

The Publicity of Broadcasting: Theoretical Origin, Academic Predicament, and Survey Logic

Ai Huang

Communication University of China, Beijing
Email: qhha18@126.com

Received: Apr. 15th, 2013; revised: May 6th, 2013; accepted: May 30th, 2013

Copyright © 2013 Ai Huang. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Abstract: Based on the theoretical origin of the publicity, the paper interprets Habermas' Bourgeois Public Sphere Theory and its limitations, Nancy Fraser's Pluralistic Public Sphere Theory and its theoretical premises and practical significance. By studying the current academic predicament of Broadcasting Publicity, the paper proposes the research logic that, with the historical perspective and dynamic vision, the research studies on Broadcasting Publicity in China's macro social background and specific historical context. It explores the new development of Broadcasting Publicity with the combination of national structure and political operation, avoiding the ignorance of media environment, institution and specific context in China's reality and the limit view of broadcasting publicity by inflexibly applying the theory of Habermas.

Keywords: Broadcasting Publicity; Public Sphere; Habermas; Nancy Fraser; Pluralistic Public Sphere; Survey Logic

广播电视公共性：理论溯源·学术困境·考察逻辑

黄艾

中国传媒大学, 北京
Email: qhha18@126.com

收稿日期: 2013年4月15日; 修回日期: 2013年5月6日; 录用日期: 2013年5月30日

摘要: 基于“公共性”的理论溯源, 本文阐释了哈贝马斯“资产阶级公共领域”理论及其局限性, 分析了兰茜·弗雷泽建构“多元公共领域”的理论前提以及现实指导意义; 由此进一步探讨了当前研究“广播电视公共性”的学术困境, 并提炼出“广播电视公共性”的考察逻辑: 以历史视角和动态眼光为逻辑起点, 将中国广播电视的公共性放置到中国宏观的社会背景和具体历史语境中考察; 结合国家结构和政治运作方式, 力求避免脱离中国现实的媒介环境、制度环境和历史语境而机械套用哈贝马斯的相关论述对广电公共性进行管窥蠡测, 以此探索广电公共性发展的现实路径。

关键词: 广播电视公共性; 公共领域; 哈贝马斯; 兰茜·弗雷泽; 多元公共领域; 考察逻辑

1. 引言

纵观建国以来中国广播电视发展史, 广播电视的功能与作用伴随社会的变迁不断发展, 广播电视公共性的生成与演变也伴随着时代的变化而演变。追溯至

中国最早的无线电广播事业, 无线电广播在抗日战争、人民解放战争中发挥着极其重要的作用, 其公共性孕育于中国早期的广播事业之中。上世纪五六十年代周恩来大力提倡建设“农村广播网”, 广播事业在

农村蓬勃发展起来；1958年，我国首家电视台——北京电视台试播，随后刘少奇提出大力发展中国的电视事业；总之，从新中国成立到全面进行社会主义建设，在某种程度上，广播电视的公共性是以“人民性”的方式得以实践。1978年改革开放伊始，中国电视业亦开启了改革之路。伴随着电视业发展与成熟，电视也逐渐呈现政治性、商业性和公共性多重属性的嬗变。

博览广播电视的诸多文献，关于“广播电视公共性”的研究虽不胜枚举，然而乏善可陈。绝大多数探讨“广播电视公共性”的研究，都是基于广播电视节目的内容进而分析广播电视的公共性。如卢迎安的博士论文《当代中国电视媒介的公共性研究》，就是通过分析《新闻联播》、《焦点访谈》、《新闻调查》、《实话实说》、《东方时空》、《社会能见度》和《一虎一席谈》等央视和凤凰卫视中重要电视栏目，从焦点事件报道入手，分析电视媒介呈现的公共性。然而，“广播电视的公共性”是否即话语的“公共空间”或“公共领域”的另一指称？“公共性”与“公共领域”又有着怎样的逻辑联系？下面，本文将从“公共性”这一基本概念开始溯本清源，逐一探讨“公共性”和“公共领域”的意涵、研究“广播电视公共性”的现实困境以及考察逻辑。

2. “公共性”的理论溯源

关于公共性的探讨最早可以追溯至古希腊时期亚里士多德对雅典城邦国家的论述，典型的公共领域是作为雅典市民集合地点与辩论场所。汉娜·阿伦特、哈贝马斯、汤普森、兰茜·弗雷泽等学者都对“公共性”有过经典论述，然而，具体而言，哈贝马斯、兰茜·弗雷泽的观点与本文的研究议题更为密切，因而以下重点探讨他们关于“公共性”的思想。

