

成名的想像：

中國社會轉型過程中新聞從業者的 專業主義話語建構*

陸 曄、潘忠黨**

《摘要》

專業主義正在日益成為中國新聞界和新聞與傳播教育界的一個重要議題。它的內涵是什麼？它如何正在中國新聞改革中形成？它的形成過程如何反映出中國新聞改革中的各種矛盾和張力？這些是本文力圖回答的問題。本文強調，專業主義是一套論述新聞實踐和新聞體制的話語，它又是一種意識形態，它還是一種社會控制的模式。我們從新聞從業者如何期待及建構專業名望入手，以考察在改革中的專業主義話語實踐。本文顯示，專業主義在中國有多個傳統的淵源，面臨各種力量的制約，

投稿日期：2001年8月6日；通過日期：2002年1月30日。

* 本文資料部分來自「中國新聞改革」研究專案。這項研究得到香港特區政府大學資助委員會給潘忠黨、陳韜文等的資助，以及香港中文大學社會科學院給陸曄提供的博士後研究資助。陳韜文教授是我們開展這項研究的合作者，我們在此一併表示感謝。本文分析的實證資料來自歷時一年多的田野考察。上海復旦大學新聞學院和北京中國人民大學新聞學院的一批研究生，于2000年上半年，接受了執行田野調查的培訓，並深入媒體，進行了3-6個月的參與觀察，他們還執行了部分對基層和中層新聞工作者的深入訪談。沒有他們的參與和貢獻，本文不可能完成。我們在此對他們表示衷心感謝。文中若有任何失實或錯誤，與他們無關，都是我們的責任。

** 作者陸曄現為復旦大學新聞學院教授，E-mail: yelu@sh163.net；潘忠黨現為美國威斯康辛大學麥迪遜校區傳播藝術系副教授，E-mail: zhongdang@yahoo.com。

在實踐中具有碎片和局域的呈現。專業主義話語的建構過程是新聞改革的一個重要向面。通過我們的分析，本文顯示，專業主義的話語在中國新聞改革過程中具有解放的作用，預示著更加深層的變革。

關鍵詞：新聞改革、專業主義、新聞實踐、話語實踐、專業名望、社會轉型

如何考察二十餘年中國新聞改革這一歷史的動態？其中一個取向是分析具有解放意義的關鍵概念（包括關鍵字和理念）與改革實踐之間的歷史勾聯（articulation），也就是考察「理論」與「實踐」之間的矛盾、張力、滲透、和整合及其歷史表現。⁽¹⁾ 採取這樣的分析角度，有學者顯示，「資訊」、「傳播」、「受眾」等西方傳播學概念在八〇年代初的引入，在新聞改革中有著理念和話語層面的解放作用，激發並合理化了許多改革實踐（李良榮，1995b；Zhang, 2000）。當前，新聞從業者的專業主義正成為新的話題（郭鎮之，1999），它如何與新聞實踐相互勾聯，也就成了我們理解當前中國新聞改革的一個重要領域。

新聞工作是門職業（occupation），當稱之為專業（profession）時，我們特指從事新聞工作必需特定的專業技能、行為規範和評判標準，而這些又必須通過專門的訓練才能獲取，並為新聞從業者所共用。「專業主義」（professionalism）的概念則遠遠超出了上述職業特徵。它還包括一套定義媒介社會功能的信念，一系列規範新聞工作的職業倫理，一種服從政治和經濟權力之外的更高權威的精神，以及一種服務公眾的自覺態度。它在西方的產生，有著特定的語境和歷史條件，其中包括市場經濟的環境，自由民主的政治體制（liberal democracy），服務行業的專業化（Macdonald, 1995; Larson, 1977），以及建立在此基礎上的獨立、自主的傳媒。

在中國，經過二十多年的改革，新聞工作的專業主義成為顯要議題，這本身就是社會變革的一個標誌，它反映了新聞改革面臨新的挑戰，其核心就是新聞工作者如何應對商業營利、服務公眾利益和政黨宣傳這三者之間的關係。

這裏所說的「專業主義」不是中國土生土長的，但是，新聞改革已經涉及到了很多符合專業主義的內容，其中包括反對「假、大、空」，以事實說話；強調貼近生活，提高媒介的服務性；反對「有償新聞」，提倡新聞業的職業倫理；呼喚「輿論監督」以及內容採編和媒體經營的分別管理等等。可以說，經過二十餘年的新聞

改革，建立新聞專業的信念、倫理和規範，已經成為新聞改革過程中新聞實踐的重要內容，新聞工作的「專業主義」已經呼之欲出。只是與西方國家比較，新聞專業主義在中國的發展有自己的特徵，因為中國特有的歷史傳統和條件。在西方社會，新聞的「專業主義」是服務於既定體制（the establishment）的意識形態（Hackett & Zhao, 1998; Tuchman, 1978; Said, 1994），在中國的新聞改革過程中，它卻具有重構媒介和新聞從業者的社會角色與功能、以及改變新聞實踐邏輯的作用。因此，新聞工作的「專業主義」在中國正在如何形成是具有理論意義的新現象。

本文從一個角度切入，探討新聞從業者在社會轉型期如何建構和表述他們的專業理念。我們將這個角度稱為「成名的想像」。這裏所謂的「成名」，即成為著名的新聞從業者，或者是獲取專業或職業的名望（fame）。這種名望包含了特定歷史時期社會對新聞從業者的角色的期待，以及評判新聞從業者及其成就的標準和價值觀念。這裏所說的「想像」，就是通過話語和實踐對這些理念的表述。「成名的想像」因此是一種話語實踐（discursive practices），即新聞從業者將專業理念沈澱於新聞實踐，並通過新聞實踐加以闡述的社會活動；它是理念與實踐活動、個體與同行的群體、個人與社會制度之間的一個結合點。從這個角度切入，我們可以考察新聞改革過程中理念與實踐的勾聯。同時，由於中國新聞從業者歷來被認為是中國知識份子之一部分，因此，中國知識份子在社會轉型中的角色轉變，就成為我們考察的一個重要底色。

壹、專業名望：象徵體系及其歷史的繼承

一、專業主義與成名想像

西方社會學界對專業化（profssionalization）的研究顯示，專業化程度較高的職業，其職業角色通過職業理念和精神的內化而形成，強調個體在從業過程中的社會道義和服務公眾的責任；專業化程度較低的職業，其職業行為更多地由外部控制而非來自內部壓力（Vollmer & Mills, 1966）。這種研究應用一些社會學的標準，考察一個職業是否已經形成為專業。這些標準就是專業主義的具體表現。在行業層面，它們包括(1)專業知識的積累，(2)獲取專業知識和技能必需的系統訓練，(3)專業實踐的資格認可，(4)彰顯專業精神的範例，以及(5)確認這些範例的行業內部機制和行業組織的自律等（Wilensky, 1964）。落實到個體，這些標準就是一系列內化了的專業信念、價值觀、行為標準和從業實踐的規範。專業化就是進入這一行業的個

體通過「社會化」的過程實現這種內化 (Beam, 1990; McLeod & Hawley, 1964; Splichal & Sparks, 1994; Johnstone, Slawski, & Bowman, 1976; Weaver & Wilhoit, 1996; Windahl & Rosengren, 1978)。

採用這樣的研究取向，雖然學者們對新聞業是否已成專業常有不同的結論。但不可否認，從事新聞工作所需要的專業技能越來越需要專業的訓練，並且整個新聞行業有它的道德標準和職業信條，有專業組織闡述和執行這樣的行為規範。也就是說，在西方，新聞業已經形成了闡述這些專業特徵和理念的一套話語，並且有相對獨立於商業和政治利益的行業規範機制。因此，新聞從業者通常被當作「專業傳播者」(professional communicators)來研究 (Ettema, Whitney, & Wackman, 1987; Tunstall, 2001)。

西方新聞工作專業主義的核心是決定專業特徵的一些基本原則，包括(1)傳媒具有社會公器的職能，新聞工作必須服務於公眾利益，而不僅限於服務政治或經濟利益集團；(2)新聞從業者是社會的觀察者、事實的報導者，而不是某一利益集團的宣傳員，或政治、經濟利益衝突的參與者或鼓動者；(3)他們是資訊流通的「把關人」，採納的基準是以中產階級為主體的主流社會的價值觀念，而不是任何需要向社會主流灌輸的意識形態；(4)他們以實證科學的理性標準評判事實的真偽，服從於事實這一最高權威，而不是臣服於任何政治權力或經濟勢力；(5)他們受制於建立在上述原則之上的專業規範，接受專業社區的自律，而不接受在此之外的任何權力或權威的控制。(2)

這些原則的形成並得以實踐是歷史的過程。在美國，報業經歷了從獨立前的政論報紙、十九世紀三〇年代前的政黨報紙到大眾化商業報紙(媒體)的發展，媒體由此逐漸獲取了獨立的經濟實力。與此相應的是民主政體對新聞及言論的發表與流通自由的要求和保障，以及實證科學原則在社會各方面的普遍滲透。在這樣的環境下，專業主義逐步發展成詮釋、衡量和評判新聞工作的主導話語，它整合了三個領域的理念，即新聞傳媒的社會功能，新聞從業者的使命和社會責任，以及新聞從業者的行為準則 (Schudson, 1978; Gans, 1980; 陸曄, 1994)。(3)

當代傳播學者認為，專業主義的話語具有整合新聞從業者的專業社區 (professional community) 的作用，並通過新聞從業者的實踐和他們對於自己的實踐的集體解說而不斷再生、不斷豐富。歷史上和當代的著名新聞從業者，與新聞業中的某些「熱點時刻」(hot moments)一道，共同成為凝聚新聞專業主義理念的範例，成為新聞專業主義話語的重要組成部分 (Zelizer, 1993)。

在這個意義上，新聞從業者的專業名望是一個敘述專業主義的象徵體系。它源自新聞從業者的實踐及由此產生的新聞產品。與各種社會實踐一樣，新聞實踐，如布爾迪厄（Bourdieu, 1990）所說，是「臨場發揮的表演」（improvisatory performances），其元素是行為者對場景的詮釋和在具體場景下策略的選擇。這些實踐又成為其他人面對的「社會事實」，被他們所詮釋，構成他們行為的條件。新聞從業者的專業名望形成於這種互為條件的社會實踐過程，表述社會對新聞實踐的「評估式詮釋」（evaluative interpretations），體現一個社會在一定程度上共用的價值觀念、評判標準和參照框架（frames of references），反映新聞這一行業對這些理念的集體認可和推動。因此，專業成名的想像是集體的活動，通過話語而建構（Fairclough, 1992）。當我們說專業化是歷史的過程時，也就是說，專業主義的話語建構是歷史的動態，它是由許多新聞從業者成名、職業群體對這名望不斷詮釋、新一代從業者發揚光大這名望所代表的精神和理念這樣一系列活動所構成的。

二、成名想像中的傳統繼承

新聞作為職業在中國的產生與演變有自己的特徵，其中不乏與西方的專業主義相吻合的成份。早在 60 多年前，《大公報》總編張季鸞的「四不」原則——不黨，不賣，不私，不盲——就以中國獨特的方式表達了媒體必須獨立、自主和中立的理念。當《大公報》被美國密蘇里大學新聞學院命名為「最佳外語報紙」時，張季鸞代表報社同仁又一次表達了他的辦報理念。他說，他和他的同仁們辦報不是為了政治和經濟上的野心，也不是為了成名，而只是為了事實和真理。在這三個誘惑中，他特別強調警惕「成名」的誘惑，因為新聞從業者總是希望自己有讀者（方漢奇、張之華，1994）。從社會學的角度來說，張季鸞是在說，名望會置新聞從業者於「他人目光的囚禁之中」（Braudy, 1986），令他（她）失去自己應有的獨立和中立的觀察立場。

但是，中國歷史造就的「名記者」或「名報人」為新聞從業者的成名想像勾勒了一個中國獨有的話語場域（discursive field）。這是個多向面的空間，其中包含了中國知識份子社會角色演變的維度。中國近代報刊與知識份子的「邊緣化」相伴而生。早期的著名報人，包括王韜、黃遠生、梁啟超等，多因變法失敗或不事科舉而走上了以辦報參與社會變革的道路。辦報成為知識份子實踐傳統的「士大夫」理想的新途徑，也是他們獲取社會名望的新途徑（Yu, 1993；方漢奇、張之華，1994）。辦報者繼承的是「家事國事天下事，事事關心」的議政傳統，懷有主持公

