,就是指草根民众通过网络技术的使用,将分散的力量聚合在一起,形成某种变革社会权力关系的力量的过程,其主要形式就是草根民众与其他主体之间的传播互动”^[1]。中国学者关于网络赋权的研究从社会学视角出发,但经常会从政治学、公共管理学视角结束,即开篇讨论的是网络对基层社会的赋权问题,结束却是如何对网络赋权的负效应进行治理。

传媒技术赋权显然对社会治理提出了更多的挑战,因此政治学、公共管理学也形成了对赋权进行研究的热潮。乐观主义者认为网络是威权政体向民主政体转变的动力,网络是数字民主(Digital Democracy)、电子民主(Electronic Democracy)和网络民主(Cyber-Democracy)的温床。有研究者认为互联网扩散是政治变革的一个决定性因素,很多人认为印尼的苏哈托(Suharto)政权就是被互联网推翻的。悲观主义者认为,威权政体对信息技术的监管是互联网发展的制约力量,“通过结合被动策略和主动策略,这些监管能够反击互联网的使用而带来的挑战,甚至利用互联网来扩大它的可及范围和权威”^[2]。因此,郑永年在《技术赋权》一书中强调,互联网赋权有两个路径,即网络既对社会赋权也对国家赋权。

通过对各学科赋权理论研究的回顾,我们看到赋权有“被赋权者”对权力的自我认知、主动发掘的情况,也有外部力量对“被赋权者”的权力授予,是外部力量控制的权力“在轨使用”;赋权对象不仅有基层社会、边缘群体,国家往往也是技术赋权的重要对象。赋权对弱者增权,可以消除歧视、实现正义,让无力者感觉到有力,提升弱势群体的社会地位;赋权对强者的增权,可以扩大国家权力的使用边界,提升国家的治理和控制能力。

二、信息传播史中的传媒赋权思想

直到20世纪80年代末,传播学才对赋权研究产生出兴趣和热情;进入90年代,随着互联网的繁荣,传媒赋权变成传播学研究热点。在传播学关注“赋权理论”之前,信息传播思想史中就已蕴含了丰富的传媒赋权思想资源。研究赋权的学者普遍承认赋权是一种信息交流的过程。“弗莱雷和阿林斯基在其著作中认为传播过程促进了赋权,罗杰斯和辛戈尔主张赋权本身就是一个传播过程,该过程产生于小群体内部众多个体之间的相互交往。”^[3]因此,赋权和传播是联系紧密的两种活动。传播媒介是人类精神交往的载体,精神交往能够产生巨大的精神能量,所以媒介环境学、发展传播学都高度重视传媒在文化传承和社会发展中的作用,而传媒在不同历史阶段的社会作用恰恰是传媒赋权的体现。

[1] 王全权,陈相雨.网络赋权与环境抗争[J].江海学刊,2013(4):101-107.

[2] 郑永年.技术赋权:中国的互联网、国家与社会[M].北京:东方出版社,2014:96.

[3] 赵晓燕.自媒体视角下的赋权理论研究[J].科学大众·科学教育,2016(10):117-118.

