

• 文化研究 •

# 传播的正义——中国社会变革与传媒的发展

张晓峰, 张放

(中国传媒大学政治与法律学院, 北京 100024)

**摘要:**研究传媒与政治的关系绕不开社会政治背景。具体到中国,从建国至今,中国社会最明显的一个分水岭就是改革开放,在两个明显不同的阶段,媒体的扮演的角色也不尽相同。在毛泽东时代,媒体的功能主要是宣传党的路线方针和政策;而进入改革开放新时期以后,媒体不仅受到政治因素的制约,还受到市场和公民社会以及西方各种社会思潮的多重影响。

**关键词:**社会变革;中国传媒;社会正义

**中图分类号:**G206 **文献标识码:**A **文章编号:**1009-8860(2011)01-0033-07

研究传媒与政治的关系绕不开社会政治背景。传媒的作用始终是受到社会政治因素限制的,如果抛开社会政治因素去谈传媒的作用,我们就很容易陷入“传播的本质主义”的陷阱。<sup>[1](P71)</sup>戈尔德丁(P. Golding)和默多克(P. Murdock)指出:“大众传播研究的主要任务不是去探究媒介信息的意义,而是通过研究信息的建构和解释以及形成这些建构的语境和压力来分析社会过程”。<sup>[2]</sup>具体到中国,从建国到现在,中国社会最明显的一个分水岭就是改革开放,在这两个明显不同的阶段,媒体所起到的作用也不尽相同。

## 一、社会主义建设探索时期的媒体传播

1949年中华人民共和国成立后,社会的价值观发生了重大变化。集体利益、国家利益取代人伦亲情成为了至高无上的社会价值。<sup>[3]</sup>这

个年代,政治生活是时代的主旋律,各种各样的政治运动充斥着社会生活的各个角落。这个以“政治”为中心的年代的基本特征有以下几点:

第一,对领袖的神化和个人崇拜贯穿着这个时期。从中华人民共和国成立之日起,“伟大领袖毛主席”就成为了全国人民崇拜的偶像。这种崇拜一方面来自于毛泽东领导的共产党率领人民推翻了三座大山的统治,建立了独立、自由、民主的新中国,人民翻身做了主人。这种自豪感是一种由内而外的真实表达,这种情感的表现不仅仅体现在广大劳苦百姓身上,而且广大知识分子也都发自内心地表达了对毛泽东的崇拜和对新中国由衷的期许。<sup>[4]</sup>另一方面,经过建国后七八年的建设,中国的面貌得到了很大改观,此时党和新制度的威望是非常高的。<sup>[5](P314)</sup>这也逐渐形成了这种良好愿望基础之上对毛泽东的个人崇拜。个人崇拜也是一种双向互动的过程,在人民不停地表达对领袖的

收稿日期:2010-09-20

作者简介:张晓峰(1955—),男,陕西周至人,法学博士,中国传媒大学政治与法律学院副院长、教授,主要从事政治传播与政治社会化研究;张放,中国传媒大学硕士研究生。

崇敬时,领袖也逐渐改变了对自我的认知。这种变化的一个表现就是通过对自我权威的维护以期达到对共产党执政基础的维护,也就是说将自己的意见视作全党的决定,不容许出现不同的声音,否则被视为对党执政的质疑与否定。<sup>[6]</sup>从一个更加广阔的角度看,这种对领袖的个人崇拜与我国的政治文化传统是分不开的。有着几千年皇权传统的大众对领袖的崇拜是一种习惯性依赖,这种特质受到大众的推崇,并可能导致中国成为出现集权主义的沃土。毛泽东成为建国后人们信仰诉求的一个新的符号。

第二,突出宣传共产主义意识形态(指超越了社会主义发展阶段的意识形态)。中华人民共和国的建立,让人们对社会主义制度和共产主义的理想充满了期许。中国人民在战争时期受到帝国主义及其代言人的压迫,对以帝国主义列强为代表的“资本主义制度”深恶痛绝,加上媒体不断地对共产主义意识形态的强调和对资本主义意识形态的抨击,就在国内形成了两种意识形态不可调和的尖锐对立的政治氛围。当时的民族情感也是基于意识形态的两极对立,是一种“列宁式”的(Leninist)民族情感,这种民族情感最主要的诉求是反对资产阶级的革命(anti-capitalist revolution)。<sup>[7]</sup>这种以意识形态对立为中心的民族身份定位,在当时发挥了维护新生政权的重要作用。首先,能够充分激发人们的自豪感,使人民处于一种积极向上的状态。其次,更好地维护了中国共产党执政的合法性基础。再次,时刻保持着对西方资本主义世界的警惕。同时,共产主义意识形态也成为实行完全的计划经济的重要依据。众所周知,作为区别于资本主义经济制度的计划经济贯穿了整个毛泽东时代。不能否认的是,这种意识形态共识在实践的过程中发生了异化,成为了政治斗争和权力斗争的工具。在改革开放后,这一意识形态的社会控制功能已经多多少少失去了实际的意义,而对社会主义的重新认识已成为重塑意识形态的重要部分。