理、指斥時弊的理想。中國近代史上兩次國人辦報的高潮，都和思想啓蒙與政治變革——戊戌維新與辛亥革命——密切相關。因此，馳騁報壇的往往是如王韜、梁啟超等報刊評論家。被後人譽為中國新聞界全才的邵飄萍，更是主張報紙應為改革社會政治之利器，「必使政府聽命於正當的民意之前」；報紙雖須獨立，但不可忽略乃至放棄對社會公平與正義的追求。他手書的「鐵肩辣手」四字，至今仍是討論新聞從業者社會角色的經典表述之一。⁽⁴⁾

這一傳統是中國近現代社會變革和思想啓蒙大潮的重要組成部分。從戊戌變法到五四運動，近代中國思想史的起伏跌宕，無不與報刊密切相關。晚清以降，幾乎所有重要的思想家，都直接介入了報刊的編輯出版（陳平原，1997；《新聞界人物》編輯委員會，1983-1989）。在中國近現代史上，無論是著名的報刊還是著名的記者，其社會影響和貢獻首先是傳播新思想新文化的思想啓蒙，其次是針砭時弊、自由議政的輿論監督，作為最基本的新聞職業的功能——報導新聞、傳遞資訊——則在最次。中國第一代現代意義上的知識份子，也是最末一代封建士大夫（如康有為、梁啟超、嚴復、章太炎等），和五四時代的啓蒙思想家、文學家和學人（如魯迅、胡適、陳獨秀、李大釗、梁漱溟、周作人等），其精神軌迹一脈相傳，就是以報刊宣傳新思想、新文化，推動社會進步。

儘管如此，當時的新聞業畢竟在國家權力體制外運作，早期的報人和以報刊為思想啓蒙陣地的文人也因此帶有了拓展「社會」這一場域的特徵。⁽⁵⁾作為「公共領域」的雛形，獨立新聞業的發展推動了對西方新聞理念的引進。前面所引述的張季學和《大公報》，以及美國密蘇里大學新聞學院在中國新聞教育方面的深厚影響，都以不同形式體現了這個「西學東漸」的傳統。⁽⁶⁾這個西學的傳統，即便是在「黨的新聞事業」體系建立之後，雖然只剩下表述新聞價值觀和新聞作為事實或對事實的報導這樣的碎片，仍然滲透在新聞教育中。⁽⁷⁾

中國共產黨的新聞事業，部分繼承了啓蒙的傳統，但在制度上徹底改變了傳媒與國家（state）的結構關係，將以天下為己任的知識份子收編（co-opt）進了黨一國的體制，將他們定位成黨的意識形態的承載者和宣揚者。傳媒不再外在於國家的權力系統，而是其中的構成部分；傳媒不再從事思想啓蒙，而是灌輸主導意識形態，並且執行政治的指令；新聞從業者不僅是文人和資訊流通的「把關人」，更重要的是黨的宣傳工作者（Liu, 1971）。這是來自前蘇聯、並在革命過程中被「中國化」了的「黨報」傳統。這一傳統培養了以鄧拓為代表的一批「著名新聞工作者」（Cheek, 1997）。他們將知識份子傳統的「使命感」轉換為「黨的宣傳工作者」的

忠誠，精益求精地從事宜傳事業。即便是在以改革為核心的社會轉型過程中，新聞從業者們也仍然在此框架內重新審視自身的職業角色，並以此確認「著名新聞工作者」。七〇年代末八〇年代初新聞界最重要的幾個事件和最著名的一批新聞工作者，無不凸顯新聞從業者在新的歷史條件下對於國家的命運、前途和未來的深切關注，反映他們通過自己的專業實踐闡述黨的政策這一取向（新華社評論，2000）。⁽⁸⁾

隨著市場機制的引入，西方以客觀性法則為基礎的「把關人」理念，也隨著媒介環境（包括新聞教育）的逐步開放而以新的力量進入新聞從業者的職業視野。在八〇年代初、中期進入大學校門的新聞專業學生，更是直接感受到了西方新聞職業理念的影響。到了九〇年代，他們中相當一部分進入了主流媒體的中層管理部門，其餘大多數也是各媒體的業務骨幹。通過自己的改革實踐及表述，他們大大拓寬了新聞從業者建構專業形象和名望的話語空間。比如，中央電視臺《東方時空》的總製片人時間就自認為「是最早受到國際傳媒影響的老師培養的學生」，雖然說這種影響是有限的（楊君，p. 242，2000）。甚至，一些被業界視為最接近西方專業主義理念的新聞實踐活動，幾乎就是對海外同行的模仿：中央電視臺《新聞調查》節目的編導認為美國 CBS 的《60 分鐘》對其影響是很大的。同樣，上海電視臺的《新聞觀察》在開播前，製片人和節目主要編導也大量研究了國外的同類節目，特別是《60 分鐘》，以期發現西方的新聞理念中規律性的東西在中國媒體實踐中的意義（陸曄、黎瑞剛，1998；蔣為民、孫澤敏，2000）。與此同時，市場經濟對媒體的衝擊也影響到從業者的專業認同。比如，2000 年，被業內同仁視作「最具有使命感」的電視編導夏駿辭去央視《新聞調查》製片人一職，下海出任民營的北京銀漢文化傳播公司總經理，並稱自己是「早起趕路的人」，期待市場經濟造就更廣闊的媒體發展空間。

三、成名想像的話語空間

在中國傳媒改革的歷程中，中國文人「先天下之憂而憂」的歷史使命感、黨的宣傳工作的要求，以及西方的新聞專業理念和商海的誘惑，構成了中國新聞從業者內部錯綜複雜的內心衝動。同時，短短二十年間，從媒介改革實踐活動中呈現出來的歷史時空脈絡已經有了明顯的變異，處在歷史脈絡的不同座標上的新聞從業者，其價值取向和對職業生涯的自我期許也已然大不相同。

這些多元、多變，不同類型的「名記」或「大腕兒」在社會轉型過程中以不同方式得到認可。這一方面反映了改革時期新聞專業話語的雜蕪，另一方面也反映了

社會轉型這個特殊歷史階段相當可塑的話語空間。理論上來說，這是個多相面的話語場域，由幾對相互對應（或對立）的概念構成（Wuthnow, 1989）。根據新聞專業主義的研究文獻，我們可以對中國當前的這個話語場域作一抽象總結（表一）。這一總結側重以下幾個通常用以考察新聞專業主義的面向：新聞從業者的角色、新聞工作的性質、傳媒的社會功能、和新聞工作的行為準則（Johnson et al., 1976; Weaver & Wilhoit, 1996）；它也是我們對以下資料的解讀：九〇年代出版的主要專業期刊、書籍，官方的講話和文件，我們對新聞從業者的訪談。

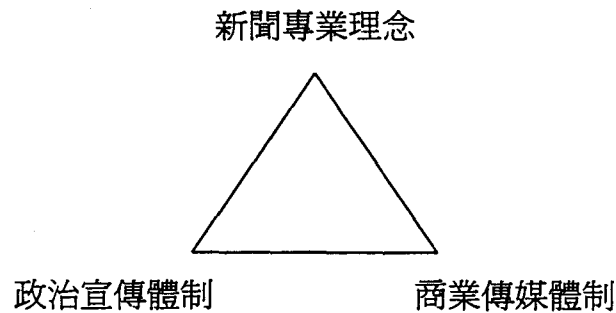
表一：改革時期中國建構新聞專業名望的話語場域

主要的面向	定位概念	
新聞從業者的角色	黨的宣傳工作者	人民的代言人
新聞工作的性質	教育、啓蒙	公眾服務
新聞傳媒的社會功能	社會整合、思想教育	資訊的擴散、事實的呈現
新聞工作的行為原則	事實、真理	事實、客觀
合理性的來源	黨—國體制	市場經濟
典型名稱	著名新聞工作者、著名報人	「大腕兒」

這種抽象當然省略了很多在實踐中的變異，但是，我們仍可以從中看到各種已存話語體系的相互混雜，包括知識份子歷史使命的話語，黨的新聞工作的話語，專業主義的話語，以及市場經濟的話語。首先，這幾對概念雖各自源於不同的傳統，但是每一個概念都揉合了不同傳統的元素。其次，在特定的話語場景，這些概念會有不同的組合，並與特定的新聞從業實踐形成某種形態的歷史勾聯。比如，所謂「人民的代言人」可以表現知識份子的使命感——為民請命，黨的新聞工作的特性——群眾路線，市場運作的要求——服務於消費者。儘管如此，話語場域的這些面向卻構成複雜多變的現實背後的「元結構」，這些基本的「定位概念」也就是專業主義話語的「基模」。

多種元素的揉合，使新聞實踐的話語有可能根據不同語境在不同體系之間變換（潘忠黨，1996）。也就是說，在不同的語境下強調不同的元素，可以使話語體系與具體行為場景結合為不同的形態，形成所謂「理念與實踐結合的歷史多樣化」。這種多樣化，一方面反映了改革實踐的多彩多姿，另一方面也反映了改革話語缺乏內在統一。因此，中國新聞改革以及新聞專業主義所發生的歷史場景不具備意識形態的單一性。

不同的「著名新聞從業者」，代表了不盡相同的新聞專業理念，即便是同一個著名新聞工作者，比如夏駿，就集合了不同的話語成份。在具體的新聞實踐當中，與上述的話語場域所勾聯的是三種現實力量（圖一）。



圖一：新聞專業成名想像的實踐空間

這三種力量，既發生在話語場域，由上述基本概念的不同組合而構成的三個內部相對一致的話語體系，又有社會實體的意義，包括傳媒體制、傳媒運作中資源配置和流通渠道、具有不同教育背景的新聞從業者的實踐、以及這些因素之間的互動。它們相互衝突、滲透和調和，構成社會轉型過程中新聞從業者專業實踐的歷史場景。在這樣的場景內，新聞從業者選擇自己的實踐活動，評估各自的實踐活動，並使之正當化（legitimation）。因此，專業成名的想像，也是不同的權力（power）相互抵觸和調適的過程，形成改革的宏觀變化中的微觀機制（Tsou, 2000）。

以下，我們從三個方面探討這些機制：「正式」與「非正式」同行認可方式的相互滲透，體制內上與下的相互收編，和組織、行業及體制內外的互動。這些探討所引用的實證資料來自實地觀察、深入訪談和各種文獻。我們將這三種實證資料都作為廣義的「文本」，即勾聯論述和行為、個人實踐與傳媒體制、個體與專業群體的具有內部結構的系統，⁽⁹⁾ 以考察置於具體的語境和行為情境的新聞改革實踐者的言與行，探尋這種話語實踐在動態中相對穩定的關係。

貳、同行認可：「正式」與「非正式」方式的相互滲透

我們講的專業成名，具體指的是在業內得到認可。這種認可的方式多種多樣，簡單來說有獲得全國性的新聞獎，在同行（professional peers）中享有「大腕兒」

或「名記」的口碑，在行業報刊或專業人士的著作中常被作為範例提起。各種方式的認可進一步分為兩類：正式的和非正式的。由於中國新聞業的專業協會，如簡稱「中國記協」的中華全國新聞工作者協會，是官辦的，由它所主辦的各種重要新聞評獎因此屬於正式的認可方式，榮獲各種專業獎勵，自然更多地表達官方的新聞專業話語。其他的方式在不同程度上比較非官方，以「口碑」最為「民間化」。這種非官方或非正式的認可方式，經常會帶有更加濃重的「異類」（alternative）話語的成份，有時還有意識形態抗拒（ideological resistance）的取向。

這種二分法有些簡單化，因為不僅官方或非官方的話語相互滲透，而且經常地，正式和非正式的專業認可相互重疊。比如，孫玉勝成為 1994 年最年輕的「韜奮新聞獎」獲得者，標誌著官方對他的專業成就的認可。同時，他也是業內公認的「著名新聞工作者」，領導創辦了中央電視臺大有影響的《東方時空》、《焦點訪談》、《實話實說》、《新聞調查》等節目。同樣，沒有官方專業獎的標誌，不等於說沒有得到正式的承認。比如，光線傳播的總裁王長田，在短短三年內成為電視業內頗為著名的人物，其標誌之一是劉勇在其所著的《媒體中國》開篇就描寫了他（劉勇，2000）。但是，王長田沒有得過新聞獎。他的成名不僅在於被同行所稱道，而且在於他的公司生產的電視節目，《娛樂現場》、《海外娛樂現場》已經在 200 多家有線電視臺被播放，而這些電視臺自然都是國有的。