媒介环境学派 (Media Ecology) 将媒介作为人类活动的文化环境, 注重通过媒介环境的变化来阐释社会历史的变迁, 因此, 传播学界曾长期将媒介环境学称为技术决定论 (Technological Determinism)。媒介环境学认为媒介并非是中立、无价值的信息载体, 媒介的技术特征和符号结构影响信息的编码、传输和解码; 不同媒介因技术基础和符号特征不同, 而呈现出不同的时间、空间和感知偏向; 媒介对社会形态和社会心理具有重要影响, 传媒技术是文化变革和社会变革的重要源泉。媒介环境学派第一代代表人物哈罗德·英尼斯 (Harold Innis, 1894—1952)、马歇尔·麦克卢汉的相关论著中有很多传媒赋权思想。英尼斯在《帝国与传播》中指出: 帝国对“辽阔领土的治理, 在很大程度上依赖有效的传播”^[1]。成功的帝国在选择媒介时要克服媒介的偏向, 兼顾空间偏向的媒介和时间偏向的媒介, 空间问题是军事问题、政治问题, 时间问题是朝代问题、人生寿命问题和宗教问题。英尼斯主张帝国对媒介的选择, 实际上是国家通过媒介自我赋权。帝国通过传播征服空间和时间, 空间传播帮助帝国扩大治理的版图, 时间传播帮助帝国传承不朽的功业。麦克卢汉常被人们贴上“技术决定论”的标签, 他主张新技术是社会变革的动因, “每当社会开发出使自己延伸的技术时, 社会中的其他一切功能都要改变, 以适应那种技术的形式”^[2]。麦克卢汉认为电视的影响是湮没性的, 电视无情地将儿童暴露在成人的新闻世界, 让他们过早接触“种族歧视、暴乱、犯罪、通货膨胀、性革命”^[3]。孩子们在没有进入学校之前, 就已经在客厅发生了一场感知和态度的革命。麦克卢汉认为电视让年轻人深刻地参与到学习的过程。麦克卢汉看到的是传媒在学习方面对年轻人的赋权, 它挑战了传统的教育体制, 逼迫传统教育必须进行改革来适应年轻人的学习习惯。在媒介环境学的视野中, 媒介技术相当程度上就是一种变革的力量, 掌握一种媒介技术就是掌握了一种变革社会的资源和权力。

媒介环境学派将媒介技术作为社会变革的力量, 发展传播学则将整个传媒当作第三世界现代化的手段, 这里不仅包括传媒技术而且包括媒介组织。1958年美国学者丹尼尔·勒纳 (Daniel Lerner) 在《传统社会的消逝》一书中提出了大众传播与国家发展的基本理论模式, 勒纳将大众传媒比喻成“奇妙的放大器”, 它可以增强现代化因素, 加速现代化进程。1964年施拉姆出版《大众传播媒介与国家发展》, 1962年罗杰斯出版《创新扩散》, 他们分别从传媒促进国家发展、推动创新扩散的角度论证了传媒的作用。美国学者柯克·约翰逊通过对印度两个村庄的民族志调查指出, “电视在影响乡村生活的经济、社会、政治面貌和人际关系。无论是因为电视所传递的信息, 还是因为电视这一存在本身, 电视都影

[1] 伊尼斯. 帝国与传播 [M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2013: 38.

[2] 麦克卢汉, 秦格龙. 麦克卢汉精粹 [M]. 何道宽, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000: 363.

[3] 麦克卢汉, 秦格龙. 麦克卢汉精粹 [M]. 何道宽, 译. 南京: 南京大学出版社, 2000: 378.

响了村民们的人际关系、经济决定、政治意识、参与性和世界眼光”^[1]。1969年,赫伯特·席勒出版《大众传播与美利坚帝国》,在这本批判学派的经典作品中,席勒指出:“‘美国制造’的讯息在全球传播,发挥着作为美国国家权力以及扩张主义的神经中枢的作用。”^[2]美国电子技术的创新速度和通信技术的力量,让美国信息系统的领导者们充满了自信。在大众传媒建构的权力关系中,美国的统治集团成为最终的胜利者。从发展传播学、批判传播学的论述中,我们知道传媒作为一种权力,可以被媒体组织使用,也可以被个体或国家使用。作为国家赋权的传媒是权力统治、国家发展的工具,作为个体赋权的传媒是个体现代化、个体参与政治的工具。

