

论作为“软规则”的媒介意识形态及其制度功能

潘祥辉

摘要：从制度分析的视角看，媒介意识形态是一种对于媒介的认知、理念或信仰，也可视为一种理解媒介的“心智模型”。媒介意识形态通过学习、模仿和传递得来，是媒介制度变迁中的一种“软规则”，规制着媒介形态与制度的演化。近代以来，知识精英与国人的“媒介认知”主要有三个来源：一是来自传统的媒介观念，二是来自西方的媒介观念，三是来自前苏联的媒介观念。三种媒介意识形态都曾影响媒介制度变迁中的行动主体及媒介制度安排。作为媒介意识形态的重要组成部分，媒介知识的供给在媒介制度变迁中显得异常重要，当媒介知识供给的曲线发生变化，媒介制度安排也随之变化。

关键词：软规则；媒介意识形态；媒介认知；制度变迁

作者简介：潘祥辉，男，副教授，博士。（浙江传媒学院 新闻学院，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-6552 (2011) 02-0021-06

媒介制度是支配媒体运行的一系列成文或不成文规则的总和。它从属于更大的社会制度系统。媒介制度变迁是媒介制度系统的更替过程，通常受到社会系统的制约。但在研究媒介制度变迁时，绝大多数人只看到政治、经济、法律或技术等“硬规则”对媒介制度的影响，不论是马克思对经济基础的重视，还是麦克卢汉对媒介技术的重视，亦或法兰克福学派及传播政治经济学派等对政治经济因素的重视等，都着眼或强调影响媒介制度变迁的“硬”的要素。英国大众传播学者麦奎尔说：“传播体制具有不同寻常的特性，关键在于它的行动无法摆脱经济和政治的影响，并且非常依赖技术的不断变化。”^[1]麦奎尔看到了影响媒介体制运行的多个维度，但同样忽视了政治、经济及技术等“硬”规则以外的“软规则”对媒介制度变迁的影响。实际上，除了“硬”的规则，关于媒介认知的知识存量和意识形态等“软规则”也对媒介制度的变迁起着重要的影响作用。所谓“软规则”，是指不同于政治、经济、法律等成文制度的规则系统，而是一种通过长久的文化积淀、理念传承而形成的共同的价值取向。^①可见，“软规则”与“潜规则”有所不同，“潜规则”相对于“显规则”而言，指的是正式条文之外的一种制度或规则，是对不能够自我实施的正式制度起着替代作用的制度集合。^[2]而“软规则”则相对于“硬规则”而言，表现为一种存在于个人头脑或社会头脑之中的道德、知识或意识形态。从制度分析的角度看，关于媒介的知识与观念就是媒介制度变迁中的一种“软规则”，构成了对媒介制度变迁的一种软约束。探讨媒介意识形态与媒介制度变迁的关联，可以发现“软规则”在规制中国媒介制度变迁走向中的作用与功能。

一、意识形态及其在制度变迁中的功能

“意识形态的变更是制度变革的主要因素。”^[3]制度分析学者在解释制度变迁时特别强调集体行为中共享的价值、意义及人们的习惯的重要性。在他们看来，制度不仅包括正式规则、程序和规范，而且

^① 笔者目前所见，“软规则”一词最早由国家行政学院汪玉凯教授提出，汪玉凯教授认为，“规则”的内涵涵盖了技术标准、政治规则、经济规则、社会规则等多个层面，其中的政治规则、经济规则可以称之为“硬规则”，而社会规则中的道德规范则可以称之为“软规则”；此外，甚至还包括不成文但却被某一特定群体默许的“潜规则”。参见袁元：《中国渐入“规则”时代》，《瞭望》新闻周刊，2007年10月。

还包含着为人类行动提供“意义框架”的象征系统、认知模式和道德模板。制度影响、制约甚至决定行为的方式在于为特定社会化过程中的角色提供了某种内在化的“行为规范”和认知模板,即指明行动者在特定情景下把自己想象和建构成何种角色。^[4]这种“意义框架系统”即意识形态。