儘管有這些滲透和重疊，正式和非正式的區分還是很有意義的。1985 年，安徽人民出版社出版了《中國當代十大名記者》（陸雲帆，1985）。這十佳中領銜的是當時的新華社社長穆青。他的成就首先在於他自抗日戰爭開始，寫了一批影響很大的通訊和特寫。這些新聞作品具有文學價值，更重要的是它們以動人的文學筆法，宣傳了黨的政策，樹立了黨所需要的革命者形象，其中最著名的是焦裕祿。這種以抓住黨的政策為「主題」，寫出有影響作品而成名的新聞工作者還有原《遼寧日報》記者，後來先後成為《經濟日報》和《人民日報》總編的範敬宜，《人民日報》記者和經濟部主任艾豐，原《科技日報》記者郭梅尼，以及後來成為新華社社長的郭超人等。

到了改革深化的八〇年代中後期和九〇年代初，這個傳統出現了一些變化。雖然，這個傳統的底蘊——中國知識份子憂國優民、啓迪民智的使命感——長綿不衰，但是，「政治宣傳」的色彩在減弱，或者說，文人的使命感進一步浮出表面，並逐漸與市場化改革過程中出現的「服務消費者」或「客戶」的意識以及自己創業的意識相結合。比如，《中華工商時報》的胡舒立，通過她的署名專欄，成為業內

名氣很大的「大腕兒」，也成為財經官員們認可的名牌記者。倚靠自己的名望，胡舒立辦起了《財經》雙周刊，並且又受聘成為鳳凰衛視的財經頻道總監。但是，她仍然表現出傳統知識份子的使命感和入世精神，關注新聞界的動向，關注資本的運行，希望自己的寫作和雜誌能夠影響資本運行的文化和制度環境。與胡舒立不同的是某市電臺一位聽眾熱線電話節目的著名主持人。他是該市和全國的「先進工作者」，即通常所說的「勞動模範」，顯示出他比在行業內受官方認可更加寬泛的成名場域。在他那裏，文人的使命轉換為替黨「補台」，將其等同於與為民衆說話。他認為，他的使命就是「為民解憂，不為黨添亂。」

「正式」與「非正式」的區分還有其他的意義。有些「名記者、編輯」在官方或非官方各自的場域內得到專業認可，卻未必可以相互轉換。比如，《人民日報》評論部的李德民於 1995 年獲得了韜奮新聞獎。在黨報體制下，評論寫作者大多是「無名」的。李德民是 1990 年《人民日報》社論「穩定壓倒一切」的起草者，這篇社論對於 1989 年之後的輿論導向起了巨大影響。但當他的成就得到官方認可時，他仍然在業內沒有形成口碑，沒有成為名人。他自己認識到這一點，感慨說，他很羨慕那些在「前臺」的人，但是，作為黨報的評論作者，他又必須呆在「後臺」，默默無聞。他只能安慰自己說，作為黨員，能為最高級別的黨報寫社論，這默默無聞不僅應當而且值得（李德民，1995）。

也有很多人在業內享有「大腕兒」的口碑，卻進不了官方認可的成名渠道。劉勇在他的書中描述了很多非常「能折騰」的各地新聞界名人，各自都有特色，但不一定都正式得過獎。我們在實地調查中，不時會遇到一些被稱為某地「名記」的新聞工作者。他們中有些有自己獨特的識別標誌，比如有自己署名的書出版，自己掌握一個專欄或刊物，自己有車或者掌握著所在的小單位（部、節目、節目組等）的車，與不少商家老闆或政府官員很熟，有的會常常應約去給他們「諮詢」，有的會應約撰寫「傳記」等。這些「名記」們所代表的話語就比較複雜，難成系統，但是，他們相同之處是或者因為某方面的開創而在業內被認可，或者因為自己以及所在媒體單位在市場上的運作成功而知名。

在新聞從業者的專業名望的建構過程中，媒體的市場影響力不可忽視。市場與黨的新聞事業體制是目前新聞從業者實踐的兩個正當性基礎（潘忠黨，1996）。一項地方性的廣播電視新聞從業者的調查顯示，近 25% 的被訪者把業內同行的評價即所謂「口碑」看成是自己製作的節目質量的評價標準，只有不到 5% 的被訪者認為獲獎與否才是節目質量的評價標準，另有近半數被訪者則將收視率放在首位（陸

曄、陳思頤、楊靖，2000）。由此可見官方評價、非官方的圈內口碑和市場影響力對新聞從業者的自我認同具有不同意義。

這種正式與非正式專業認可的不同，清晰地表現出成名認可背後的专业理念不同，也構成不同的新聞專業話語。2000年11月8日，中國的第一個「記者節」就是一個集中體現這些區別的「熱點時刻」。這個節日的確立，不僅表示在20世紀結束時，有著5,000多家新聞媒體、55萬名從業者的中國新聞業已經成為中國社會中的一個人數龐大的顯在行業，而且表明官方對這個行業的特殊關注，記者節的慶祝也因此具有官方和不那麼官方的不同場景。在官辦的慶祝大會上，中共中央宣部部長丁關根出場，鼓勵新聞工作者要「與時代同行，與人民共進」。曾任官方傳媒主管和中國新聞工作者協會主席的吳冷西與中央電視臺主持人敬一丹分別代表兩代新聞工作者，表達他們對這個「創造激情和被激情創造」的職業的熱愛，宣佈要「用新鮮的感覺撫摸這個屬於自己的節日」（《北京晨報》，2000）。撥開煽情的辭彙，他們所表達的主調無非是「忠誠的黨的新聞工作者」這樣的角色及其應當承擔的責任。

這卻不是，至少不完全是業界自己對這一節日的話語闡述。《南方周末》在這一天的專版特別有意義，它醒目地強調了編者眼中媒體的社會功能——「給弱者以關懷，讓無力者有力，讓悲觀者前行！」——以及記者的社會角色——「當我們把真相告訴公眾，我們不僅表達了記者的憤怒，我們更表達了社會的良知。」（《南方周末》，2000）。《南方周末》的編輯在社論中呼籲，記者的使命不止是「記錄」歷史，還應當是「推動歷史前進的動力。」這種論述體現了中國新聞從業者所理解的西方新聞專業理念中「觀察者」和「倡導者」這兩個角色的矛盾（Johnstone et al., 1976: 113-132），以及中國知識份子從事新聞事業的使命感。

在《南方周末》的版面上，中國記者的光榮先驅是黃遠生、范長江、邵飄萍、鄒韜奮、徐鑄成和儲安平；今天最值得被記住的記者，是為農民請命、最早就包產到戶問題直接傾聽農民心聲、為中央制訂有關政策提供了有參考價值的第一手資料的新華社記者，是用相機推動「希望工程」的《中國青年報》攝影記者解海龍，是被很多老百姓看作「焦青天」的中央電視臺《焦點訪談》，還有那些並不在全國百佳新聞工作者名冊上的普通記者，如幫著老百姓討公道的《海口晚報》記者寒冰和《新晚報》記者金炎。選擇這些人作為新聞從業者的範例，表達了至少一部分新聞從業者對知識份子的思想啟蒙職責和中國文人匡時濟世的傳統的繼承。

更為突出的是《南方周末》在專版上對儲安平的推崇。儲安平被認為是「以西

方的新聞觀點來實現自己的新聞理想」的新聞工作者。他的悲劇是，作為一個執著的自由主義知識份子，他「終身的理想是想通過言論來影響政府的決策，甚至忘了自己所處的現實環境。他過分早熟的對自由與民主觀念，給他帶來了終身的不幸」（謝泳，1994, 1998）。《南方周末》在這個行業的慶典上將儲安平和其他幾位成名於 1949 年以前的新聞界前輩視為中國記者光榮的先驅，無疑是對於新聞職業理想的選擇性表達，因為，「每個行業都有追溯和推崇先賢英雄的傳統，作為整合行業內部成員的重要手段。這些人身上，往往集中著一個行業的理想和規範……顯然，《南方周末》更具有職業的自覺訴求，並把相對於國家權力的獨立和對真相、真理的追求放在更為重要的地位」（施喆，2000，著重號是本文作者另加的）。

這些分析顯示，新聞從業者的專業成名的場域在分化，使得專業成名過程具有了很大的彈性。雖然黨的新聞事業的原則、市場運作的規律和新聞從業者的專業理念這三者之間有矛盾和張力，但由於成名場域的分化，它們各自不同程度地相互滲透。

參、相互「收編」：權力的機制

前面對「正式」與「非正式」成名場域的分析，隱含了這兩者間的某種「水平」（horizontal）結構。其實，它們之間也有「縱向等級」（vertical hierarchy）的面向，也就是權力關係（power relationship）的面向。其根本原因在於新聞改革在黨的領導下展開，宣傳體制的基本原則受到以政治權力控制（包括行政和意識形態）為手段的堅決維護。在這樣的歷史條件下，改革是「鳥籠」內的「制度創新」（潘忠黨，1997；陳懷林，1999；Pan, 2000a, 2000b），與此相對應，正式的成名場域比非正式的更具「正當性」（legitimate），正式的「認可」是官方的控制手段。

但是，既然有前面所說的橫向相互滲透，縱向控制（control）也就不是單面向的，而是由「強制」（coercion）和「收編」（co-opt）這兩個方面構成的。⁽¹⁰⁾所謂「收編」，是這樣一個過程，即權力中心將「異類」話語和實踐納入主導意識形態和權力體系，使之正當化（legitimate）和常規化（routinized），並以此將之馴化為現存體制之一部分。早在 1994 年，美國傳播學者 Judy Polumbaum 就指出，中國媒體的巨集觀控制在發展法制和專業自律兩種機制。這兩種機制具有雙重作用：強化控制和限制對媒體的隨意干涉（Polumbaum, 1994）。她在這裏實際上已經暗指

了圖一所表示的三種力量在黨的新聞控制主導下的相互鉗制。新聞從業者的專業成名浸淫於這樣的權力過程之中。同時，因為專業主義本身就是一個社會控制的模式（Freidson, 2001; Larson, 1977），建構專業主義話語的過程也無可避免地涉及權力關係的建構。我們在這一節，通過「相互收編」這個理論概念，對上一節的討論作出理論詮釋，並以此展示「正式」與「非正式」成名方式相互滲透背後的體制根源。

官方「收編」新聞從業者的一個重要方式是建立主導框架，鼓勵新聞從業者在這個框架內「成名」，並且力圖通過各種官辦的專業獎勵闡釋這個話語框架。新聞院校的方針是培養「忠誠的黨的新聞戰士」，1996年，江澤民又作了「重提『政治家辦報』」的講話（江澤民，1996）。官方不僅鼓勵新聞從業者在這個框架內「提高業務」，並且「成名」，而且號召各新聞單位「培養」自己的「名記者和名編輯」。比如，長期直接領導新聞界的胡喬木就在1991年的一個講話中，敦促新華社培養自己的「名記者、名編輯、名評論員」，並舉出范長江作為典範（胡喬木，1991/1997）。在官方的話語中，范長江成了一個象徵符號，被賦予官方的期望和要求。同時，由於范長江是通過自己的新聞作品和實踐、借助「中立」的《大公報》而成名，他也成為具有多重「意義闡釋」的符號，成為新聞界「非官方」的光榮先驅。

反映這種官方將新聞實踐「收編」在體制內的努力，前新華社社長郭超人在1984年的一個講話中，要求新華社不僅注意培養名記者、名編輯、名評論員，而且要注意招收優秀新聞工作者入黨。郭將此提高到「落實黨的知識份子政策」的層面，同時，他也有很實際的考慮。他認為，擁有一批著名的新聞工作者是新華社成為國際性大通訊社的必要條件，而吸收優秀新聞工作者入黨是為他們的工作創造條件，因為，新聞工作要求記者接觸到各種和各層面的人、資訊和事件，遊離在黨外會令新聞工作者在工作中遇到很多限制（郭超人，1984/1997）。也就是說，新聞從業者的成名路程必然要被納入已有的新聞體制，他們必須成為「體制內的知識份子」（the establishment intellectuals）（Cheek, 1997; Hamrin & Cheek, 1986; Goldman, Hamrin & Cheek, 1987）。

分析胡、郭的言論以及他們的依據，我們可以看到新聞從業者「成名想像」中官方話語的清晰的外延，即是否為「我們自己的著名新聞工作者」。所謂「我們自己的」，首先是「黨的」，其次是民族的。郭超人在講話中強調了這兩點。胡喬木也認為，只有有了「自己的」名記者，才可以奪得國內新聞事件的優先報導權。同