20世纪80年代后,随着传媒对政治生活的干预和渗透,以及全球一体化时代的到来,“街头政治”和“颜色革命”成为政治斗争的新形势。东欧剧变、苏联解体,更让人们看到了传媒巨大的舆论导向作用。萨缪尔·亨廷顿(Samuel Huntington)认为,电视机在东欧转型过程中发挥了“雪球效应”或“溢出效应”。2004年底乌克兰发生“橙色革命”后,“颜色革命”成为国际报道的关键词,格鲁吉亚的“玫瑰革命”、乌克兰的“橙色革命”、吉尔吉斯斯坦的“郁金香革命”等都成为“颜色革命”的案例。在“颜色革命”中,“官方媒体被严重边缘化,唱主角的是西方媒体、反对派媒体和‘独立媒体’”^[3]。各国政治反对派通过媒体宣传,妖魔化当权者,鼓动群众围攻政府,为反对派的街头运动制造法律基础,通过群众性的强势舆论逼迫当权者放权力。“颜色革命”就是政治派别对媒体权力的想象和争夺,当然也是利用媒体实现自我赋权的比拼。

三、社会思想史提供的技术赋权资源

传媒是人体的延伸,人体延伸的范围和程度,取决于传媒技术的更新速度。16世纪以来西方社会进入到现代性社会,传媒技术的发展是现代性社会的一种动力。马克思曾经论述过印刷技术对欧洲文明的重要意义,海德格尔认为正是电影和无线电技术消除了我们与世界的距离。伊斯兰历史学家凯伦·阿姆斯特朗(Karen Armstrong)在审视西方近代史后指出,西方现代性社会的成果主要发生在两个领域,即经济领域和认识论领域。其中认识论领域就是传播领域。阿姆斯特朗同时提醒我们现代性是一种“欧洲叙事”,现代性叙事背后隐藏着一个非常隐秘的“殖民性”议题。“殖民性是现代性的组成部分;没有殖民性也就不存在现代性。”^[4]资本主义利用现代科技实现了对时空的征服,但“在现代性修

[1] 约翰逊. 电视与乡村社会变迁 [M]. 展明辉, 张金玺, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 208.

[2] 席勒. 大众传播与美利坚帝国 [M]. 刘晓红, 译. 上海: 上海世纪出版集团, 2006: 142.

[3] 刘明, 马越舟. 大众传媒与政权更迭 [M]// 刘明. 街头政治与“颜色革命”. 北京: 中国传媒大学出版社, 2006: 292.

[4] 米涅罗. 殖民性: 现代性的黑暗面 [G]// 雷跃捷, 陈卫星. 中国新闻传播学评论. 北京: 中国传媒大学出版社, 2017: 3.



辞的后面隐藏着一个事实：为了增加财富，人的生命可以被忽略”^[1]。从这个意义上看，在资本主义社会，传媒赋权相当程度被资本抢夺，成为维护资本主义意识形态的重要工具。

以“批判”闻名的法兰克福学派，借助马克思的“异化”概念和卢卡奇的“物化”思想，对资本主义的意识形态进行了彻底批判。法兰克福在批判资本主义的时候提出了“文化工业”的概念，“他们认为文化工业的特殊功能是：既使现存资本主义社会的意识形态合法化，又能把个体整合进资本主义系统结构”^[2]。阿多诺认为科学和技术是工业社会的意识形态和统治工具，文化借助资本主义生产方式制造“虚假的需求”，它们控制和支配了人的文化消费，遮蔽了个体对自由和创新的追求。马尔库塞认为资本主义社会是一个新的极权社会，它利用技术压抑了人们内心的否定性、批判性和超越性，从而使公众变成麻木不仁、单向度的人。在马尔库塞所指的工业社会，商人和传媒共同操纵了人的精神生活，文化产品起着思想灌输和操纵的作用，“凡是其内容超越了已确立的话语和行为领域的观念、愿望和目标，不是受到排斥就是沦入已确立的话语和行为领域”^[3]。法兰克福学派所批判的现象背后，实际上就是资本和权力对技术赋权的争夺，在权力争夺中资本主义奠定了它的意识形态，强化了它的合法性。