第三,这个时代是一个群众运动和群众参与的时代。由于“文化大革命”的影响,在我国近现代历史上的群众参与和群众运动在后“文

革”时代的话语建构中,成为了“集体暴力”、“群氓政治”、“民粹主义”以及柏拉图式的“平民民主政治”在中国活生生的例证。我们必须看到的是,群众路线是中国共产党的一大传统和民主决策方式,是中国共产党在革命过程中不断总结经验的基础上形成的。在1945年党的七大上,群众路线的基本精神载入了党章。刘少奇在代表党中央所做的关于修改党章的报告中进一步确定群众路线是“党的根本的政治路线”和“根本的组织路线”。<sup>[8]</sup>(PP565-568) 在建国初期,通过群众运动进行建设是非常必要的。那个年代中国需要迅速恢复生产力来增强国力。事实证明,建国初期的群众路线起到了非常好的效果,在全国人民的共同努力下,新中国的工业体系基本建立起来,人民的健康状况有了明显提高,乡村的公费医疗体系也已经初步建立。这一系列成绩都说明了正确地发动群众、走群众路线是中国共产党成功的经验之一。但在这个时期的后一个阶段,群众运动被错误地利用了,造成了“文革”这一不可挽回的历史错误。

以上毛泽东时代中国社会的三个贯穿始终的特点也规定了这个时代传媒的特点和作用。在社会主义国家中,新闻理论是以马克思主义为指导的。但马克思所强调的对真理的追求不应该受到限制的思想,<sup>[9]</sup>(P91)一方面在后来演变中逐渐成为只有党内的最高领导人才能够代表真理的错误倾向;另一方面,如施拉姆所说,这种倾向从一开始就显露出威权主义,坚定不移、明确严格地区分是非曲直,以及凭借一小部分人就能对巨大的人类行为领域做出解释的令人吃惊的信心。<sup>[10]</sup>(P93)中国的新闻理论很大程度上是从苏联继承过来的。

研究者对以苏联为代表的社会主义国家媒体的特点和作用进行了概括。施拉姆认为,大众传媒在社会主义国家有以下特点:与其他国家权力工具和党的力量紧紧结合在一起;维护国家统一和党的统一的工具;国家发布指示、党开展“揭露”的工具;几乎是专用于宣传和鼓动的工具;具有严格执行的责任。<sup>[10]</sup>(P108) 斯帕克斯指出,社会主义国家媒体不反映社会变化;政党和媒体是一体的,不会反映对政党不利的消

息;没有商业动力,在计划经济体制下生存,重要的旨趣是政党的利益。<sup>[9](PP39-42)</sup>汤森和沃马克将改革开放前中国传播系统的特点概括为三点:第一,所有信息实际上都是由中央或下级领导为了实现中央意图而批准公开传播的,几乎每一条新闻都具有准官方的性质,发布它是因为它对现行政策有积极意义;并且一种权威等级制意识渗透于该体制中。第二,意识形态及其特殊词汇具有支配性影响,通过“二级传播”途径进行扩散。第三,中国大众传播的风格特别具有教育性。<sup>[11](PP151-152)</sup>

从以上对该时期传媒特点的分析和西方学者对社会主义国家传媒特点的概括中,可以看出我国这个时期的传媒特性。即这一时期的传媒只对执政党负责,主要构成包括了各级党报党刊、党的广播电台和电视台。传播的手段以宣传为主,主要内容是围绕党的路线方针和政策来展开,包括对社会主义制度优越性的宣传;对共产主义意识形态的灌输以及对资本主义意识形态的批判;对伟大领袖毛主席的各种报道与歌颂;动员、发动和鼓励群众进行社会主义建设等。曾任《人民日报》总编辑的李庄后来对这种宣传和鼓动简明扼要的概括为“三多四大”:典型多、栏目多、观点多;气魄大、嗓门大、标题大、照片大。<sup>[12]</sup>