樣，吳冷西也在 1993 年范長江新聞獎的頒發儀式上號召建立「我們自己的新聞隊伍」，並稱范長江是「共產主義新聞戰士」（吳冷西，1993）。在官方的成名話語中，甚至二〇年代的邵飄萍也被塗上了「共產主義」的色彩，因為毛澤東曾聽過他的課，還因為他被認為是秘密共產黨員（華德韓，1998）。成為「我們自己的」新聞工作者也落實在當代新聞從業者的實踐中。比如，孫玉勝在他獲「韜奮新聞獎」時著文引述江澤民的話，說新聞工作者應當時刻記住不給黨「惹禍」，不影響「穩定」（孫玉勝，1994）。這與前面談到的某電臺主持人「給黨補台」的說法同出一轍，反映了新聞從業者內化服務、服從於宣傳體制這一觀念後所體現的自覺態度。

這樣的話語在新聞從業者談論「批評報導」或「調查新聞」時尤為突出（孫玉勝，2000）。這絕不僅僅是冠冕堂皇的說法，或策略的話語，而是媒體維護自己的商業利益、新聞從業者維持和拓展實踐空間的重要一環。很多新聞從業者雖然反感無時不在、主觀意志很強的干涉，但他們也清楚，如果要獲得「社會反響」，包括「社會效果」和「市場效果」（即捕獲受眾），新聞報導必須抓住黨所要解決或正在處理的重大政策問題，而這些也往往是社會最為關心的議題（孫傑，2000: 166-176；夏駿，1999: 343-366）。中央電視臺的一位中層主管認為《焦點訪談》的成功是因為抓住了宣傳需要與受眾需求的最佳結合點，他將之概括為「領導重視、群衆關心、（具有）普遍意義」。因此，從事「政治宣傳」是新聞工作者成名的重要渠道。

官方「收編」新聞工作者及其實踐還表現在前面所說的建立各種專業獎勵。無論是操辦這些評獎的專業團體之構成和評獎之機制都說明，專業評獎其實是控制的手段。首先，歷屆記協的主席都是高層的宣傳主管（如胡喬木、吳冷西）或中央級媒體的主管（如范長江、鄧拓、曾濤、邵華澤），這些人都是部級官員。其次，各種獎勵的評獎委員會都由主要「喉舌」媒體的主管和新聞界受官方認可的著名學者組成。再次，在各次評獎的條件中，堅持四項基本原則和正確宣傳黨的方針、政策都被列為最重要的標準。到目前為止，民營的內容生產者只被允許提供官方獎項範疇之外的邊緣性媒介產品。這些構成了「正式」專業認可的基礎設施（infrastructure），即官方的專業話語的基礎支撐。⁽¹¹⁾

更為直接的「收編」的方式是提拔新聞工作者為宣傳或政府職能部門的主管。這樣的例子很多，我們不必一一列舉。這些人當中，有很多又會在黨或政府的主管部門之間流動，或者在主管部門與媒體之間流動。⁽¹²⁾ 媒體的專業人才從事宏觀管理，當然會比非專業人才能更加管到點子上。這種做法，一方面促使媒體宏觀管理

更加專業化，另一方面也將新聞工作變成進入政治權力的重要途徑。這種做法並不是改革中的創新。鄧拓的人生歷程清楚表明，這個策略由來已久，它歷來是建立和鞏固宣傳體制的重要組成部分（顧行、成美，1991）。從建國初年到文革，正是通過這類策略，如我們前面所說，新聞媒體被完全納入了黨—國權力體系。但是，九〇年代的新聞改革已經開始為媒體擠出了一點「社會」的空間，這就是市場所支援的、相對「外在」於政治權力的場域。無論這個場域多麼侷促、脆弱，「外在」是它最突出的特徵，並因此具有深遠的社會變革意義。在這樣的歷史條件下，吸引專業人士進入黨—國的權力體系就具有了收編這「外在」場域的特徵，是賦予「外在」場域「依附」或「從屬」特徵的控制策略。也就是說，現在新聞從業者「做官」與五〇、六〇年代相比，有著不同的歷史和社會學含義。

雖然「收編」是社會控制的手段，但畢竟與「強制」不同。⁽¹³⁾「收編」本身不具有強制性，它訴諸誘惑與常規。對於新聞工作者來說，在黨—國權力體系內的進階，是獲取更開闊的實現自己專業理念——無論這理念的內容如何——的極具誘惑力的途徑。這種「進階」也是目前體制對新聞從業者的重要獎賞，是專業認可的重要組成部分。對抱負遠大的新聞工作者，這種「進階」甚至是在改革的現實中自己義不容辭的責任，因此他們可能會自覺地「進入體制」。有了這種人才在控制機構與媒體之間的流動，管理媒體者和新聞實踐者可以同屬一個社區，即圍繞著媒介運作的、相互關係密切的、共用基本思維框架（或關於媒體運作的「常識」）的群體。同時，「收編」又必須有「強制」為後盾，二者是社會控制的相互依存的兩面。媒體的主管，不管在改革過程中成效如何，如果不慎「觸雷」，就會被調職或撤職。有時，上面會派人進駐受到懲處的媒體進行「整頓」（比如 2001 年 6 月，《南方周末》常務副總編被撤職，編輯部被整頓）。在「強制」的威脅下，自覺被「收編」顯然是更加理性的選擇。如此形成的新聞從業者的專業社區，也就具有了「依附」和「從屬」的特徵，「鳥籠」內的專業「自律」也就成為政治控制的組成部分。

在改革過程中，「收編」是雙向的，這是與強制的另一個區別。也就是說，新聞實踐者們也力圖將宣傳體制的要素吸納到他們的實踐過程和話語中，以增強他們的專業話語在現實中的正當性（legitimacy）和說服力。為行文方便，我們姑且稱這為「反向收編」。⁽¹⁴⁾理解這種「反向收編」的前提是——借用通用的語言——承認新聞有「自身的規律」。這話有兩重含義，其一，新聞工作必須遵循專業要求，比如，要報導事實，要「客觀」，要有「權威性」；其二，在媒體走入市場後，新

聞工作必須受市場的制約，比如，要吸引受眾，要有經濟效益。所謂「反向收編」，就是將宣傳體制的某些要素轉變為實踐專業理念和實現市場效益的話語資源，成功做到這一點往往會導致專業的認可和市場的青睞。比如，《中國青年報》一位群工（「群眾工作」的簡稱，負責聯絡業餘記者，即「通訊員」和讀者）編輯因為主持了「青春熱線」這一節目而獲得 1993 年韜奮新聞獎。閱讀、回復和選擇刊登讀者來信，是黨報走「群眾路線」的傳統制度。但是，通過這一節目，黨的「群眾工作」變成了吸引讀者直接參與報紙內容製作的機制，變成了迎合受眾的一個市場策略。可以這麼說，這位編輯獲得韜奮獎標誌著官方和業界對這種「群工」性質轉換的正式肯定。

我們還可以從中央電視臺新聞評論部主辦的節目以及參與者們對於自己節目的討論中看到「反向收編」的具體表現。中央電視臺新聞類節目的重大改革集中在新聞評論部，改革的成果是一批「品牌」節目。這些節目的相繼出現，當然先是借助了鄧小平「南巡講話」的東風，後又得益於黨的「建立社會主義市場經濟」的改革方針。雖然這些節目的製作水準是獲得廣泛社會影響的前提，但是，高收視率是鑑定及認可它們質量的重要標準。收視率的實證支援是這些創新節目發展的重要基礎。可見，央視這些節目的出現和發展，反映了在新聞實踐中黨的改革政策與市場運作之間的互動關係，這種互動的核心在於新聞實踐者力圖將黨的改革路線「收編」到市場運作的軌道，以獲取市場效益。這些節目的成功，成為媒體實行「輿論監督」的範例，具體表現就是很多地方電視臺爭先恐後地開辦「焦點」節目，令媒體不僅生產出更符合專業理念的產品，而且獲得經濟效益（袁正明、梁建增，2000），以上說明顯示「反向收編」現實運作的可能性確實存在。

這種互動關係之所以可能，有新聞專業理念的仲介。從創建這些節目的新聞工作者自己的敘述中，我們瞭解到，在 1993 年改革開始時，這些年輕的新聞工作者已經接觸到了一些西方新聞作品的作品和理念，敬一丹（2000）稱他們為「很前衛的電視人」。可以說，他們通過觀察西方尤其是美國新聞實踐而形成的專業理念在此時獲得了向實踐轉換的機會。在《新聞調查》製作者們的論述中，《60 分鐘》頻頻出現，被他們用作評判自己節目的專業尺規，顯示美國新聞實踐及其理念的啓示作用（夏駿、王堅平，1999）。一位新聞類周刊的負責人也稱，他們要把刊物辦成中國的《時代》周刊（*Time magazine*），因為《時代》是新聞類周刊的代表。但是，無論央視的節目還是其他報刊，沒有一個是對西方媒體的簡單「移植」，而是借助改革和「輿論監督」等官方的號召，以訪談、交談、調查等西方新聞常用的表

現形式和手段，對新聞報導所作的探索，這種探索背後有傳統的知識份子的使命感、新聞從業者的正義感和對真理、事實真相的執著追求作為內在動力。

這一點，在《新聞調查》組，我們可以非常強烈地感受到。在這裏，新聞從業者並不侷限于「中立的」觀察者，因為，往往他們的正義感和「人之常情」不允許他們那麼做，他們節目所建立起來的為民說話、弘揚正義的名聲也不允許他們那麼做。他們追求的是成為事實真相的鑑定者，社會變革的參與者，社會正義的呼籲者，以及弱勢群體的保護者。這種追求使得他們討論自己的節目時常常採用「揭密新聞」（muckraking journalism）的話語。我們從《新聞調查》節目組出的書中可以看到這一點。首先，看書名，其中有《痛擊腐敗》和《調查中國》。其次，看結構，其中的《調查中國》的設計饒有意味。在每一頁刊行的節目文本和圖片兩側，編者留出空間，讓節目製作者寫下「調查手記」。這是些主觀色彩很濃的文字，其中有節目中無法出現的現場觀察，有製作者的感受和評論，也有製作者以一見十的聯想。這種結構更加強化了節目本身已經賦予新聞工作者的「干預者」的角色。這種「揭密新聞」話語絕不直接對抗主導意識形態；相反，它以「批評報導」和「輿論監督」的要求為正當化基礎，以「反腐敗」和「健全法制」等政策來表述其中「對立」（adversary）的取向。這其實是將官方對新聞工作的要求「收編」進了新聞工作者自己的專業話語之中。

這些是權力在話語建構中的行使形態。不可否認，改革時期專業成名的建構首先包括黨對新聞實踐的控制，原有新聞體制的原則和實踐占主導地位。但是，如果僅僅看到這一點，我們就會以為，新聞改革中充滿了「硝煙瀰漫」的控制與反抗。這顯然不符合我們能夠觀察到的新聞改革的現實。直接的衝突時有發生，比如「整頓」和「觸雷」現象；更多的則是新聞生產的常規性活動，黨—國主管與新聞實踐者的「上下合作」（潘忠黨，1997；陳懷林，1999）。我們在這裏將這個常態表達為相互收編（mutual co-optation），其中包含了話語層面的相互「馴化」，也包括了社會學意義上的相互羅致。這個過程中通常沒有硝煙，「上」與「下」的張力往往在權力運作的常態中展開。專業主義話語在改革中並不獨立或外在於政治權力體系，作為象徵體系的專業成名也不以意識形態抗衡作為主要特徵。

肆、身份認同：內與外的互動

至此，我們的探討集中于專業成名的場域和其發生過程中的權力關係。對於新

聞從業者來說，專業成名的想像也是主體意識的建構，是內化自己的身份認同。這種內化，就是建立一個認知和表達（representation）體系，解答自己是做什麼的，扮演什麼社會角色，遵循什麼規範等問題。身份認同不止於認知（cognition），它還浸淫了情感的依附（affective attachment），因為新聞從業者會對自己工作或喜愛或反感，對自己單位或依戀或厭倦，對自己的同行或讚賞或貶抑，對自己的前途或欣喜或沮喪。因此，考察專業成名的想像不僅應當考察新聞從業者如何向他人表述自己的工作和理念，不僅應當考察這種話語建構的體制環境，還必須考察新聞從業者如何建構和內化自己的身份認同。簡言之，就是要考察新聞從業者如何表述自己和對自己的期待。⁽¹⁵⁾