第二节 传媒赋权与中国近代社会的自强之路

技术赋权是对特定群体的增权，技术赋权并非只是对弱者的增权，国家或机构同样可以获得技术赋权。边缘群体得到赋权会变得更加自信和强大，能够更加主动地行使自己的权利、维护自己的利益。近代以来，中国社会最大的特点是社会变迁，而传媒是社会变迁的重要力量。在社会变迁过程中，传媒既对社会赋权也对国家增权。在中国近代史上，既有知识分子利用传媒赋权实现身份转型，也有大清帝国利用技术赋权实现体制自救。传媒赋权有时是社会启蒙的工具，有时是完善体制的动力，有时是权力更迭的催化剂。社会不同力量得到的传媒赋权不同，造成各种力量在社会场域中的博弈，最终形成“国家—社会”关系的调整和切换。近代先进的中国人利用传媒赋权，实现了民族国家内部权力结构的变化，推动着中国社会不断走向自救、自强之路。

一、传媒成为知识精英向知识分子转型的工具

知识精英曾经是中国社会的“中坚”力量，是统治阶级治国的“伙伴”或“工具”，

[1] 米涅罗. 殖民性：现代性的黑暗面 [G]// 雷跃捷，陈卫星. 中国新闻传播学评论. 北京：中国传媒大学出版社，2017：6.

[2] 许正林. 欧洲传播思想史 [M]. 上海：上海三联书店，2005：247.

[3] 马尔库塞. 单向度的人 [M]. 刘继，译. 上海：上海译文出版社，1989：12.



在封建体制内他们甚至包含在“统治阶级”阵营，只不过他们是统治阶级中最底层的成员。近代社会的内忧外患，科举制度的消亡，使中国知识精英丧失了传统的制度身份，成为社会力量场域中的卑微群体或流浪书生。近代报刊的传入使知识精英得到了改变命运的机会，他们很快学习和掌握了近代报刊的运作技巧，利用报刊传播先进思想，发起社会运动，实现了知识精英向知识分子的转型。报刊让中国知识精英得到了技术赋权，他们从报刊舆论中体会到知识的力量，也从文人论政中获得了知识分子的社会权力。

中国古代的“士”有学士、勇士、方士、策士等之分，但后来演变成对知识分子队伍的泛称。孟子认为：“士之仕也，犹农夫之耕也。”（《孟子·滕文公下》）意即：士出来做官，就像农民耕种一样，都是一种本职工作。在春秋战国时期，“士”排在四民（士、农、工、商）之首，成为当时最高级的百姓。但“士”同时又是最低的贵族阶层，在漫长的中国古代史中，他们一直是统治阶级的重要组成部分。“通过科举考试，‘士’直接进入了权力世界的大门，他们的仕宦前程已取得了制度的保障。”^[1]然而，近代中国的知识分子逐渐滑向社会边缘，到1905年废除科举制度后，知识分子最终完全失去了进仕之路。

“古代知识分子从‘封建’身份中解放出来之后，虽然在精神上能驰骋于自由的王国，在现实社会上却反而失去了基本的保障，不像以前的‘士’大体上都是‘有职之人’，极少有失位之事。”^[2]传统知识分子强调仁、义、礼、智、信，他们代表着社会的良知，具有家国情怀，维护精神道统。在社会剧烈转型的背景下，他们虽然失去了传统体制的保护，但“作为基本精神价值的维护者，他们比较富于使命感和正义感”^[3]。正是这种使命感和正义感促使了他们有意识地从“士大夫”向“知识分子”转变。

近代中国社会没有西方知识生产的土壤，知识分子无法成为独立的知识生产群体，他们转而选择近代报刊来实现报国理想。鸦片战争后西方传教士将近代报刊带入中国，传教士创办的中外文报刊虽然充当了列强侵华的“马前卒”，但客观上也传播了西方的文化和科技，并使中国的知识分子逐渐认识到报刊在宣传和动员中的重要作用。传媒赋权既为知识精英带来社会力量的增量，也重构了知识分子产生作用的“社会关系”。近代知识精英置身于政治决策之外，是遭受忽视甚至歧视的群体，近代报刊的繁荣恰恰给他们提供了“参政”的机会和渠道。“现代中国知识分子抱着‘以天下为己任’的精神，企图以文章报国，符合‘立德、立功、立言’的三不朽。”^[4]从1874年王韬在香港创办《循环日报》开始，国人办报不断兴起，在维新变法运动中形成了第一次国人办报高潮。从《中外纪闻》到《时务报》，以及其他的维新报刊均以“论说”为主，进而形成了近代中国报刊的“文人论政”

[1] 余英时. 国学与中国人文 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2014: 123.