可以看出,媒体的这种内容结构和特性,在很大程度上将与人民大众生活密切相关的报道放在了次要地位,甚至有时被忽略。这种从战争时期继承下来的宣传传统没有根据时代的变化进行相应的改变。其原因首先和主要领导人对时代特点的判断相关。在一个仍以战争和革命为时代主题的政治背景下,传媒有时不得不将人民的利益放在国家利益之下,在特殊的情况下,绝不是满足了人民的利益就实现了国家的利益那么简单。如果国家的利益无法得到保障,人民的利益就无从谈起。在社会主义建设探索时期,对国家利益的诉求就是对人民利益的保障,这两者是一致的。但在后来的大跃进时期和“文化大革命”时期,传媒完全和领导人的声音保持一致,视真实情况于不顾,这就是传播过程中的不正义了。在当时的中国,除了政党媒体以外没有其他任何的媒体,完全没有对

舆论环境的监督,这种不正义就更加被放大。此时的党报难以发挥为人民服务的功能,进而成为政治斗争的工具,而这种斗争却通过传媒使不知情的人民群众抱着各种目的卷入一次又一次政治运动,这就是对人民的不负责任。

## 二、改革开放和中国特色社会主义建设时期的媒体传播

经过了“文革”的十年动乱和“文革”后的两年过渡,时代进入了改革开放时期。真理标准的大讨论和冤假错案的平反把毛泽东晚年的意识形态网络撕开了一条缝。从党的十一届三中全会到今天已经整整30多年了,离开了这30多年的重大变革去谈论传媒是否正义是没有任何意义的。传媒的变革已经成为30多年变革的重要部分而深深地融入了这次变革之中,尽管中国传媒业习惯以一副苦命者的姿态出现,但不能否认的是,中国传媒业在这次变革中是得到了很大实惠的,尽管不能不承认有不少缺乏竞争力、根植于旧体制下的传媒在变革中衰落。

改革开放最集中的领域是经济领域,最大的变化是引入了市场经济体制,经济体制的激活给我国整体的发展注入了巨大的活力。但较之中国经济体制改革的大刀阔斧,中国政治体制改革则是艰难行进。在看到了经济体制改革过程中产生的巨大利益后,一些政治官僚无法经受住金钱的巨大诱惑,迅速参与到经济利益的分配中去。一旦权力进入了分配领域而没有监督,一些权力拥有者就可能凭借自身的权力和新获得的财富优势控制改革的进程,从而使改革发生异化。历史证明,中国的特权拥有者的生存能力非常强,具有和任何体制结合的特性。中国政治体制领域在改革中一个明显的趋势就是一些特权拥有者在没有约束和监督的情况下直接参与了经济利益的分配。他们凭借权力和资本的天然亲和力,在利益瓜分中占据了大量的资源。这个与权力结合的既得利益者群体进一步扩大了市场化的范围,通过市场对经济体系进行控制,对于整个社会组织具有压倒性的优势:它意味着社会的管理仅仅从属于市

场。社会关系根植于经济体系中,而不是经济根植于社会关系中。<sup>[13](PP45-58)</sup>这也为改革开放过程中各种不公正的出现埋下了隐患。例如,在农村,大量的农民失去了土地;在城市,大量的国有企业职工下岗,就业岗位匮乏,大量的弱势群体被无产阶级化了。<sup>[14](PP107-118)</sup>

第二个变化就是中国在改革开放后,公民之间的收入差距越来越大,出现了不同的社会阶层。在改革开放前,中国人民的生活水平虽然不高,但是生活在一种大体平均的状态下,身边的人不管优秀与否、有权力与否,生活的差距不是很大。尽管当时也有利益集团,但总的来说社会之间的差距并不算大,人们的心态也较平和。但是随着改革的进一步加深,中国的社会阶层出现了明显分化。这个分化可以简单地概括出以下特征:一是社会精英集团凭借其政治优势和经济优势迅速崛起;二是知识分子集团开始分化,一部分知识分子抓住了时代和所从事专业带来的机遇和精英集团形成了合谋之势,而另一部分知识分子则留在了中间阶层甚至有向下滑动的趋势。社会上形成了一个中间阶层,上至部分没有提升的高级知识分子、中小企业的经理和业主、外企白领、国家垄断行业的职工,下至一般知识分子、干部、中小企业的中层管理人员、新闻从业者等等;而曾经是国家领导阶级的工人及主要盟友的农民的地位迅速下降,甚至出现了边缘化的危险;最后是生活在城市内但又被城市所排斥的边缘人群,包括从事各种犯罪活动或非法活动的人,这部分人也是社会的不安定因素。这里还想再提一下中国的中产阶级。媒体一直把中产阶级挂在嘴边,但其笔下的中产阶级更多的是一个基于消费主义的概念,更多的是从商业价值上建构出的一个具有一定购买能力的社会群体。中国的中产阶级是一个非常软弱的阶层,他们缺乏稳定和独立的政治意识,没有属于自己的价值观。中国现阶段的中产阶级诞生于一个社会失范的转型时期,这导致了其鲜明的犬儒主义和机会主义倾向。