2.1. 哈贝马斯的“资产阶级公共领域”及其局限性

论及“公共性”自然绕不开哈贝马斯关于“公共领域”的表述。在《公共领域的结构转型》一书中，哈贝马斯系统地阐述了他的这一观点。他认为“公共性”并非事物与生俱来的属性，只有当公众在公共领域中就普遍利益问题进行公平、平等和理性的协商，形成公共舆论，公共性才能实现^[1]。因此，在某种严格意义上，公共领域是公共性发挥的场域，是公共性

得以实现的载体，公共性则是公共领域的核心理念，具有公共性的社会领域就称为公共领域。

在“传媒公共性”这一问题上，哈贝马斯认为大众传媒时代并不存在理想中的公共性。他说：“到了大众传媒领域，公共性的意思无疑又有所变化，它从公众舆论所发挥的一种功能变成了公众舆论自身的一种属性，而这种公共性充其量只能称之为虚假的‘公共性’”^[2]。在这一点上，汤普森有不同的见解。他认为现代传媒不是摧毁而是重构了公共领域，现代传媒技术的发展解构了媒介内容的空间化、本地化和对话性，以去空间化(de-spatialized)、去本地化(non-localized)和非对话性(non-dialogical)^[3]的方式得以呈现，因而传媒技术的革新为传媒内容的广泛传播创造无以复加的优势。在这一意义上，现代传媒重构了公共性。不难发现，汤普森所指的“公共性”更多着墨于媒介内容的公开性，却无论如何也脱离不了“媒介技术决定论”的嫌疑。

值得注意的是，哈贝马斯关于“公共领域”的论述带有一定的历史局限性。在《公共领域的结构转型》一书的开篇序言中，哈贝马斯明确指出：“本书的目的是分析‘资产阶级公共领域’”，“我们认为，‘资产阶级公共领域’是一个具有划时代意义的范畴，不能把它和源自欧洲中世纪‘市民社会’的独特发展历史隔离开来，使之成为一种理想类型，随意应用到具有相似形态的历史语境当中。正如我们所要阐明的，17世纪后期英国和18世纪的法国才真正有‘公共领域’可言。因此，我们把‘公共领域’当作一个历史范畴加以探讨。”(Habermas J., 1999)。然而，我国学者在引述“公共领域”这一概念时，却往往忽略了历史前提，将其从特定的“资产阶级”历史语境中抽离出来直接套用于中国现实。

2.2. 兰茜·弗雷泽的“多元公共领域”

女性主义哲学家弗雷泽(Nancy Fraser, 1992)注意到，作为西欧资产阶级公共领域基础的俱乐部和自愿协会网络并不像资产阶级所宣称的那样，对每个人都予以平等开放。“相反地，那里是资产阶级男人阶层的操练场和最终的权力基础，这个阶层已经把自己看成是一个‘普遍阶级’并准备声称由他们进行统治的合适性”(1992, 114)^[4]。兰茜·弗雷泽认为，西方资产阶级公共领域在自身构成中便内化了“排斥”过程，

且这种排斥很明显地表现在性别、阶级和种族等方面，尽管它大力吹嘘自身的公共性和可接近性(accessibility)。在此基础上，弗雷泽旗帜鲜明地提出，建立“后资产阶级公共领域”必须包括以下几个前提：

首先，一个充分的公共领域概念不仅仅是“括出”不平等地位，而是需要消除社会的不平等(Fraser, 1992: 136)。弗雷泽之所以提出这一前提，是因为她认定自由市场资本主义不会导致社会经济的平等，某种政治管理下的经济重组和重新分配以达到参与性平等就有了必要性。因此，把经济问题“私有化”，并把它列入国家干预范围之外的种种努力，“是阻碍而不是促进建立在公共领域概念之上的充分、自由的讨论”(Fraser, 1992: 133)。因此她认为，新自由主义的经济议程与民主公共领域的发展是对立的。其次，对于一个分层的社会来说，较为理想的状况是培育多种多样相互竞争的多元公共领域复合体，从而把公共领域理解为一个“不同公共群体之间的文化和意识形态争鸣和谈判的结构性设置”(Nancy Fraser, 1992: 125, 引用 Geoff Eley, 1992)。这一逻辑不仅强调了利益和背景的多样性，而且对公共话语之间互动与对话的可能性提出了建设性设想。再次，公共领域必须包括那些被资产阶级男性意识形态界定为“私人的”和不被他们所承认的利益和议题。依循这一逻辑，一个民主的“公共领域”必须允许强势和弱势公共群体的同时存在。而且，它不必以国家和市民社会的决然分离为先决条件^[4]。