[2] 余英时. 中国知识人之史的考察 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2014: 171.

[3] 余英时. 中国知识人之史的考察 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2014: 190.

[4] 李金铨. 文人论政: 知识分子与报刊 [M]. 桂林: 广西师范大学出版社, 2008: 4-5.

特色。“梁启超身兼数职（官、学者、流亡者、报人），他象征了知识分子以报纸为突破口转换身份，试图重新进入政治舆论中心。”^[1] 梁启超曾担任《中外纪闻》和《时务报》的主编，当时只有二十出头的梁启超对新事物具有特别的敏感，“他的痛快淋漓的议论，在当时曾经打动了不少读者，因此名重一时”^[2]，成为当时“所向披靡”的改良派宣传家。传媒的力量赋权和关系赋权，使中国社会的读书人由传统的“士大夫”转变成具有舆论影响力的“知识分子”，他们吸引着中国社会的注意力，以更加灵活的姿态调动社会的精神能力，积极参与到启蒙和救亡的政治任务中去。

二、鸦片战争前后体制内精英的技术赋权之路

古代中国人信奉“华夏中心论”，中国优越地处于“天下”的中心位置，中国之外皆属藩属或蛮夷。进入中国近代史，随着传教士在华传播西方文化，西方列强对华的军事侵略，国人原本自信自强的世界观发生了动摇。随着时空观、世界观和文化观的改变，国人发现“外国已不是不值一提的化外藩邦，而是有远胜于我的长处的强国”^[3]。从资本主义的发展来看，西方列强纷纷来华侵略和掠夺，其实是资本主义全球扩张的结果。资本主义制度建立后，为了寻求国际市场、转嫁国内矛盾，必然将“海外殖民”作为重要的国家战略。中国地缘辽阔、资源丰富、市场庞大，这些优越的资源条件显然成为列强争夺的目标。清朝政府相对于它的子民来说是强者，但相对于西方列强来说却是弱者。面对国家和民族出现的危难，清朝体制内的精英形成了“实业救国”的理念，期望通过学习西方技术，提高国家的科技水平、经济实力和管理能力。

技术是一种意识形态，技术也是一种统治工具。西方列强对华侵略其实有两条战线，一条是军事征服，一条是文化侵略。伴随着西方强盗的坚船利炮，西方传教士带来了报刊宣传。当中国文化被迫遭遇西方文明的时候，中国早期的知识精英和政治精英都意识到技术赋权的重要性。知识精英呼唤国人正确对待西方文化，通过技术革新谋求中华振兴之路；政治精英则想通过技术赋权维护封建统治，抵制西方列强进一步入侵。早期精英没有独立性和自主性，他们敏锐地觉察到出版宣传的力量，纷纷通过被动或主动的方式开展文化传播，期望通过文化宣传“开明智”。早期精英的宣传任务是想唤醒清政府的现代意识，期望通过国家赋权发挥科技改造社会的作用。魏源（1794—1857）曾受林则徐的嘱托，翻译编印了4册《海国图志》（初刻于1842年），该书在系统介绍世界舆地和各国历史政制、风土人情的基础上，提出了“师夷长技以制夷”的富国强兵之策。魏源是首批“睁眼看世界”的知识分子代表，它受官僚所托进行的出版活动，是中国知识分子对“传媒赋权”的

[1] 李金铨. 文人论政：知识分子与报刊 [M]. 桂林：广西师范大学出版社，2008：2.

[2] 方汉奇. 中国近代报刊史 [M]. 济南：山东教育出版社，1981：79.

[3] 张汝伦. 现代中国思想研究 [M]. 上海：上海人民出版社，2001：117.