第三,再看看知识思想界的变化。经过了20世纪80年代知识分子共同寻求自我解放和思想解放的美好时光后,知识分子出现了前述

的分化,于是各种思潮开始在中国涌现。声音最强的应该是主张市场化进程的学者的声音。这些学者大多从欧美发达国家留学归来,受到了很好的西方教育和市场化精神的培养,他们从根本上支持市场化和对政府的作用进行限制。由于他们声音的出现正逢中国社会主义市场经济体制的建立,所以观点就被放大了。但随着市场化进程中越来越多问题的暴露,单纯追求市场化的新自由主义(Neoliberalism)受到了很多人的质疑。进入20世纪90年代后的另一个变化是,我国学习欧美的学科划分,把专业划分得更加细致了。这样一来,学界出现的一种趋势就是专心做自己领域内的学问,对社会的监督和批判的社会责任感逐渐消退,演化成为了一个具有职业技能的匠人。与这个过程相伴的是知识分子的道德激情的消退,公平、正义的问题很大程度上被忽略了,而且这些是通过制度化的安排而逐渐消失的。

最后,需要指出的是,中国改革开放的合法性和正当性很大程度上是建立在对“文革”彻底否定的基础上的,但是我们却对“文革”的深入研究噤若寒蝉。正如韩毓海所言,我们的研究缺少历史态度,好像建国30年,全国人民都受害了。<sup>[15](P161)</sup>叶维丽说得更是尖锐:“历史终究是无法欠账的,越不勇于正视,就越容易导致对历史‘非黑即白’式的全盘抹杀、全盘否定。到头来,恶果还是要自己吃。”<sup>[16]</sup>很多有意义的思考不能够在国内通过正当的渠道面世,对刚刚过去的历史的遗忘会给我们带来很大的困惑。当代中国出现了很多问题,很多人又开始鼓吹“文革”中的一些做法,但是对于没有“文革”经历的人却很难对各种言论进行正确的判断,这样就会造成思想意识的混乱。这就使得执政党不得不一方面强力维护意识形态的合法地位,一方面却通过实际行动淡化意识形态,压制人们对意识形态的诉求。出现这种矛盾情况的一部分原因就是真实的历史交代不清、人们无法对过去产生正确认识而造成的。

改革开放30年社会领域的这些变化,对传媒的变化与发展具有非常重要的影响。

首先是改革开放后关于传媒研究的变化。一方面,正如赵月枝教授所指出的,当代中国传

媒研究面临着双重的理论遗产:美国的实证主义研究和传统的马克思主义研究。在当代,美国的实证主义研究更受到中国学者的青睐,其中部分原因是因为权力概念在该理论表述中的缺席及“媒体中心”和“传播本质主义”影响。美国的实证研究以“自由多元主义”意识形态的“共识”为前提,它不但有很强的社会科学色彩,而且往往在分析传播现象与过程中忽视权力问题和淡化社会历史背景。而这在某种程度上正好符合“文革”后的中国学者希望纠正学术研究过于政治化的趋势,迎合了他们希望建立学术相对独立性的要求。<sup>[17]</sup>这种实证性研究本身就是一种祛价值化的研究。另一方面,传媒学界的研究将焦点更多地集中到了传媒产业和文化产业的研究上。出现这种趋势是由于改革开放促使传媒产业有了更多的发展空间,越来越多的政策和法规有利于传媒产业的发展,全球化的趋势更是给中国传媒产业提供了一个更上一层楼的机会。面对这样一个朝阳产业,众多学者不去研究是不可能的,也是有悖于学术敏感要求的。但同时也在一定程度上反映了学界的浮躁心态。因为与产业结合的研究比较容易获得各种研究资源,而且也容易与相关的产业充分结合,获得更多的经济利益,但这种研究无疑会出现更多的利益偏向。理论研究是慢工出细活,和学术界的市场化趋势是相悖的。