與很多職業相比，新聞工作有其特性，使得新聞從業者有多重身份認同的交織。他們是獨立、自主的專業人士，又是媒體組織的雇員；是專業群體的成員，還是公眾人物（Ettema, Whitney, & Wackman, 1987; Tunstall, 2001）。這些多重面向之間有張力、有矛盾。中國新聞工作者在建構身份認同時，所經歷的這些張力和矛盾，可以為三種「內」與「外」的互動來表達：組織內外、行業內外和體制內外。在成名想像的話語過程中，新聞從業者是在努力調解這三方面的互動。我們在這一節就集中討論這些話語實踐，考察它們如何體現和表達身份認同，並如何成為建構專業名望之一部分。

一、組織內外：壟斷和宣傳體制下的權力失衡

專業成名包括了個人與所在媒體組織之間的互動，因為，新聞從業者的新聞實踐受到兩套邏輯的交叉影響，一是專業的邏輯，另一是組織邏輯。理論上說，媒體組織是新聞從業者實踐其專業理念的載體和場所。首先，媒體組織為新聞實踐提供必不可少的資源，比如採寫新聞的合法資格、設備，以及發表作品的渠道等。其次，媒體組織為新聞從業者提高專業化水準提供各種機會，比如學習、培訓、評獎等。第三，媒體組織還為新聞從業者的專業表現提供穩定的回報（reward），包括收入、福利、職位提升等。不僅如此，媒體組織還是新聞從業者專業名望的標誌之一，對於一位新聞從業者，能夠服務於權威的新聞媒體本身就是他（她）專業成名的重要體現。正因為如此，有美國傳播學者認為新聞專業主義應當是組織層面的概念（Beam, 1990）。當這些條件能在有缺陷的現實中得到滿足時，新聞從業者的身份認同中就包含了對組織的情感依賴，表現為對組織的忠誠。

在改革過程中，不少記者與他們所屬的媒體組織之間有接近這種理想的關係。

比如，在九〇年代，丁望所主持《中華工商時報》時，就給予空間、給予機會、給予資源，讓胡舒立、詹國樞等人主持署名專欄，使得他們迅速成為著名的新聞工作者。在《北青報》，楊菊芳獲得了脫離日常新聞報導的自由，以便採寫大特寫，這一組織層面的策略也促使了楊菊芳在新聞界的成名。央視評論部之所以成為新聞資訊類電視節目的改革重地，其中一個重要原因就是台裏給了孫玉勝等足夠的政策空間，允許他們去試驗，包括用人制度上的改革試驗。正是在這樣的組織環境內，新聞評論部湧現了一批優秀新聞從業者。即便是地方媒體，改革的力度造就出名牌的節目或媒體，這些節目或媒體也成就了一批著名新聞人。比如，成都電視臺已有9年歷史的名牌節目《今晚 8:00》，不僅收視率高，而且使其主持人郭月和周東成為名人，其中郭月以兼職開始其電視新聞從業者生涯，幾年中獲得了多項專業獎（袁正明、梁建增，2000: 442-531）。

同樣，當新聞從業者感到他們所屬的組織無法提供實現專業理念的空間時，他們就會感到困惑，甚至失望。通常，這會表現為組織忠誠感的削弱，在組織內的投入的降低。比如，在某中央級專業報紙，有些優秀記者到其他媒體客串，並在那裏成為「大腕兒」，因為他們自己的報紙版面太少，受到的控制又太嚴。即便是在中央電視臺，類似的現象也時有發生。在央視某著名節目，有位年輕記者就感到，她的工作有點「雞肋」的味道，因為，不僅「機會太少，一年也沒拍上幾個片子」，而且報酬也低。現實與她進節目組時的想像差距太遠，那時，她大學剛畢業，該節目正「火」，感覺在這個節目組工作會「又有錢又有名」。現實是，她茫然道：「成天沒什麼事可做，每月就那三千塊錢，什麼時候才能買房子啊」。就在我們田野調查期間，她找了一家網路公司，跳槽到那裏「湊合」去了。

新聞從業者與所屬媒體組織產生心理距離並不僅僅因為機會不多和回報太少。這兩者之間的關聯其實是表像，根本的是新聞從業者專業人士的身份認同得不到尊重，造成媒體組織和新聞從業者之間權利關係的極度不平衡。比如在《新聞調查》組，絕大多數員工是聘用的，而且聘用的條件非常苛刻，完全沒有工作穩定的保障，也沒有任何福利。從體制的角度而言，這種失衡的根源在於央視有國家賦予並保護的壟斷地位，因此組織沒有與員工討價還價（bargain）的體制動力。同時，新聞從業者也沒有任何集體討價還價（collective bargaining）的可能，因為，官辦的「專業組織」完全沒有把保障新聞工作者的專業人士地位與應有的回報作為自己服務的內容。

這種制度上的權力失衡在消磨新聞從業者的組織忠誠，令「跳槽」成為普遍現

象。更為嚴重的是，官本位的宣傳制度在摧殘新聞從業者的專業身份認同，令他們對於新聞工作失望。比如，在某電臺的採訪部，記者們聊天，說到稿件不能發，會憤懣地說，「有時想想，不如回家抱孩子去」。一天一位部主任在辦公室裏踱步，看看兩個實習生，突然冒出一句，「畢業後最好別做新聞，沒意思，做什麼都比做新聞好」。在很多單位，新聞從業者報的選題會被無情否決，精心製作的節目會被「槍斃」，而且通常沒有申辯的可能。⁽¹⁶⁾ 以宣傳為核心的傳媒壟斷制度和媒體行政級別的區分，使很多新聞從業者根本沒有機會按照專業理念報導新聞。比如，成都電視臺的主持人郭月能夠成為第一位走過川藏線的女電視記者，參與拍出了極受歡迎的 10 集專題片《在三千里川藏線上》，但在 1997 年 6 月 30 日晚，她無論如何無法進入天安門廣場，現場報導慶回歸的場面，原因無非就是，她來自行政級別太低的市電視臺。

可以這麼說，在給了新聞從業者比較充分的自主空間和比較合理的回報的媒體組織，新聞從業者成名機會更大，組織忠誠意識更強，專業水準也更高。在中國大多數媒體，這種以新聞專業主義為模式的組織和新聞從業者個人之間的關係尚未建立起來，新聞從業者並沒有得到專業人士所應得的尊重（包括物質回報和工作穩定）和權力（包括工作中的自主和與媒體組織討價還價的獨立專業人格），⁽¹⁷⁾ 因此，專業主義理念的實踐不僅在不同媒體之間有很大差異，而且總體來說是在夾縫中掙紮，不僅先天不足，而且後天營養不良。

二、行業內外：「名流」的誘惑和社會期待的囚禁

新聞從業者的身份認同中還有行業內外的互動，它源自行業內專業衡量體系與行業外的社會期待之間的張力。其實，早年張季學所擔憂的「成名」之誘惑指的就是在社會上的知名。在以電視為代表的流行文化時代，這種「專業成名」與成為「社會名流」或「文化名人」之間的緊密關聯尤其突出，很多著名新聞工作者同時也是通俗文化的「偶像」（icon）。⁽¹⁸⁾ 因此，作為象徵體系的專業成名，所表述的也不僅僅是行內的專業話語，而且是流通于通俗文化領域的價值觀念和評判標準。誰是新聞從業者？他們是群什麼樣的人？他們在做什麼和應當做什麼？他們具有和應當具有哪些文化和社會特徵？對這些問題，不僅行內的專業話語，而且社會的非專業話語都有解答，這兩者相互影響。

新聞從業者之成為社會名流，絕大多數是因為他們已經取得了某種專業名望。比如趙忠祥，早在他成為各種大型活動，尤其是一年一度的春節聯歡晚會的主持人

和暢銷書作者之前，就已經因中央電視臺每天晚間的《新聞聯播》節目而為受眾所熟知了。這一職業的源起，使得趙忠祥至今仍自認為是「新聞工作者」。但是，通俗媒體通常描述他為「名人」，他在電視觀眾的集體記憶中，更多地是與倪萍聯繫在一起的，同是「娛樂圈」的。

在更普遍的意義上，新聞從業者如此來回穿梭於新聞與娛樂之間，表現出與傳統的、負載沈重道義的新聞很不相同的、以娛樂為「邏輯」（media logic）的所謂「通俗新聞」（popular journalism）（Altheide & Snow, 1989; Dahlgren & Sparks, 1992; Hartley, 1996; Langer, 1998）。與此相適應的是新聞工作者的知名場域已經擴張到了以媒體（而非新聞媒體）為舞臺的「通俗文化」。一個突出的例子是，在《東方時空》醞釀改版期間，幾位主持人的何去何從以及各自的風格為各種娛樂媒體所津津樂道。新聞與娛樂的日益合流、市場對媒體的滲透、電視媒體的霸主地位以及網路媒體的擴張等，都為這種身份混雜或膨脹準備了條件。

成名之後，「名」的誘惑就變得越來越難以抗拒。於是，名主持人寫暢銷書成為時尚，他們也因這些書而更加成名。他們也樂意接受邀請，作為嘉賓上網與網民聊天，參與製造通俗文化偶像的活動。他們中有些為自己所代表的正義所感動，倚靠在自己所屬媒介單位元的行政級別，說是要「平視社會」，卻難以走下所屬單位級別的雲梯；雖說只是報導、報警，卻難以放下鑑定真相、打擊醜惡的道義責任。河北省電視臺《新聞廣角》——當地很火的「焦點類」節目——的製作者描述了這樣一次報導過程，並自稱為「驚心動魄的採訪」。該節目組決定要「介入」邯鄲非常猖獗、久治無效的賭博業。採用隱性採訪，他們就這個題材做了第一期節目。為了拿到更確鑿的證據，他們決定在這期節目播出的當天就此題材做「多方位現場報導」。其中一個製作組由製片人帶領，直接到了市公安局，要求配合。他們夜裏打電話找局長，要求他看當晚的節目，要求公安幹警出動，封查他們已經發現的賭場、保護已經混入賭場的記者（袁正明、梁建增，2000，pp. 384-401）。我們這裏無意描述細節，也不是說這些新聞從業者不具有道義上的正當性去揭露非法賭博，我們要剖析的是這種要求公安機關按照新聞製作的需要而運作的邏輯。這種邏輯，一方面反映了「省級單位」對市級單位的基於官本位意識的居高臨下，另一方面反映了過於膨脹的「使命」和「道義」優勢。這次「驚心動魄的採訪」並非在報導新聞，而是在製造新聞，是在迫使現實按照新聞編排的邏輯運行。

行業內與外的期待以及新聞工作者感受到這些期待而產生的身份認同是有區別的。對某些人來說，行業外的期待超出了行業內的專業期待，這種差異產生出新聞

從業者與「社會名流」或「正義的使者」等多種身份認同之間的張力，並造成一些新聞從業者所抱怨的「負載太沉重」。全國記協主辦的《中華新聞報》為紀念第一個「記者節」發表的社論（2000）提出，新聞工作者應「做好改革開放和社會主義現代化建設的見證者、親歷者、先行者、瞭望者、參與者、監督者、關注者、推動者，做黨和人民群眾滿意的好記者」。這麼多的角色同時壓在新聞從業者身上，份量可想而知。

道義的承載過重，角色期待過多，也是使一些人對新聞業失望的原因，於是，商海的機會就更具有誘惑力。在這樣的失望和誘惑夾擊下，不少新聞工作者就開始瞄上了其他行業，或以為他們可以放下自己的專業理念和理想，或以為在那些行業，他們的專業技能可以得到充分發揮。於是，「跳槽」就加上了「轉行」。這種對於自己專業的背棄有兩種方式。一種是「暗渡陳倉」、「一仆二主」，即人不出新聞界，利用自己所屬媒體的象徵資源和物質資源，為別人打工，為自己謀利。另一種方式是徹底拒絕新聞專業的身份認同，選擇改行。一位曾經在當地紅極一時、被廣為看好的主持人，退出了新聞業務，做起了官。當被問及他為什麼做這種選擇時，他答，因為當地媒體的活躍年代已經過去，而整個中國目前的媒介環境並沒有「適合名記者、名主持人成長的土壤」。於是，他放棄了以默羅、克郎凱特為偶像的成名理想，只是想「自己管一攤子事兒」。另一位在新聞界幹了 15 年的資深記者，終於痛下決心，辭職去了一家網站。在他離開的辦公桌最醒目處，放著一首長詩，表達他從「位卑未忘興報業」到「合家平安度餘生」的心路歷程，個中的失望與悲憤，躍然筆端。在九〇年代末，很多類似心灰意冷的新聞從業者抗不住網站或其他商業機構的誘惑而離開了。