尽管对“意识形态”一词不同的人有不同的理解,但从制度分析的视角看,意识形态既可以是关于一组信念的实证性的判断,也可以是对这种信念的好坏的价值性判断。关于实证性判断的意识形态相当于我们所说的“客观知识”或说“客观规律”,它通常以“知识”或“文化遗产”的方式存在,这种“客观型”的意识形态其制度功能即在于“节约个人有限的时间和精力,降低决策成本”,我们尊重知识,尊重真理可以大大节省我们决策的成本。而“对于信念好坏的价值性判断”是一种主观观的“意识形态”,是对什么是好,什么是不好,什么是合适的,什么是不合适的一种主观判断,其制度功能在于“弱化不同主体对什么是公平、正义的看法的分歧,从而降低人们的协商成本等交易费用。”^{[5](334)}

在制度学派看来,意识形态本身是一种非正式的制度安排,它通过价值观、态度、习惯等,影响人们制度创新行为以及正式制度安排的判断、理解与支持。林毅夫则认为意识形态之所以具有支配人们行为的作用,因为它能降低虔诚的机会成本。张旭昆认为,意识形态之所以支配人们行为的作用根本原因在于它使人们形成利益预期,使人们感到,若按照意识形态的指导去行动,迟早会给自己带来利益。^{[5](345)}当然,意识形态一方面能够降低制度系统维持和演化中的各种费用,另一方面也会阻碍抵制或扭曲制度系统的演化。作为一些在既得利益下形成的信念,尤其可能发挥这种抑制作用或扭曲作用。因而当代制度经济学把这类意识形态称作“礼仪性观念”。^[6]正统意识形态总是倾向于对那些由于知识进展所导致的新行为模式(新制度的萌芽)采取压制态度。因而我们看到,“思想的解放”总没那么一帆风顺,它会受到传统意识形态的束缚与压制,而意识形态上的束缚会传导到制度变迁实践中来,因而制度改革总要伴随着思想观念的解放与突破。

二、媒介意识形态的功能及其演变

参照对意识形态的理解和定义,笔者将“媒介意识形态”定义为一种对于媒介的认知,即对媒介是什么,什么样的媒介是好媒介等关于媒介的事实判断与价值判断的总和。这种认知往往是媒介制度形成和运作的基础。有什么样的媒介认知,就有什么样的媒介制度安排。例如,近代以来,西方的报纸、电影和广告等媒介机构大部分依然是私有并最低程度地受政府调节,但广播与电信却是例外,这和西方国家对于不同媒介形式的认知不同有关。在欧洲,许多人认为,由于技术上的特点,广播、电信等新的媒介系统是天生的专营事业,因为单独一个经营者比互相竞争的公司更有可能优化经济效益和社会利益。欧洲人对广播电视的认知强调其政治上的民主性,政府出于社会目的可以对媒介进行干预的观点获得了广泛认可,并以不同的方式得以制度化。在欧洲,提供这种通用服务的任务被交给了国有国营的垄断邮政、电报、电话组织。公共广播电视体制和电讯政策就是在这样一种认知下演化出来制度形式,由于有“共识”的存在,它能够得到实施。相反,如果公众对于媒介的认知和媒介的制度安排不一致,那么这种制度要么难以出现,要么难以执行。媒介意识形态在媒介制度演化中起着重要作用。

那么,这种对于媒介的认知从何而来?又是如何发生演化的?蒙扎维诺思和沙瑞克(C. Mentzavinos and Syed Shariq)的研究表明,个人或社会通过“学习”、“模仿”与“传递”形成“共享心智模型”。共享心智模型的演化通过外在符号的代际传递和实践知识模仿的传递发生。一般地说,当共享心智模型在长期内保持稳定,就会产生认知上的路径依赖,进而造成制度的路径依赖。^[7]

媒介意识形态也是通过这种“学习”、“模仿”和“传递”得来的,它也可以理解为一种关于媒介认知的“心智模型”,当这一心智模型保持稳定时,媒介制度就保持稳定,当这种认知模型发生变化

时，媒介制度就可能发生演化。这种“媒介意识形态”的演化在中国媒介制度变迁中的作用非常重大。通过媒介意识形态的传播和学习，中国的知识分子的心智模式发生了演化，成为推动中国媒介制度变迁的重要力量。

近代以来，中国人的“媒介认知”主要有三个途径：一是来自传统的媒介观念，二是来自西方的媒介观念，三是来自前苏联的媒介观念。这三种意识形态都曾影响媒介制度变迁中的行动主体，当某一种“共识”形成时，它就表现为一种制度安排，当“共识”发生变化时，媒介制度安排也会不稳定。这即青木昌彦所讲的制度即共识均衡的原理。媒介意识形态在媒介制度变迁中的作用机制可通过图1表示如下：