其次,这一时期的中国传媒充满了商业化色彩和消费主义的冲动。在改革开放、市场经济和全球化趋势的影响下,消费主义的理念已经深深地影响了中国传媒运作的逻辑。<sup>[18]</sup>西方马克思学者马尔库塞在《单向度的人》中,就对由消费带来的人性异化进行了批判。资本制造了人们消费的欲望,使人沿着物质的方向单向度地发展。伴随着这种消费主义逻辑在中国传媒业的流行,将导致传播内容的相应变化。一是文化中的价值向度。这部分文化更多地会体现一个民族文化的价值观,而对民族文化的反思和建设,是多元文化中的中流砥柱。黄平认为多元文化如果缺乏一个基本的价值,就有可能走向文化虚无主义。<sup>[15](P16)</sup>二是文化中的左翼部分。这部分包括两个基本的内容向度,即批评文化和穷人文化。而消费主义传媒文化市

场的主流是一种相互吹捧的文化,是一种面对有消费能力人群的文化。价值向度的文化和左翼文化则与民族文化和社会正义相关,消费主义趋势的扩张必然压缩正义的空间。

再次,媒体除了受市场理念的渗入和影响外,政府和公民的诉求也对媒体产生了压力。赵月枝教授指出,作为权力的不同矢量,国家和市场力量都具有既能限制也能赋于社会表达的双重功效。这两种力量有对抗的可能,也有相互迭加而形成合力的可能。比如,国家为了迎合国内外资本利益和促进出口,可能会限制下层劳工和农民的话语权力以保持社会稳定,或者是降低工资以提高本国产品在国际市场上的竞争力。与此同时,在商业逻辑的驱动下,传媒可能因下层劳工与农民这两个社会阶层不是广告商的目标受众而忽略他们的话语表达和社会传播需求。这样一来,媒体的政治控制就可能与媒体的市场逻辑形成合力,同时压制这两个社会群体的话语权力。同样,政治控制和集团化经营的经济模式也可以在权力的集中方面相得益彰。<sup>[17]</sup>于是,中国媒体在面对国外竞争与国内限制的双重挤压下,有可能选择一条亲资本与亲权贵的“双亲道路”,逐渐成为资本利益集团和权势利益集团的代言人。媒体为谋求更加安全、舒适生存而选择“双亲”道路的现象绝非中国所特有。许多的批判研究表明,西方发达资本主义国家的媒体与财团保持着千丝万缕的联系,并在整体层面上与政府的声音保持一致。日本学者小森阳一对媒体选择的“双亲”道路给予了尖锐的批判:

大众媒体利用一整套巧妙的话语机制剥夺了民众的主体表达权利,混淆了社会成员进行价值判断的标准。……实际上留在压倒性多数人的印象中的并非是历史的事实,而只不过是透过大众传媒被大量传播而形成的社会、集体的记忆。我把这种通过操纵社会的、集体的记忆来掌握日常政治领导权的这种权力形态称为“心脑控制社会”。<sup>[19]</sup>

媒体在选择“双亲”道路的过程中,将失去公共领域的性质,失去有意义的政治辩论,失去为各阶层民众代言的职能,实现“去政治化”的

蜕变，<sup>[20]</sup>成为资本和权贵的代言人和合作者，完成“重新封建化”的过程。<sup>[21]</sup>

除了市场和国家外，公民的诉求也成为了影响传媒的关键因素。随着社会的发展，民众对自身利益的关注也越来越强，要求媒体为自己服务的呼声也越来越大。于是，媒体逐渐在市场、政府和民众之间形成的三角关系中寻求平衡。<sup>[22]</sup>网络言论表达的盛行使传统媒体在对民意的表达中所处的位置更加微妙，稍微处理不慎，就会引起民众强烈的反应和质疑，从而加重了人们对媒体正义与否的怀疑。尤其是在目前社会问题如贪污、腐败等已经深深刺痛大众神经的时候，媒体又面临着网络民粹主义、激进偏激情绪的挑战。

### 三、结 论

以上分析了建国后社会政治环境的变迁对传媒的影响。中国媒体在中华人民共和国成立后的前一时期一直受到集权政治的束缚，后一时期则受制于政治和市场两个因素，还加入了公民意见和信任度的缠绕。媒体在不断被各种因素束缚的发展过程中，难以对社会发展深层问题进行深入探讨，淡化了对民族精神、民族文化的建构，弱化了舆论监督功能，挤压了民意表达的渠道。总之，传播过程中的正义未能被充分体现出来。