所有這些都表明，新聞工作者的專業身份認同處在各種誘惑和打擊當中，專業理念很難清楚、純粹。於是，在改革 20 年後的今天，我們看到保持專業理想的人在繼續努力，同時也看到這種專業理想被新聞媒體的社會責任和地位又推、又拉、又壓的摧殘，新聞從業者被各種社會期待所誘惑和囚禁。

三、體制內外：沈默、「游擊」和逃離

新聞工作者的身份認同是與現行的傳媒體制分不開的。令新聞工作者困擾和迷茫的重要原因之一是專業理念與宣傳工作的要求之間的矛盾。這與新聞從業者個人的選題和作品被否決不是一回事情。新聞從業者的作品被否決並不是中國新聞體制獨有的，在西方的商業媒體，這是司空見慣的事情。問題的關鍵是在什麼樣的框架

內、通過什麼樣的方式或程式否決新聞工作者的選題和作品？對這兩個問題的回答，其實就是對這樣一個問題的解答，即專業主義是否成為新聞實踐中社會和權力關係的模式？在中國，回答是否定的。

美國社會學家 Warren Breed 在 1955 年的一項經典研究中指出，編輯部內部存在「社會控制」的機制（Breed, 1955）。他並沒有僅限於一般人所知道的媒體組織在聘人過程中如何體現意識形態和價值取向，他更關注在新聞生產的過程中，編輯部內的權力關係的體現。在新聞生產過程中，資深的、地位高的編輯會在業務指導、指示中，將組織的價值取向傳遞給每一個新手，而每個新手又都有專業和物質的動因而尊從（conform to）組織內成文或不成文的規定、規範和標準。Breed 所揭示的實際是一個體制內權力運作的常態。我們在前面已經以「相互收編」為核心討論了這種權力運作。在這裏，我們引用這項研究是要指出，新聞生產不可避免地是權力行使的過程，是社會控制得以運作的過程。當專業主義成為這種社會控制的模式時，直接的權力行使者是新聞從業者的同行，即他們的業務上司——編輯；控制所依賴的是專業的理念，所做的是專業的評判；控制的方式是通過專業水準和理念的內化；控制的實現依賴的是建立於實證知識基礎上的專業權威而不是政治權威（Freidson, 2001）。因此，這種社會控制同時具有專業規範的特性，雖然參與者並不全在同一權力水平位置上。⁽¹⁹⁾ 顯而易見，宣傳體制不是按照這樣的模式來實現控制的，而是基本上採取了行政命令和意識形態強制的模式。

這兩種控制模式也必然導致新聞從業者不同的身份認同。在「專業模式」下，新聞從業者首先被認為具有獨立的专业人格，這是這一控制模式得以建立的前提條件，因此，控制主要限於業務過程和從事業務的人之間；在「宣傳模式」下，新聞從業者不具備獨立的专业人格，他們只是宣傳工作者，是黨的新聞事業的「螺絲釘」。在「專業模式」下，新聞從業者的專業角色得到尊重，表現在制度化的回報，包括收入、工作穩定和工作中的獨立自主，即新聞價值判斷的權力；在「宣傳模式」下，新聞從業者的專業角色得不到這種尊重，「專業化」僅限於形式、手段和技能上的創造及提高，而不包括在內容上——包括選題、思想、新聞框架（news frames）的選擇——的獨立判斷的權力。沒有新聞從業者獨立專業人格的意念，就不可能有對他們專業表現的合適評判標準以及回報體制；沒有這樣的標準和體系，也就無法樹立起獨立的专业人格。

但是，媒介走向市場之後，使得新聞從業者感受到了源自市場競爭的呼喚，就是要建立自己獨立的专业人格，這就將專業理念與「宣傳體制」的衝突凸顯到了表

面。如前面所說，正面衝突相對是少有的，衝突更多地表現在相互收編中。但這不等於說衝突不存在，而是說衝突以比較隱蔽的形式表現出來。其中一種形式是新聞從業者以各種方式與宣傳體制打起了「游擊」。報社編輯買賣版面就是這種「游擊」策略之一。從這種體制矛盾的角度分析，倍受抨擊的「有償新聞」也是「游擊」策略之一，因為，其一，新聞從業者的專業角色在宣傳體制內得不到應有的回報；其二，新聞從業者要採訪和報導新聞事件，面臨的是來自各個方位的宣傳體制的參與者，包括了那些極力想得到媒體正面報導的單位。因此，「有償新聞」是制度衝突的產物，這種明顯的違背新聞專業倫理的做法，反映了新聞從業者對於自己專業身份認同的拒絕，但這不是他們自在的拒絕，而是被囚禁在「宣傳體制」內後自覺的拒絕。這種否定同時也是對「宣傳體制」的基本原則的顛覆：黨的宣傳工作者這一身份不再神聖，黨的新聞事業中的社會和象徵資源是可以在市場流通的商品。

當然，很多新聞從業者並不採取這種有違專業操守的拒絕方式，而是採取「游擊」策略來推進他們的專業理念，這是「打擦邊球」的一個最主要的動因。某報一位年輕記者和我們說，他在四年的記者生涯中，經歷了很多重大新聞事件。凡有突發新聞，他都要衝到現場，因為，在新聞事件的現場，他能感受到「一種興奮」，這是一種他認為做個好記者必備的「激情」。如果他採寫出來的新聞由於上面的規定而不被採用，他也要嘗試一下，在晚間截稿前聯絡其他新聞單位，如果它們報了，他也會發被否了的稿子，因為，「規定是死的，不嘗試一下會後悔的」。可見，雖然他會遵從上面來的規定，但他並不認為那些規定反映了專業的判斷。一家市電臺從業近二十年的資深編輯說，當年遇到以色列前總理拉賓遇刺的事件，他不顧地方媒體不得獨自播發國際新聞的規定，不等領導審完新聞稿，就搶先將新聞報了出去。他認為，該城市「是國際大都市」，「市民有關心和理解這個全球政治事件的水平」，他為能在其他新聞媒體之前將這消息播發出去而大為自豪。他說當時這麼決定時就「準備挨批評」，「只要不把我開除公職就行了」。另一位電臺記者說，「我拿著這個話筒就為老百姓說話」，「如果能夠通過我們的話筒，讓老百姓的心情能夠安撫一下，讓怨氣出來」，這，按她的講法，「是給政府幫忙」。那麼，如何對待那上面下來的種種清規戒律呢？她說她利用的是電臺速度快的優勢，在市委宣傳部禁令發出之前，就把新聞播出去了。

在更多情況下，宣傳體製造成的是令新聞從業者倍感壓抑的工作環境。很多新聞從業者感到工作辛苦、報酬偏低、工作自由度小、缺乏動力。在體制上，「做好

了是應該的」，沒有什麼獎賞，「做差了被懲罰得很厲害」。在各地新聞單位，主管的宣傳部會給新聞單位傳真或電話下達各種巨細靡遺的指令和禁令，它們都沒有任何解釋，只是一道道簡單的「不得……」或「要……」的決定，新聞從業者對此，大都只能選擇沈默，沒有人能夠以專業理念為根據來討論這些命令。

同時，絕大多數人也並不在內心接受這些命令。這裏講的沈默，隱含了對宣傳體制的拒絕。新聞從業者知道不可「以卵擊石」，但是他們相信自己的專業判斷，認為那些上面「一定要報的，很多是沒有什麼新資訊的陳詞濫調」；還有些人是「自己寫些真正的新聞」，「不讓我報也不生氣」，等待時機儘量使自己的作品能夠見天日。由此看出，沈默是無奈的表現，是不得已而暫時懸置對自己的專業人格之尊嚴的爭取。某電視臺一位著名記者表示，他最崇拜鄧小平，因為鄧「拿得起，放得下，三起三落，能屈能伸」。他同時也說，中國媒體的實際情況，只能是在現有的框框裏爭取做得最好，不能急，要懂得「借力」、「借勢」，即通過借助其他力量來達到自己的專業目的。有時，沈默輔助「游擊」策略，以避免引起注意，維持有限的專業實踐空間不因自己的魯莽而受到進一步擠壓。孫玉勝主持制訂的央視評論部的部律，就充分顯示了這一點。當然，「沈默」也是「默許」（acquiescence），使得宣傳體制的延續成為可能。這對很多人來說是生存的必要，因為，最主要的媒體在黨的直接控制之下，單純依賴市場的媒體尚不成規模，因此，脫離宣傳體制畢竟風險太大，變換行業又意味著徹底放棄自己的職業理念，再說，這對很多人來說也不那麼容易。

儘管媒體民營還是被明文禁止的，這並不表示新聞從業者沒有在開拓這片天地。不少新聞從業者，索性闖蕩到了體制之外，依託市場，探索如何實踐自己的專業理念。前面提到的王長田就是這些人當中一個初步成功了的典型例子。當然，在那些跳出「圍城」的人來說，也有兩種，一種是主動選擇出去，以闖出一條路子來，如夏駿；另一種是因為在體制內「觸雷」，被「逼上梁山」的，如王長田。但無論是那種方式，他們都是拒絕了宣傳體制，希望走出一條路來。夏駿以一句「早起趕路的人」濃縮了這種創建式的拒絕。至於那些跳出宣傳體制的圍城，「下海」辦刊物、辦報的，更是不勝枚舉。這些拒絕現體制的人，大多在體制內已經表現出了強烈的辦媒體的理念，有些，如夏駿、王長田、胡舒立等，因此他們在圍城外辦的媒體或製作的節目帶有強烈的個人理念。⁽²⁰⁾ 他們中不少人已經在現體制內成名，這名望在他們下海時變成了他們的「文化資本」；他們在體制內的各種關係，變成了他們可以利用的社會資源。與此同時，這名聲也會在某些方面成為他們下海

後的負擔。夏駿在業內的名聲，尤其是作為使命感特別強的電視人的名聲，既是優勢，也是障礙。它首先令他下海時能夠得到大筆的啟動資金，反映了他的名聲向資本的轉換，而王長田下海時只以 10 萬元起步的規模與他根本無法同日而語。對此，王長田感歎無法相比。除此之外，夏駿在央視建立起來的社會關係讓他在一些方面更容易辦事情。但是，夏駿的名聲也使他的公司及其舉措被主管部門盯得特別緊，他的一舉一動也被業界的同行們細細追蹤，令他有不得不迅速成功的壓力。不僅如此，對夏駿來說，業內的期待是，他的成功絕不能僅是掙到了錢，還得有電視產品及製作機制等方面的創新。相較之下，王長田就沒有這麼多重的壓力，可以基本上以市場營銷的成功為唯一目標。

無論是體制內還是體制外，在新聞從業者的身份認同中，他們在一點上很一致，就是以專業理念拒絕宣傳體制強加給他們的宣傳工作者的角色。在體制內，這種拒絕更多地表現為無奈的沈默和「游擊戰」式的迂回；即便是在體制外，新聞從業者也並不正面與宣傳體制發生衝突，而是填補宣傳體制內所留下的空缺。比如，王長田就將資源投放在娛樂節目報導的製作，而不涉及任何其他「嚴肅」的新聞題材，典型地反映出一種「邊緣突破」的策略，而這正是九〇年代新聞改革的突出特點（Pan, 2000b；陳懷林，1999）。這些都反映，在黨－國政治權力體系的強制力量下，專業主義和市場力量是軟弱的和扭曲的。同時，那些走出圍城，進入我們所稱的「創建式拒絕」層面的人，正在顯示出自己的力量，給圍城內的同行們以期待。

伍、結語：專業主義的碎片和局域呈現

專業主義的議題在中國新聞改革中的出現絕不是研究者們在象牙塔內的遐思，而是改革進一步深入的表現。在實證考察中（包括實地觀察、深入訪談和閱讀新聞工作者的自述），我們可以清楚看到新聞從業者對專業主義的概念之使用，包括「專業化」、「專業標準」、記者的觀察者和揭露者的角色、專業倫理等等。這些概念在業者當中之闡珊，說明改革的實踐和話語開始有了一個相對完整的框架，正在逐漸形成共用的理念，其中包括媒體的社會角色、新聞工作的基本性質、新聞從業者的社會責任和身份認同、新聞實踐的行業規範和評判標準等。

但是，專業主義不是教條，而是活生生的新聞實踐活動。它是一套論述新聞實踐和新聞體制的話語，強調的是新聞從業者與新聞工作的普適性特徵；它是一種意

識形態，是與市場導向的媒體（及新聞）和作為宣傳喉舌的媒體相區別的、以公眾服務和公眾利益為目的、以實證科學原則為基石的意識形態；它也是一種社會控制的模式，是與市場控制與政治控制相區別的、以專業知識為基礎的專業社區控制模式。普適性的專業主義話語必須與在具體歷史和社會場景下發生的新聞實踐發生勾聯，體現出其歷史的、文化的和社會的具體形態。