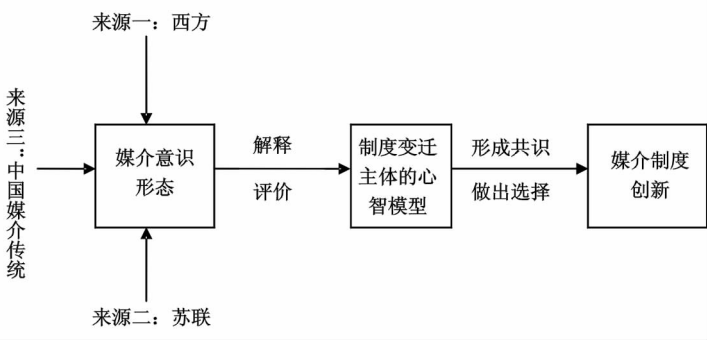


图1 媒介意识形态在中国媒介制度变迁中的作用机制

在中国媒介制度变迁的历史进程中，影响媒介制度安排的意识形态在各个时段有不同的表现。晚清时期影响中国媒介制度安排的除了传统的意识形态外，主要是西方（包括日本）的自由主义媒介意识形态，这是因为西方传教士多来自欧美，早期的媒介样本也多出自欧美商人或传教士之手，因而欧美的媒介观念逐渐占据主导地位，先进的知识分子无不受到这种媒介意识形态的影响。到民国成立，西方自由主义的媒介理念已深入人心，并且终于转变为一种制度性的安排，“出版自由”写进了《中华民国临时约法》。尽管这种制度性安排是不稳固的，但整个民国时代，自由主义的媒介理念始终占据主流，尤其在知识分子那里，普遍接受的都是自由主义的媒介意识形态。但此时正值政党政治在中国兴起，政党媒介及其意识形态也因此出现。国民党从苏联和法西斯德国那里借鉴了媒介意识形态，鼓吹以党治国和党营媒介理论。中国共产党则从苏联引进了共产主义的意识形态，宣传媒介即党的喉舌和阶级斗争的工具。因此，民国的媒介意识形态是个多元的光谱，但主流的媒介意识形态还是自由主义的，因为绝大多数知识分子都把“媒介是公器”、“媒介是启蒙和监督权力的工具”作为信仰的，没有这种信仰，难以想象会有《大公报》这样的报纸出现。

1949年解放以后，民国时期的多元的媒介意识形态消失，苏联的媒介意识形态（即党报理论）占据绝对的主导地位，西方自由主义媒介意识形态被拒之门外，成为批判的对象，被“驱逐”出了知识分子的“心智模型”，社会主义的计划宣传体制得以维持和运行与这种认知模型的改变不无关系。直至1978年后，西方自由主义的媒介意识形态才重新传入中国，各种西方的理论经过翻译和其他交流形式再一次在中国传播开来，成为中国人形塑媒介观念的重要理论来源。尽管西方的媒介意识形态仍然受到正统媒介意识形态的批判，在媒介体制层面它也尚未发生作用，但在媒介经营领域，西方的媒介意识形态已在从业人员的“心智模型”中占据了主导地位，成为媒介“做大做强”的指导思想，“言必称欧美”已成为今天媒介经营者的一种“共识”甚至“下意识”，显然，这种意识形态的演化会传导到媒介制度层面的演化。

新千年以来，中国传统的马克思主义的意识形态较之以前在淡化，市场自由主义正在兴起。与此同时，民族主义、保守主义、消费主义与犬儒主义等意识形态也在中国迅速发展。在当代中国，这些意

意识形态既充满矛盾和斗争,又并行不悖,成为指导人们行为方式的理论基础。显然,当代中国出现的这些意识形态不可避免地要传导到媒介上来,它通过影响受众和媒介从业人员的认知与行为最终能够作用于媒介制度的变迁。有论者认为,中国媒介的“市场化”这一改革过程给中国媒介带来了混合的意识形态,充满了矛盾的身份、认同、形象和主体性。中国媒介“已成为意识形态竞争和意义重建的场域,既有共产主义的革命话语,也有市场化的实用话语。用威廉斯(Raymond Williams)的语言来说,这就是主流意识结构(dominant structure,即共产主义强调革命先锋队的宣传)、剩余意识结构(residual structure,即传统儒家强调士大夫的道德责任)以及新兴的意识结构(emerging structure,即符合市场逻辑的媒介专业主义)的斗争与调和。”^[8]这种媒介领域意识形态的斗争与调和是转型期中国社会意识形态多元化的一种表征。这种“多元”的意识形态在转型期的中国社会可能长期存在。“许多国家的历史表明,高度集中的国家权力以及对公共领域的政治控制,可以与消费主义、民族主义的意识形态以及市场导向的公共领域长期共存、并行不悖。”^[9]这种复杂的意识形态光谱对中国的媒介制度变迁的影响也将更加复杂。