如何改进这样一种局面？首先，在研究层面上，我们应该汲取戈尔丁和默多克在传播学框架中提出的建议。第一，关注传播系统控制权的不平等分配和更大背景下的财富与权力分配的不平等模式之间的关系，特别是大众传媒和社会分层的轴心——阶级结构的关系；第二，关注现有社会结构和社会不平等是如何被呈现为自然和不可避免并进而被合法化的过程；第三，彰显抗争。<sup>[2]</sup>

其次，在社会层面上要关注和积极推进政治体制改革。中国传媒业的改革和中国社会改革是同步的。中国经济体制的改革已经为中国传媒业的发展带来了很大的空间，而现在中国传媒业遇到的很多问题都和与政治体制不相适应有关。可以设想，中国政治体制的改革必然

会给传媒业一个更为宽广和自由的发展空间，而实施舆论监督本身就可以成为政治体制改革的先头兵。

再次，从主体角度强化知识分子的社会责任意识。中国传统知识分子强调的是“人世”和“兼善天下”，通过自己的所学所知实现改变社会的愿望。改革开放前，知识分子面对强大的打压，正直者选择了以死明志，更多的人要么选择了沉默，要么选择了为权力服务。改革开放后，知识分子有了更多的选择，不仅可以和政治权力结合，而且可以和经济权力结合，而国家对教育的重视和投入也为知识分子自身带来了知识权力。但知识分子地位和境遇的改变不应使其选择对社会责任逃避或淡化。萨义德认为最该指责的就是知识分子的逃避，就是转离明知是正确的、困难的、有原则的立场，而决定不予理睬，“对知识分子而言，腐化莫此为甚”<sup>[23] (P65)</sup>。传媒人应该从对社会负责的态度出发来观察世界，提供报道，记录真实，传达民意。在中国，市场化以来，都市报的出现给人带来了些许希望，但是随着过度的追逐市场，其公信力也无法令人满意。而新兴的商业化媒体，更多的是从中高端受众出发来记录社会，多了几分做作的精英气息，少了几分真诚的民间关怀。我们以为，不管是作为传媒人还是作为一个知识分子，都要敢于说真话，表达民意。

最后，媒体还应该扬弃毛泽东留给我们的遗产，即集体主义和群众路线。经历过对“文革”的反思和自我的重新建构后，集体主义和群众路线一夜之间成为了万恶之源。在“文革”结束已30多年的新的时代条件下，恢复这两者的历史本来面目也许有助于对当前问题的理解。集体主义并不只是对自我发展的一种限制，集体主义还应该更加强调自我对社会、对集体的责任意识。至于群众路线，我们也应重新审视，但是这就涉及到前文所提到的必须对改革开放前的历史进行深刻全面的认识，研究群众路线在实行过程中有哪些经验，有哪些教训，怎样在新的历史条件下转换和发扬这些经验，怎样避免其深刻的历史教训。一味的回避历史，只能使我们失去一笔宝贵的财富，这是对自己的不负责任，也是对历史的不负责任。