如前所述，弗雷泽虽然指出了哈贝马斯“公共领域”的局限性，在理论高度上有所提升，但她也并没有完全摒弃“公共领域”这一资产阶级统治意识形态建构，而在此基础上提出建立“后资产阶级”民主公共领域。弗雷泽在思想贡献在于，她不仅在新的历史研究揭示了“资产阶级公共领域”特有的排他性，而且也注意到了“资产阶级公共领域”与工人阶级公共群体、农民公共群体、民族主义公共群体和精英女性公共群体之间的冲突。这些被弗雷泽称之为“底层反向公共群体”(subaltern counter-publics)从一开始就与资产阶级公共领域的排他性规范相对立^[4]。

毋庸置疑，弗雷泽“多元公共领域”的思想对于分析“广播电视公共性”，既有理论指导意义也有现实针对性。纵览诸多关于“广播电视公共性”的研究，大量充斥着“城市中心主义”的观点，把农村和农民

无一例外地排斥在外，如此探讨广播电视的公共性，研究结论难免狭隘片面。正如黄宗智(Philip Huang, 1993: 222)所言，“当我们以分散的农村地方社区来代替哈贝马斯统一城市公共领域的时候……这一概念还剩下什么存在的正当理由呢^[4]？”

3. “广播电视公共性”的学术研究困境

近年来，学界对“广播电视公共性”的研究持续升温，笔者以“广播电视公共性”为关键词，在中国期刊网上一共检索到与之相关的论文 205 篇。纵览这些研究，虽然取得了一定的研究成果，但其中存在的问题亦不容忽视，主要表现在如下几个方面：

3.1. 对“广播电视公共性”定义模糊

学术界对于“广播电视公共性”的理解与表述不一而足，这与“公共性”本身的意涵多元而复杂不无相关。“公共性”这一概念来源于西方哲学与政治学，随着社会学、政治学和传播学等学科对“公共性”的引荐和发展，使其在理论上也有了一定丰富和发展，又蕴含着特定的学术指向。

对于“广播电视公共性”的内涵，学界亦有诸多争议，而且还存在概念使用混杂的情况。一些研究者通常会将“广播电视的公共性”和“广播电视公共服务”混为一谈。然而，这两个概念是在内涵和外延上都是有所区别的。

“广播电视公共服务”是广播电视为公众和社会所提供的一种服务，是诸如教育、医疗、居住、养老保险和精神文化生活等公共服务中的一种，属于“精神文化生活”公共服务的范畴。广播电视作为一种为公众和社会提供“精神文化生活”公共服务的重要载体。

“广播电视公共性”是指广播电视作为“公共领域”的一种重要建制而服务于公共利益所体现出来的社会属性，是指广播电视应当扮演社会公器角色，向公众开放，为公共利益服务，并按照公共领域的价值规范要求而展开的传媒实践。这里，“广播电视的公共性”所服务的“社会公众”包涵了最广泛意义上的“人民群众”，是没有将各个社会阶层和群体排斥在外的。这与某些研究中的“城市中心主义”和精英主义倾向有着严格区分。金婷就认为，广播电视体系的公共性表现在广播电视公共服务的主体、对象、内容

等方面。具体而言，广播电视公共服务主体必须是公有的，为公众所用，服务对象具有广泛性；节目内容丰富观点多元、服务具有普适性；从而使公共服务均等化^[5]。

“广播电视公共服务”与“广播电视公共性”最重要的区别在于：“广播电视公共服务”是一个静止不变的概念，“广播电视公共性”是一个历史的、动态的、情境化的概念。只有理清两者的根本区别，廓清研究思路才能使后续研究较好地展开。

3.2. 对广播电视公共性的考察孤立静止

探讨“广播电视的公共性”，涉及到的一个核心问题是，如何对广播电视公共性进行考察？

从现有研究来看，以媒介的技术基础、物质条件和媒介内容为标准，考察广播电视公共性，已成为一种既有的研究范式。卢迎安认为，就实践层面的媒介公共性而言，包括几方面内涵：1) 满足公众的知情权，提供真实和全面的信息；2) 确保媒介内容的多元化，具体包括节目类型的多元性、议题的多样性、意见和舆论的多样性等；3) 培养公民意识，塑造公民资格并进而建构公民社会；4) 从技术上来说，媒介必须达到一定的覆盖面，具备社会共享的物质基础；5) 就风格而言，媒介应该有品格、庄重和道德标准。同时，他着重指出，媒介的舆论监督功能是目前中国媒介公共性的一个重要内容^[6]。

大多数研究广播电视公共性的论文只从媒介内容出发，通过对广播电视节目进行内容分析，继而探讨广播电视的公共性，这样的研究范式不胜枚举。然而，如此孤立片面地考察广播电视的公共性，难免使研究思路拘泥于狭隘单一的学科视野，研究也易落入媒介中心论的窠臼。