三、媒介意识形态的生产与媒介制度变迁的关联

从知识社会学的角度看,媒介意识形态实际上也是一种“集体性知识”。这种“集体性知识”来源于社会时代和社会集体,它能够影响媒介制度的变迁。马克思说:“意识的存在方式,以及对意识说来某个东西的存在方式,这就是知识。知识是意识的唯一行动……知识是意识的唯一的、对象性的关系。”^[10]马克思的这种论断开启了后世的知识社会学研究。在知识社会学看来,知识是有着社会功用的,它既受制于一定的社会经济条件,同时又制约着社会的发展和演变。这一点在奥地利学派的经济学家那里也得到了呼应。在哈耶克看来,社会科学知识是制度变迁的重要条件。只有当一个社会的社会科学知识达到一定的积累水平,制度变迁才可能发生。拉坦(1978)将制度变迁供给曲线的移动归于社会科学和有关专业知识的进步以及政治家、官僚和企业家等在日常活动中所实施的创新努力,从而构筑了一个初步的供给模型。

作为媒介意识形态的重要组成部分,媒介知识的供给在媒介制度变迁中显得非常重要,它决定了我们对媒介的认识,对不同媒介制度安排的认识,不同的认识会导向不同的制度选择。这种媒介知识与媒介意识形态的供给主要通过学校的教学,媒介学术研究,媒介书籍及媒介学术期刊的出版等途径进行积累、传播和扩散。从事媒介教育的教师及媒介研究的学者在媒介制度变迁中的作用由此体现,这种作用主要表现为供给“专业知识”和“媒介意识形态”以形成某种“共识”,进而影响制度变迁中的行动者,扩大制度选择集合。

我们可以考察一下媒介知识的生产和传播与媒介制度安排之间的关系。新闻学教育和研究作为媒介知识和媒介意识形态的主要供给渠道之一,在晚清、民国、解放后等不同历史阶段的媒介制度变迁中都发挥了重要作用。当新闻教育与新闻学术研究发生转向时,媒介知识供给的曲线发生变化,媒介制度安排也随之变化。

中国的新闻学教育和新闻学研究始于20世纪初,在中国新闻学术史上,最早介绍西方报业知识的是西方传教士。随后,中国早期资产阶级改良主义思想家先后发表了一批有关办报活动的文章,但传教士也好,改良思想家也好,他们的引介都没有上升到新闻学理论的高度,也不够系统。直到松本君平的《新闻学》和美国人休曼《实用新闻学》被引入中国后,正式标志着自由主义新闻思想在中国的落地。稍后徐宝璜的《新闻学》、邵飘萍的《实际应用新闻学》以及戈公振的《中国报学史》、任白涛的《应用新闻学》、黄天鹏的《新闻与新闻记者》等著作,我们既可以看到王韬、梁启超等辈自由主义思想的延伸,更可以看到西方自由主义新闻思想的借鉴与发挥。^[11]