## 参考文献:

- [1][加]文森特·莫斯可. 传播政治经济学[M]. 胡正荣译. 北京:华夏出版社, 2000.
- [2] P. Golding, P. Murdock. Theories of Communication and Theories of Society[C]. in Cao Jin, Zhao Yuezhi ed. *The Political Economy of Communication: A Reader*. Shanghai: Fudan University Press. 2007.
- [3]王绍光,潘毅,潘维等. 共和国六十年:回顾与展望[J]. 开放时代, 2008, (1).
- [4]雷颐. “万岁”故事[J]. 炎黄春秋, 2008, (10)
- [5][美]费正清, R. 麦克法夸尔. 剑桥中华人民共和国史: 1949—1965 [M]. 上海: 上海人民出版社, 1990.
- [6]张晓峰. 晚年毛泽东失误原因的再认识[J]. 湖南科技大学学报, 2009, (2).
- [7] Wang, Chaohua. *A Tale of Two Nationalisms* [J]. *New Left Review* 32 Mar Apr 2005.
- [8]《关于建国以来若干历史问题的决议注释本(修订本)》[C]. 北京:人民出版社, 1985.
- [9] Altschull, Heibert. *Agents of Power: The Role of the News Media in Human Affairs* [M]. New York & London: Longman Press. 1984.
- [10][美]西伯特, 彼得森, 施拉姆. 传媒的四种理论[M]. 北京:中国人民大学出版社, 2008.
- [11][美]詹姆斯·R·汤森, 布兰特利·沃马克. 中国政治[M]. 南京:江苏人民出版社, 2007.
- [12]袁鹰. 我在头脑发热年代写发热文章[J]. 炎黄春秋, 2008, (11).
- [13] Polanyi, Karl. *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time* [M]. Boston: Beacon Press, 2001.
- [14]特伦斯·J·拜勒斯. 新自由主义和欠发达国家的原始积累[A]. 载[英] A. 萨德-费洛, D. 约翰斯顿 编. 新自由主义:批判读本 [C]. 陈刚等译. 南京:江苏人民出版社, 2006.
- [15]黄平, 姚洋, 韩毓海. 我们的时代——现实中国从哪里来, 往哪里去[M]. 北京:中央编译出版社, 2006.
- [16]叶维丽. 《红色大院的女儿们》后语[J]. 炎黄春秋, 2008, (11).
- [17]赵月枝. 国家、市场与社会:从全球视野和批判角度审视中国传播与权力的关系[J]. <http://academic. mediachina. net/article. php? id = 5848>. 2009-06-01.
- [18] Lieberman, Trudy. In the Beginning: From a consumer movement to consumerism[J]. *CJR*, 2008, (5).
- [19]陈多友, [日]小森阳一. 大众媒体墙与心脑控制[J]. 开放时代, 2007, (5).
- [20]汪晖, 许燕. “去政治化的政治”与大众传媒的公共性——汪晖教授访谈 [J]. 甘肃社会科学, 2006, (4).
- [21]德]尤根·哈贝马斯. 公共领域(1964)[J]. 汪晖译. 天涯, 1997, (3).
- [22] Hu Zhengrong. The Chinese Model and Chinese Paradigm of Media Studies [J]. *Global Media and Communication*, Vol. 3, Dec, 2007.
- [23][美]爱德华·萨义德. 知识分子论[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2007.

责任编辑 沈利华

## Justice of Communication

### —Chinese Social Transformation and Media Development

ZHANG Xiao-feng & ZHANG Fang

(School of Politics and Law, Communication University of China, Beijing 100024, China)

**Abstract:** The relationship between media and politics can't be studied without the background of social politics. Since the founding of China, one of the most striking divisions has been the reform and opening-up. Media has played different roles at the two different stages. During Mao Zedong's time, the role of media is to propaganda the CPC's policies and principles while after the reform and opening-up, media has not only been constrained by political factors but influence by market, civil society and various trends of thought in the west.

**Key Words:** Social Transformation; Chinese Media; Social Justice

作者: 张晓峰, 张放, ZHANG Xiao-feng, ZHANG Fang  
作者单位: 中国传媒大学政治与法律学院, 北京, 100024  
刊名: 江苏行政学院学报 PKU CSSCI  
英文刊名: THE JOURNAL OF JIANGSU ADMINISTRATION INSTITUTE  
年, 卷(期): 2011(1)