3.3. 考察广播电视公共性时往往脱离历史语境

笔者通过梳理文献发现，已有关于传媒公共性和广播电视公共性的研究多以静态描述为主，往往脱离中国现实的媒介环境、制度环境和历史语境，机械套用“公共性”的相关表述对广电公共性进行管窥蠡测，这样必然将导致研究范式上的缺陷。

尤其自上世纪 80 年代以来，广电事业发展的媒介环境、社会经济环境、制度环境发生了翻天覆地的变化。在中国，伴随着市场经济体制的建立，传媒业

大刀阔斧地开启了市场化改革之路，极大繁荣了包括传媒经济在内的市场经济，由此带来的消费主义盛行，社会生活的娱乐化、庸俗化倾向明显，这种社会的“去政治化”表现在广电行业，是媒体舆论监督的日渐式微乃至沉寂、社会弱势群体话语权的缺失和缺位，这与国内各大电视台选秀、相亲等娱乐类节目达到“白热化”程度而形成强烈反差，传媒更多地趋向追逐商业利润而非公共服务。由于我国的传媒体制实行是“事业单位、企业经营”，传媒业的政治属性和产业属性同时被强化，而作为“传媒公共性”的社会属性却被忽视。受到市场权力和政治权力的双重宰制，广播电视的公共性在一定程度上受到挤压。因此，在考察“广播电视公共性”时，应对当时社会政治、经济、文化等宏观背景予以考察，不可脱离其具体的历史语境而空谈。

4. “广电公共性”的考察逻辑

如前所述，广播电视的公共性是动态存在的，有其特定的历史语境。广播电视并非传媒与生俱来的本质属性，也并非静止不变。在不同的历史时期和社会背景下，伴随着国家、社会的结构性变迁，市场经济和政策环境的变化，广播电视公共性亦呈现相应变化。因此，在考察“广电公共性”时要充分考量以下逻辑：

第一，基于历史视角和动态眼光，将中国广电公共性的考察放置到中国宏观的社会背景和具体历史语境中探讨，通过考察具体语境下的传媒实践和广电公共性的生成演变，力求避免脱离中国现实的媒介环境、制度环境和历史语境而机械套用哈贝马斯的相关论述，对广电公共性进行管窥蠡测，力求避免媒介中心论和“国家 - 社会”的二元对立视角，具体考察广电公共性动态变迁图景，并在此基础上建构广电公共性的理论，探索广电公共性发展的现实路径。

其次，对于广播电视公共性的讨论不能仅仅拘泥于传播学领域，片面地就“公共性”而谈“公共性”，应对国家结构和政治运作方式加以剖析。汪晖曾指出，只有把媒体公共性与更深远的国家结构和政治运作方式联系起来，看到媒体公共性背后的权力关系，才能更好地理解媒体公共性的本质，他将社会生活的“去政治化”看作是传媒丧失公共性的重要原因^[7]。

再次，应当注意到“广电公共性”与“阶级代表

性”之间存在着辩证历史关系。早在上世纪五六十年代，周恩来曾提出举全国之力建设“农村广播网”，七十年代刘少奇又提出要大力发展电视事业，在全面进行社会主义建设和无产阶级新闻事业建设过程中，“公共性”与“人民性”相互交织、互为表里。“人民原则”深嵌于“公共性”之中，而公共性正是以“人民性”的方式得以实践和呈现。

5. 结语

结合中国广播电视的发展史和现实的社会背景，不难发现，广播电视公共性的变迁过程与其所处的社会政治、经济、文化环境息息相关，亦与当时媒介政策与制度变迁丝丝相扣。考察广播电视的公共性，应充分辨析“广播电视公共性”的意涵，以历史视角和动态眼光，将“广播电视公共性”放置到中国社会政

治经济的宏观视野下进行考察，勾勒出广播电视公共性变化的动态图景以及广电公共性与社会结构性变迁之间的呼应。

参考文献 (References)

- [1] 许鑫. 传媒公共性: 概念的解析及应用[J]. 国际新闻界, 2011, 5: 64.
- [2] 哈贝马斯, 著, 曹卫东, 译. 公共领域的结构转型[M]. 上海: 学林出版社, 1999: 2.
- [3] J. B. Thompson. Social theory, mass communication and public life. Cambridge: Polity Press, 1994.
- [4] 赵月枝. 传播与社会: 政治经济与文化分析[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2011: 50-52.
- [5] 金婷. 论我国广播电视体系的公共性[J]. 青年记者, 2011, 10: 21-22.
- [6] 卢迎安. 当代中国电视媒介的公共性研究——以央视和凤凰卫视为例[D]. 复旦大学, 2009.
- [7] 汪晖. 大众传媒的公共性与“去政治化的政治”[J]. 甘肃社会科学, 2006, 4: 235-237.