以上兩段話表述的是本篇論文分析的邏輯前提。由此出發，本文的分析還假設了更深一層的邏輯要求，即經濟、政治、行業這三者之間制度原則的一致性專業主義產生的必要條件。具體而言，我們這裏說的是下述三者之間的邏輯一致：市場經濟的個人自主平等選擇原則，民主政體的公民自由和人權原則，以及新聞業專業人格的獨立與自主原則。建立在這些基本原則基礎上，西方的專業主義是以專業知識為基礎、以服務全體公眾為目的、以專業社區自律為手段的社會控制模式（Freidson, 2001）。由於個人與群體利益之間、經濟與政治之間、公眾利益與經濟和政治領域不可避免的局部利益之間的張力與矛盾，專業化——專業主義的健全及內化——必然是不停歇的過程，是社會建構的持續性專案，以對這些張力與矛盾在變動的歷史情境下不斷作出調適（Macdonald, 1995）。

依據這樣的邏輯前提，我們考察了作為舶來品的專業主義在中國新聞改革過程中正在如何被建構。我們所做的是歷史—社會學的話語分析，即將上述的三種實證資料都作為文本，置於中國傳媒改革的具體語境當中，揭示其象徵結構和語意體系。具體的操作方法是考察在「著名新聞工作者」的言行以及對「著名新聞工作者」的期待中，各種話語和實踐如何表達了上述專業主義的話語成份。我們可以將本文的分析作以下的總結：

中國新聞改革的話語場域集合了三個不同的傳統：中國知識份子以辦報啓迪民心、針砭時政的傳統，中國共產黨「喉舌媒體」的傳統，源自西方卻被「本土化」了的獨立商業媒體的傳統。這三個傳統對上述專業主義的內容由不同的定位概念予以表達，它們之間相互滲透，形成了話語場域的多元和不穩定。

這也就是說，新聞改革時期的話語場域缺乏上面所說的制度原則之一致性。在改革持續已 20 年的今天，新聞從業者建構專業主義話語的歷史場景面臨三個相互推拉的力量：黨對媒體的控制，市場對媒體的誘惑和支配，專業服務意識對媒體自主的壓力。

新聞從業者要實現自己的專業理念，成為名記者，必然要在這樣的話語空間應對這三股力量，以尋求在具體行為場景或語境下可行的選擇。

結果，專業主義在話語實踐中只能是碎片和局域的呈現。

所謂碎片呈現，就是說在不同語境被共同強調的只是操作技能和表現手段上的專業水準以及實踐中的專業倫理，但專業主義的其他成份或被扭曲，或被忽略，尤其是那些涉及到媒體的社會功能和角色，新聞從業者的社會角色和責任，新聞生產中的社會控制的成份。

所謂局域呈現，可由兩個方面來說。首先，專業主義話語被侷限在新聞業務領域，而不被允許作為整合專業社區的意識形態和確立獨立專業人格的社會控制模式而發生作用。這無論是從對專業主義的論述還是對它的實踐都是如此。其次，專業主義的普適性內涵被賦予了「中國特色」，因為它在新聞從業者的實踐中，被滲入了中國知識份子入世、啓迪民智的傳統和新聞改革的現實矛盾。

這就是說，專業主義沒有也不可能從西方簡單移植到中國，因為中國的歷史條件不同。

其中包括新聞從業者不同的歷史淵源。如著名新聞史學家甯樹藩（1990）所說，「中國新聞記者的出現，是在西方大炮轟開中華封建帝國大門之後。當他們的手開始拿起筆桿的時候，他們的腳便踏在正孕育著巨大變動的大地上」（p. 1）。他們中的優秀者如黃遠生、王韜、梁啟超、邵飄萍、張季鸞等都有良好的學識和傳統知識份子的良知（pp. 2-16），民族與國家的危亡，喚起他們強烈的社會責任感和歷史使命感，令他們感受到並參與推進中國的不斷激進化（Yu, 1993）。這與美國新聞業起於小印刷業主（如 Benjamin Franklin）的營利活動和新聞記者始於受雇用的「包打聽」截然不同（Mott, 1962; Emery, Emery, & Roberts, 2000）。

當代中國的新聞從業者仍然保留著這種知識份子的底色，也就是說，他們在目前的社會轉型中「絕對不是單純的旁觀者，」而是類似「希臘歌劇中的合唱班，恐懼而又著迷地注視著舞臺中間結局已定的人與神的搏鬥。……他們常常表現出驚人的智慧，已經看出這種特殊劇目的潛在方向，明白了這決不是那種可以讓置身於場外的人平安無事的戲」（史景遷，1998，p.5）。

這篇論文探討的是以此為底色的中國新聞從業者，如何在社會轉型過程中構築他們的話語實踐。我們由新聞從業者成名的想像切入，考察專業主義在中國的話語實踐中正在如何被建構。

我們顯示，這種建構通過三類微觀機制展開，即正式與非正式成名場域的區分和相互滲透，以強制和「相互收編」兩個相輔相成的方式而發生的權力行使，以及組織、行業、體制內外的互動。這一建構是社會轉型過程中新聞改革的重要向面，

而不是與改革相剝離的過程。專業主義的理念，無論多麼零碎，已經並繼續成為新聞工作者從事改革實踐的一種召喚，成為新聞改革的動態發展的一個重要力量。因此，我們在本文也是在考察一個被政治經濟學的分析、制度主義的分析等邊緣化了的改革的面向。

由於不同的傳統和推拉力量通過這些機制約束、促成、選擇並固化各種不同的新聞實踐，專業主義的意識形態在實踐中必然出現碎片和局域的呈現。這當中既體現了實踐者在具體行為場景中的理性選擇，也體現了體制、市場、歷史傳統的制約作用。

這些結論是對論文中的分析、描述的抽象，顯得乾巴。通過細緻的分析和「厚重的描述」（Geertz, 1973），本文力圖展現一個話語建構的動態場景，試圖傳達一種感受——同時也是理論的提煉，即專業主義意識形態在新聞改革過程中既成為「顯題」，又呈碎片和局域狀態。這是力圖從中觀察現實中提煉理論，而不是將某個既定的理論套裝在改革的動態之上。

分析走到這一步，就有「那又怎麼樣？」的問題，即，我們的分析對於改革的走向是否能夠做出某種預測？是否有助於理解下一步改革會怎麼走？

本文的分析讓我們可以對此作出明確回答。首先，宣傳體制面臨根本危機，表現之一是新聞從業者已經不再內化其原則。我們的分析顯示，新聞工作者多以沈默、「游擊」和逃離的方式拒絕粗暴的宣傳體制行為，而消費市場和傳媒市場的成長，又日益為「逃離」成為可行的創建式拒絕提供條件，即有志的新聞從業者可以、越來越敢於、並且可能在市場上實踐自己的專業理念。中國進入 WTO 只會將天平更加向市場的方向傾斜，使原有的宣傳模式更加難以維繫。體制內外的這種呼應，反映了新聞專業主義的模式與市場力量的結盟，具有深層變革的意義。這是改革走向的一部分。

另外一部分是，市場的誘惑進一步威脅新聞從業者尚未釐清的專業主義理念，新聞與娛樂界限的模糊甚至消失、電視與網路媒體的凸顯，會將新聞進一步走向媚俗和消費主義的通俗文化領域，使之日益失去符合專業主義原則的新聞話語所應當具有的理性和批判精神。這將是在宣傳模式瓦解之後進一步改革的最大挑戰。

因此，我們今天討論新聞專業主義的建構也具有了前瞻的意義。只有新聞從業者的專業社區非常牢固地以專業主義話語得到整合，才能抗拒市場對嚴肅新聞話語的侵蝕；只有將建立在專業主義基礎上的對媒體、對新聞工作者的期待變為全社會文化價值體系的一部分，才能抵禦純粹市場導向的新聞話語的蔓延（McManus,

1994)。

註釋

- (1) 這裏概括的是這樣一種分析取向：將理念 (ideation)、話語 (discourse)、和實踐 (practice) 放在相互推動的整體中來考察。突出表現這一分析取向的是普林斯頓大學社會學家 Robert Wuthnow 於 1989 出版的 *Communities of Discourse*。在這部著作中，Wuthnow 分析了西歐宗教改革、文藝復興、空想社會主義這三大思潮的興起，以及每一思潮與所處歷史條件之間的關係。福科的《性史》和薩伊德的《東方主義》，雖然各自有不同的理論分析和學術傳統，但在大的脈絡上也顯示了這種分析取向。
- (2) 這些表述根據的是學者們對美國新聞史、新聞專業倫理、傳媒法律、新聞與傳播的運作及效果等方面的研究。依據的主要著作有 Gans (1980), Johnstone, Slawski, & Bowman (1976), McQuail (1992), Mott (1950), Schudson (1978), Siebert, Peterson & Schramm (1956), Smith (1998)。必須指出的是，這些新聞專業主義的基本內涵並不是一成不變的，它們隨著歷史條件的變化面臨新的詮釋、新的挑戰，因此具有話語的歷史性。對於新聞專業主義話語的歷史性，見 Schudson (1978) 和 Zelizer (1993)。對於這些專業主義原則的規範理論基礎由自由報刊理論到社會責任理論之演變，見 Siebert, Peterson, & Schramm (1956)。對於這些原則在「客觀新聞」、「揭密新聞」和「公共新聞」(public journalism，或「市民新聞」，civic journalism) 等傳統中的表現以及這些傳統之間的衝突，見 Black (1997), Glasser (1999), Miraldi (1990)。關於政治宣傳如何滲透到新聞的專業理念，見 Sproule (1997)。儘管新聞從業者的獨立和中立角色和客觀性法則在歷史上受到各種挑戰，如「揭密新聞」、「新新聞」和「公共新聞」等，但它們今天依然占主流地位，客觀性法則仍然是新聞工作的基本原則。
- (3) 從 19 世紀下半葉到 20 世紀初，美國新聞從業者經過了一個由受雇傭的「包打聽」到專業人士的演變，其社會地位也由社會底層上升到了中產階級。參見 Gans (1980), Mott (1962) 和 Schudson (1978)。從社會學的角度來看，新聞專業主義在美國的建立有以下幾個重要標誌：(1) 專業組織的建立，如建立於 1909 年的 The Society of Professional Journalists (SPJ，建立時名為 Sigma Delta

Chi)，建立於 1922 年的 The American Society of Newspaper Editors (ASNE)，和建立於 1912 年的 Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC，這是現名，由 1912 年成立的 American Association of Teachers of Journalism 和 1917 年成立的 American Association of Schools and Departments of Journalism 合併而成)；(2)專業行為準則的公佈，如 1923 年美國全國報紙編輯協會 (ASNE) 公佈了第一份專業行為準則 (Cannons of Journalism)，繼之，SPJ 於 1926 年公佈了自己的行為準則，全國廣播者協會 (National Association of Broadcasters, NAB) 於 1929 年公佈了自己的行為準則；(3)新聞教育的開始，如 1904 年在伊利諾斯大學 (University of Illinois) 和威斯康辛大學 (University of Wisconsin) 開始的新聞本科教育、密蘇里大學新聞學院於 1908 年的建立等；以及(4)專業自律機制的建立，包括新聞教育課程的認可 (accreditation) 制度，如 1948 年美國新聞教育理事會 (American Council on Education for Journalism) 公佈了認可標準並認可了 38 家新聞院系，新聞獎勵 (如普利茲獎) 的建立以及各種監督和批評新聞實踐的組織 (除了上述專業組織外，還有 American Press Institute, The Freedom Forum, National Press Foundation, The Pew Charitable Trusts 等各種不同背景的監督、提高新聞媒介的組織) 和刊物 (如 *Columbia Journalism Review*, *American Journalism Review*) 的建立。參見 Emery, Emery & Roberts (2000), Hohenberg (1983) 和 Mott (1962)。與中國的情況不同的是，這些專業組織和媒介監督、批評組織都具有非營利、非官方的性質，因此它們構成相對獨立於市場和政府 (state) 的「第三部門」。