## 参考文献(46条)

1. 文森特·莫斯科, 胡正荣 [传播政治经济学](#) 2000
2. 文森特·莫斯科;胡正荣 [传播政治经济学](#) 2000
3. P.Golding,P.Murdock [Theories of Communication and Theories of Society](#) 2007
4. P.Golding;P.Murdock [Theories of Communication and Theories of Society](#) 2007
5. 王绍光, 潘毅, 强世功, 单世联, 刘昶, 白钢, 潘维, 卢晖临, 谢遐龄, 张静, 舒炜, 贺雪峰, 赵晓力, 麻国庆, 何明 [共和国六十年:回顾与展望](#) 2008(1)
6. 王绍光;潘毅;潘维 [共和国六十年:回顾与展望](#)[期刊论文]-[开放时代](#) 2008(01)
7. 雷颐 [“万岁”故事](#) 2008(10)
8. 雷颐 [“万岁”故事](#)[期刊论文]-[炎黄春秋](#) 2008(10)
9. 费正清?R. 麦克法夸尔 [剑桥中华人民共和国史:1949-1965](#) 1990
10. 费正清?R. 麦克法夸尔 [剑桥中华人民共和国史:1949-1965](#) 1990
11. 张晓峰 [晚年毛泽东失误原因的再认识](#) 2009(2)
12. 张晓峰 [晚年毛泽东失误原因的再认识](#)[期刊论文]-[湖南科技大学学报](#) 2009(02)
13. Wang,Chaohua [A Tale of Two Nationalisms](#) 2005
14. Wang,Chaohua [A Tale of Two Nationalisms](#) 2005
15. [关于建国以来若干历史问题的决议注释本](#) 1985
16. [关于建国以来若干历史问题的决议注释本](#) 1985
17. Altschull,Heibert [Agents of Power:The Role of the News Media in Human Affairs](#) 1984
18. Altschull,Heibert [Agents of Power:The Role of the News Media in Human Affairs](#) 1984
19. 西伯特,彼得森,施拉姆 [传媒的四种理论](#) 2008
20. 西伯特;彼得森;施拉姆 [传媒的四种理论](#) 2008
21. 詹姆斯·R·汤森;布兰特利·沃马克 [中国政治](#) 2007
22. 詹姆斯·R·汤森;布兰特利·沃马克 [中国政治](#) 2007
23. 袁鹰 [我在头脑发热年代写发热文章](#)[期刊论文]-[炎黄春秋](#) 2008(11)
24. 袁鹰 [我在头脑发热年代写发热文章](#) 2008(11)
25. Polanyi,Karl [The Great Transformation:The Political and Economic Origins of Our Time](#) 2001
26. Polanyi,Karl [The Great Transformation:The Political and Economic Origins of Our Time](#) 2001
27. 特伦斯·J·拜勒斯;陈刚 [新自由主义和欠发达国家的原始积累](#) 2006
28. 特伦斯·J·拜勒斯;陈刚 [新自由主义和欠发达国家的原始积累](#) 2006
29. 黄平;姚洋;韩毓海 [我们的时代—现实中国从哪里来,往哪里去](#) 2006
30. 黄平;姚洋;韩毓海 [我们的时代—现实中国从哪里来,往哪里去](#) 2006
31. 叶维丽 [《红色大院的女儿们》后语](#)[期刊论文]-[炎黄春秋](#) 2008(11)



32. [叶维丽](#) [《红色大院的女儿们》后语](#) 2008(11)
33. [赵月枝](#) [国家、市场与社会:从全球视野和批判角度审视中国传播与权力的关系](#) 2009
34. [赵月枝](#) [国家、市场与社会:从全球视野和批判角度审视中国传播与权力的关系](#) 2009
35. [Lieberman Trudy](#) [In the Beginning:From a consumer movement to consumerism](#) 2008(05)
36. [Lieberman Trudy](#) [In the Beginning:From a consumer movement to consumerism](#) 2008(5)
37. [陈多友](#).[小森阳一](#) [大众媒体墙与心脑控制](#) 2007(5)
38. [陈多友](#);[小森阳一](#) [大众媒体墙与心脑控制](#)[期刊论文]-[开放时代](#) 2007(05)
39. [汪晖](#);[许燕](#) [“去政治化的政治”与大众传媒的公共性--汪晖教授访谈](#)[期刊论文]-[甘肃社会科学](#) 2006(04)
40. [汪晖](#).[许燕](#) [“去政治化的政治”与大众传媒的公共性--汪晖教授访谈](#) 2006(4)
41. [尤尔根·哈贝马斯](#);[汪晖](#) [公共领域\(1964\)](#) 1997(03)
42. [尤尔根·哈贝马斯](#).[汪晖](#) [公共领域\(1964\)](#) 1997(3)
43. [Hu Zhengrong](#) [The Chinese Model and Chinese Paradigm of Media Studies](#)[外文期刊] 2007
44. [Hu Zhengrong](#) [The Chinese Model and Chinese Paradigm of Media Studies](#) 2007
45. [爱德华·萨义德](#) [知识分子论](#) 2007
46. [爱德华·萨义德](#) [知识分子论](#) 2007

#### 本文读者也读过(4条)

1. [刘洋](#) [中国政治与传媒六十年关系演变](#)[期刊论文]-[学理论](#)2009(19)
2. [李莉](#).[杜成会](#) [办报是党的一种重要工作方式——毛泽东新闻宣传思想学习札记](#)[期刊论文]-[湖北大学学报\(哲学社会科学版\)](#)2002, 29(1)
3. [宫京成](#) [毛泽东“行动即宣传”思想初探](#)[期刊论文]-[青年记者](#)2007(6)
4. [庞亮](#) [为全中国人民和全世界人民服务——毛泽东广播电视宣传思想简论](#)[期刊论文]-[现代传播](#)2003(6)

本文链接: [http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_jsxzxyxb201101005.aspx](http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_jsxzxyxb201101005.aspx)