中国现代新闻学教育深受西方特别是美国新闻学教育的影响是毫无疑问的。1917年,北京大学开

设了中国第一门《新闻学》课，任课教师是留美研习 journalism 的“海归”徐宝璜。1918年，中国第一个以“灌输新闻知识，培养新闻人才”为宗旨的新闻教育机构成立，即北京大学新闻学研究会，这是中国第一个系统讲授新闻课程、集体研究新闻学的团体。其所教的新闻理论以欧美为主。研究会的主要导师是徐宝璜和邵飘萍，其新闻理念是秉持自由主义理念的。继北京大学新闻学研究会之后，1922年，自由主义报刊理论家任白涛在杭州创立中国新闻学社，同年黄天鹏等在北京创立中国新闻学会；1924年，戈公振等发起成立上海新闻记者联欢会……一系列的新闻学术团体涌现；继北京大学首创新闻学系之后，一大批新闻院系应运而生，一大批具有自由主义倾向的新闻学者登上了讲坛。据《中国新闻事业简史》统计显示，这一时期，全国有12所大学先后设立了报学系科，如平民大学报学系，燕京大学报学系，圣约翰大学报学系，复旦大学报学系，上海沪江大学、大夏大学、光华大学等都开设了报学系。这一时期的新闻学术成果也颇为丰富，据不完全统计，仅1922至1927年之间，出版的有影响的新闻学著作和译著约16种，除徐宝璜、邵飘萍、任白涛、戈公振等外，主要还有伍超的《新闻学大纲》、蒋裕泉的《新闻广告学》、蒋国珍的《中国新闻发达史》以及戈公振翻译的美国学者开乐凯的《新闻学撮要》等。

新闻教育与新闻学术研究是媒介知识生产与传播的主要渠道。从民国年间的新闻学教育来看，其新闻思想体系是欧美式的，其教材也多译自欧美或日本，其教育模式与欧美相象，教师多为新闻界的名记者或名报主笔，与西方新闻界的联系非常密切，如燕京大学报学系受美国新闻界和新闻教育界资助，与美国密苏里新闻学院保持着密切的联系，其系主任就是美国人白瑞华。上海圣约翰大学报学系聘请了《密勒氏评论报》的主笔毕德生兼课，1924年成立报学系后由美国人武道任系主任，可以看出这一时期中国的新闻教育是紧跟欧美的。

这样，通过西方媒介著作的翻译，西式新闻教材的引进及具有西方新闻自由主义理念的新闻教师的传教，民国年间中国建立了一个西方欧美式的新闻教育体系。这种教育体系的建立对民国年间中国媒介制度的变迁非常重要，因为这意味着从事新闻媒介制度变迁的主体——报人，其新闻理念与媒介认知更多的是受到欧美式的新闻理念与操作手法的影响，这种教育体系为青年学生供给的是一种西方新闻专业主义的意识形态，这种媒介意识形态上的“输入”与“传播”对中国媒介制度变迁无疑有着巨大的影响。“理念指导行动”，在争取媒介自由的过程中，因为有这样一套新闻理念的支持，媒介人才显得无所畏惧，争取媒介自由的斗争才显示出其合法性与合理性。

1949年以后，作为媒介知识生产和传播主要渠道的新闻教育和新闻学术研究实现了“转向”：从师从欧美转而师从苏联。苏联的党报理论成为统治新闻界的唯一的合法的“媒介意识形态”。通过“强制性制度变迁”，国家主导了媒介知识的生产和传播。解放后，政府对旧新闻教育机构进行了整顿与清理。对他们的办学方针和教学内容进行改造，取消原有的政治课，开设马列主义政治理论课，改革新闻学专业课程内容，学习无产阶级新闻观点，对教师进行思想改造，在提高认识的基础上，按照党和人民的新闻事业的要求，重新安排讲授内容，同时抽调部分具有实际工作经验的党的新闻工作者到新闻教育机构任教。通过这种方式，实现新闻教育与新闻意识形态的转型。1952年全国高等院校统一进行院系调整，进一步加强政府对新闻教育的领导和有计划的发展。此时的新闻理论与教材编写也实现了从欧美到苏联的转型。开始编写了一些以马克思列宁主义为指导的内部教材，翻译出版了一批苏联的新闻学书籍。这一时期的新闻理论刊物如人民日报社的《新闻工作》，复旦大学的《新闻学译丛》大都致力于总结我党新闻工作经验及翻译苏联的新闻工作的经验。大量和苏联新闻工作理论与实践相关的文章被翻译过来。1954年至1955年，人民出版社翻译出版《联共（布）中央直属高级党校新闻班讲义汇编》第一、二集和苏联国家政治书籍出版局编印的《布尔什维克报刊文集》，这三本书共计140多万字，成为我国新闻工作人员和大学新闻系学生的学习用书。^[12]

如果说媒介是制造共识的，媒介研究与媒介教育就是制造“关于媒介是什么和应该是什么”的

“元共识”，它是一种关于媒介的“元认知”，这种“元认知”一旦在媒介社区形成“共识”，它肯定会影响到媒介的运行及制度安排。1978年以来，从新闻教育的课程设置、教材编写到媒介研究者的学术研究比之前开放了许多，自由了许多。非苏联体系的媒介知识与媒介意识形态被引入了大学课堂，对中国的媒介改革起着积极的作用。以20世纪80年代从西方引进的传播学为例，短短10年，各种传播学专著、译著就大量涌现，并迅速通过大学教育渠道向新闻业界扩散，成为影响中国媒介制度变迁的新的“存量知识”。媒介研究领域的这种“弃苏师美”可以从传播学的著作与译著的数量看出来，张健康统计了20世纪80年代以来中国大陆传播学专著、译著出版情况，在所有统计的68种新闻传播学译著中，以美国的译著数量最多，共计50种，占译著总量的73.53%，居于其次的是英国，第三位是加拿大，第四位是日本，而从前苏联翻译过来的只有一种。^[13]2003以后出版的传播学译著数量更多，且几乎都来自欧美。^[14]

这种学术上的“转向”意味着新时期媒介知识生产和传播重新和西方国家接轨，这一趋势显然将对中国媒介演化产生影响。尽管如此，我们也应当看到，苏联植入的体制壁垒仍然存在，媒介教育及媒介研究仍然受到教育体制和学术体制的约束。在现有的教育体制与学术体制的安排下，媒介教育、学术研究和媒介业务一样，面临多重约束，呈现出一种分裂和矛盾的特征，这显然制约了大学作为媒介知识的生产与传播中心的影响力。这种媒介知识的生产与传播曲线无疑也会通过一定的传导机制反映到媒介制度变迁的曲线上来。随着中国新闻教育的日益开放和多元，规制中国媒介制度变迁的媒介意识形态也将更具开放性和多元性。

媒介意识形态作为一种规制媒介制度变迁的“软规则”，是通过影响社会共同体的社会共识与制度创新主体的理念实现的。现实生活中的人、意识形态、知识与传统处在错综复杂的相互关系中。“从一方面看，人是意识形态和传统的创造者，从另一方面看，人又是意识形态和传统的创造物。”^[15]媒介意识形态同样既是一定社会传统的产物，又是一定社会精英或团体创造的结果，媒介意识形态作为一种“软规则”，在媒介制度变迁的历史进程中，有利于形成社会共识，节约社会行动的成本，对中国媒介制度的变迁起着一种隐性规制的作用，具有其独特的制度功能。

参考文献：

- [1] 丹尼斯·麦奎尔. 麦奎尔大众传播理论[M]. 北京:清华大学出版社,2006:159.
- [2] 潘祥辉. 论中国媒介转型中的“潜规则”及其制度根源[J]. 现代传播,2010(2):8-13.
- [3] 思拉恩·埃格特森. 新制度经济学[M]. 北京:商务印书馆,1996:69.
- [4] 何志俊等. 新制度主义政治学译文精选[M]. 天津:天津人民出版社,2007:59.
- [5] 张旭昆. 制度演化分析导论[M]. 杭州:浙江大学出版社,2007.
- [6] Paul D. Bush. The Theory of Institution Change[J]. Journal of Economic Issues, Vol. XXI. 1987(3).
- [7] 宗兆昌. 经济学中的人类观念和对观念的经济学分析——对诺思意识形态理论的补充[J]. 江海学刊,2000(4):19-26.
- [8] 李金铨. 中国传媒研究、学术风格及其他[A]. 王永亮. 传媒精神——高层权威解读传媒[C]. 北京:中国传媒大学出版社,2005:461.
- [9] 麦康勉(Barrett McCormick). 中国媒体商业化与公共领域变迁[J]. 二十一世纪,2003(6).
- [10] 马克思. 马克思恩格斯全集(第42卷)[M]. 北京:人民出版社,1979:170.
- [11] 张育仁. 自由的历险——中国自由主义新闻思想史[M]. 昆明:云南人民出版社,2004:286.
- [12] 方汉奇. 中国新闻事业通史(第3卷)[M]. 北京:中国人民大学出版社,2004:111.
- [13] 张健康. 论中国大陆传播学的引进、发展与创新[J]. 徐州师范大学学报,2003(2):11-17.
- [14] 陈力丹. 中国传播学研究的历史与现状[J]. 国际新闻界,2005(5):20-23.
- [15] 俞吾金. 意识形态论[M]. 上海:上海人民出版社,1993:359.