- (4) 新聞史學家甯樹藩教授認為，與國人辦報強烈的政論色彩不同，中國早期外國人辦的商業報紙，如《申報》等，從一開始就重視新聞報導多過言論，但這種新聞傳統並沒有造就名記者，其原因在於沒有自由採訪的社會環境，這種情形直到民國初年才有所突破 (作者訪談，2001 年 7 月 3 日)。
- (5) 這裏採用了哈貝馬斯的理論意念 (Habermas, 1989)。但是，我們在此並不斷定中國歷史上曾有成熟的「市民社會」及建立於其上的「公共領域」，我們在此只是指出，相對極權主義 (totalitarian) 的統治，私人辦報開拓出了一點空間，這一空間在結構上不屬於國家 (state) 的官僚體制，具有了「社會」的一些基本特徵。
- (6) 中國第一部新聞學專著，徐寶璜著《新聞學》便是「西學東漸」的實例。徐寶

璜於 1912 年北京大學畢業後赴美國密執安大學攻讀經濟學和新聞學，1916 年回國，任《晨鍾報》編輯，1918 年主持北京大學新聞研究會。1919 年 11 月 7 日，時任北京大學校長蔡源培，為徐著《新聞學》一書作序道：「新聞事業在歐美各國，均已非常發展，而尤以北美合衆國為盛。自美國新聞家 Joseph Pulitzer 君創設新聞學校于哥倫比亞大學，而各大學之特設新聞科者，亦所在多有，新聞學之取資，以美為最便矣。伯軒先生遊學北美時，對於茲學，至有興會。歸國以來，亦頗究心於本國之新聞事業，今根據往日所得之學理，而證以近今所見之事實，參稽互證，為此《新聞學》一編，在中國新聞界實為『破天荒』之作」（見復旦大學新聞系新聞史教研室，1987: 114-115）。邵飄萍在其 1924 年版的《新聞學總論》中，也以英國的新聞記者協會等為例，提倡保障記者地位，包括「保有職務上精神之自由」以及「為欲達新聞記者行使職務之圓滿，努力于立法之修正改良」等（同上，頁 132-135）。

- (7) 比如，在 1943 年 9 月 1 日的《解放日報》上，陸定一發表了〈我們關於新聞學的基本觀點〉一文，認為資產階級新聞學主張新聞五要素、主張記者須親臨現場、主張攝影報導等，「我們認為是對的（理由不必多講了），但我們同時要指出，要想求得新聞十分真實，這是非常不夠的。」（見復旦大學新聞系新聞史教研室，1987: 268-269）。陸文是黨報理論的重要基礎，也始終是新聞教育的重要內容。新聞理論教材中的相關表述可參見李良榮（1995a）。
- (8) 比如，中共十一屆三中全會後不久，《人民日報》加編者按全文轉發當時任《遼寧日報》記者的范敬宜對農村聯產承包責任制的報導「莫把開頭當過頭」，1985 年《中國青年報》對大興安嶺火災的深度報導「紅色的警號」、「黑色的詠歎」、「綠色的悲哀」，《人民日報》的綜合報導「中國改革的歷史方位」，以及 1992 年 3 月 26 日，《深圳特區報》記者陳錫添採寫鄧小平南巡的長篇通訊《東方風來滿眼春》等，都是體現中國知識份子的啟蒙使命和宣傳效果高度結合的突出案例。
- (9) 在中國大陸三個中心城市，我們進入一些主要新聞單位，觀察其內部運作，並體會在媒體的日常運作中新聞從業者所感受到的激勵和限制。在每一城市，我們以報紙、廣播或電視媒體，本市或本省級別，黨報或非黨報的性質這三個面向的交叉，建立了 8 個類別，然後在每一類別選擇至少一家媒體作為田野考察的物件。在每一家被選中的媒體，我們還對一些新聞從業者，包括中、上層的管理者和普通新聞從業人士，作了深入訪談。三地執行的狀況因為實際情況的

限制有所不同，但基本的選樣設計、訪談內容以及田野觀察的程式是統一的。除此之外，我們還搜集了很多公開出版（包括在網上發表）的新聞從業者的自述，以及專業刊物上的理論和業務探討。對我們的分析取向，可參見 Staurt Hall (1980) 對文本的定義。他說，文本是有內部結構的由象徵載體 (sign-vehicles) 組成的體系。它必須在話語場域內，通過話語實踐（包括編碼和解碼）才具有意義。這樣定義的文本具有寬泛的應用價值，即任何具有象徵功能的社會實踐——而所有社會實踐都具有這功能——都可以作為文本來分析（見 Fairclough, 1992）。這種社會實踐被人類學家利奇稱為“表述性行動” (expressive actions)，見 Edmund Leach (1976)。為了保障我們訪問的人和觀察的媒體組織的匿名，也為減少篇幅，我們不一一列舉對訪談和《田野日記》的引述。只有引用公開出版物時（包括報刊、書籍和網路文章），我們才會道出被討論到的人或組織的名稱。

- (10) 「控制」 (control) 的對應面是「抵制」 (resistance) 或「反抗」 (opposition)。但是，當這兩者在同一體制內作為常態發生時，就表現出相互的「收編」。這是從社會學角度對「意識形態霸權」的動態所作的詮釋，因為，「意識形態霸權」必須有被控制者的自願（雖然這是別無選擇的自願）參與 (willing consent)。對意識形態霸權理論的闡述，見 Antonio Gramsci (1971)。對這一理論在媒介研究中的應用，見 Todd Gitlin (1980)。對於「控制」與「抵制」之間的辯證關係之分析，見 James C. Scott (1989) 和 Michel de Certeau (1984)。
- (11) 所謂話語的社會學基礎支撐，就是承載這一話語的人、團體和社會結構。有了這種支撐，一個話語才具有實體的意義，才有持續並發展的可能。同樣，這個基礎的變化，如人員發生了變化，組織發生了變化，或社會結構發生了變化，話語的生命力也會發生變化。因此，社會變革與話語變遷相伴發生。參見 Robert Wuthnow (1989)。
- (12) 如徐光春、梁衡最近 7—8 年內的職位和崗位變動。在這期間徐光春由記者躍任《光明日報》總編，後被提拔為中宣部副部長，再調任廣播電影電視總局局長；梁衡由記者被調至新聞出版署，直至副署長，後又被調任《人民日報》副總編。
- (13) 美國人類學家 Bruce Lincoln 認為，強制與話語是兩種相輔相成的社會控制手段。我們在這裏強調的是採取話語手段的實際方式，即「收編」 (co-opt)。

這個英語詞其實還包括「網羅」的意思，在我們的分析中包含了話語的「吸納」和社會學的「網羅」這層含義。參見 Bruce Lincoln (1989)。

- (14) 需要指出的是，所謂「相互收編」中有著極大的權力不平等。新聞從業者們並沒有可行使「強制」的社會結構和制度作依託，因此，嚴格來講，「反向收編」不能夠發生。但是，在改革過程中，市場力量的興起和新聞專業主義話語毋庸置疑的正當性（官方也強調新聞工作的專業水準和倫理），賦予了新聞從業者一定的話語權。以此為定位（anchor），新聞從業者以重新解讀的方式吸納官方宣傳體制的某些目前尚無法否定的要素，這種吸納因此具有改造的成份。基於這兩個原因，我們說有「反向收編」。
- (15) 「身份認同」（identity）是個複雜的概念。傳統的「本質論」（essentialist）理論強調它的心理上（包括認知和情感）上對某一共用一個文化、歷史、和生活方式的群體的認同，是比較單一的，相對穩定的自我認知。當代的解構主義者們強調身份認同的話語建構，以及這種建構的歷史、文化和場景的具體性。Stuart Hall (1996: 4) 如此簡潔地定義身份認同（注意他用的是複數 identities）：「身份認同從來不是同一的，在當代，它們日漸碎片化；他們從不是單元的，而是多重地建構的，這種建構往往跨越了常常相互交叉和對立的話語、實踐和位置」。因此，Hall 聲稱，身份認同是在「話語內，而不是在其外建構的」（p. 4）。身份認同通過強調與「他人」（the Other）的差異，通過排除「他人」而得以建構，因此，身份認同的建構是「權力行使行為」（act of power）（p. 5），見 Stuart Hall (1996)。
- (16) 1996 年，在當年的部主任孫玉勝主持下，中央電視臺新聞評論部確定了「部訓」和「部律」。「部訓」強調「為中央電視臺的榮譽和尊嚴盡職盡責」，「部律」是「十不」，其中第三條就是「不以任何理由違背節目審定意見」。見袁正明、梁建增編，2000: 15-16。
- (17) 對於「回報」，通俗的理解過於強調物質補償，比如收入。就這方面來說，中國目前已經有了一些高收入的新聞工作者。一些都市媒體以年薪十萬甚至幾十萬作為籌碼，吸引高素質記者、編輯。這個水準遠遠高於中國都市普通居民甚至是那些被認為已進入「中產階層」的人的收入。但是，第一，這些案例遠不代表普遍現象；第二，收入僅僅是「回報」的一部分，遠遠不是新聞從業者專業實踐的制度保障的全部。這些案例並沒有改變這裏所討論的制度性權力失衡。

- (18) 通俗文化的偶像是濃縮了多種意義解讀的象徵符號，它們在通俗文化中流通，並在集體解讀中被不斷創造。有些由新聞界溢出而進入通俗文化的人，其名聲更多地在新聞業之外，身處新聞界只是職業選擇上的偶然，如《北青報》的安頓，或者只是成名歷程中陳舊了的過去，如中央電視臺的趙忠祥。還有些則是立足新聞業，膨脹到了通俗文化，成為更廣泛的通俗文化領域的符號，比如央視的白岩松、敬一丹、水均益等。各地方也有在本地文化市場的這類偶像，如被稱為「窮人的天使」的四川成都電視臺的主持人郭月。
- (19) 我們在這裏採用了「社會控制」這個社會學概念，但是我們必須強調，這也是個「專業規範」的過程，與宣傳體制內的「控制」有本質的區別。能夠反映專業規範特性的是一個突出案例：一位在《華爾街日報》服務多年的資深編輯在離開該報後公開了自己的身份，說他是一位社會主義的信仰者。此事在美國新聞界引起了軒然大波，爭論的焦點不在於他是否應當被該報所雇用，而是他在該報服務期間是否嚴格遵循了專業主義的理念，新聞工作者持有不同的政治意識形態是否還能夠堅持專業主義理念。這個案例成了美國新聞界又一次闡述專業主義理念的「熱點時刻」。很多與該編輯共事的人和他的頂頭上司，都公開贊許了他在《華爾街日報》任職期間的專業主義表現。對這個案例的分析，參見 Stephen Reese (1990)。
- (20) 王長田非常注重「象徵資源」的積累，他聲稱自己吸納的資訊很多。當被問及他從事媒體創業的範例時，他如數家珍，報出了一串美國媒介大亨的名字，如 Rupert Murdoch, Gerald Levin, Ted Turner, Michael Eisner 等，說讀過所有這些人的傳記。他的例子傳遞了一個重要資訊：那些走出體制的人，也在走出自己新聞從業者的身份認同，他們在尋求媒介創業者、管理者的身份認同。對此，在某報對其負責人的訪問中我們得到了印證，他說「報人」和「記者」是不同的概念。

參考文獻

- 《中華新聞報》。社論：〈發揚傳統 奔向未來——獻給新中國首屆記者節〉，2000年11月8日，<http://cpj.ihw.com.cn/20001108/Content/00218178.htm>。
- 方漢奇、張之華（1994）。《中國新聞事業簡史》。北京：中國人民大學出版社。
- 《北京晨報》本報訊（2000）。〈首屆記者節慶祝大會隆重而簡短〉，《北京晨

報》，11月9日。

史景遷（1998）。《天安門：知識份子與中國革命》（Jonathan Spencer, *Gate of Heavenly Peace*，袁霞等譯）。北京：中央編譯出版社。

江澤民（1996）。〈在《解放軍報》的講話〉，《新聞戰線》，2月，頁3-4。

李良榮（1995a）。《新聞學概論》。福州：福建人民出版社。

李良榮（1995b）。〈十五年來新聞改革的回顧與展望〉，《新聞大學》（春季號），頁3-8。

吳冷西（1993）。〈在第三屆「中國新聞獎」和首屆「韜奮新聞獎」頒獎會上的講話〉，《中國新聞年鑒1994》（頁361-362）。北京：中國新聞年鑒社。

李東升、孫玉勝（主編，1998）。《新聞背後的新聞》。北京：中央編譯出版社。

李德民（1995）。〈新聞——我的不死之夢〉，《中國記者》，12月，頁14。

《南方周末》專刊：〈因為我們是記者——寫在新中國第一個記者節〉，2000年11月8日 <http://www.nanfangdaily.com.cn/zt/jz/ztjz.htm>。

施喆（2000）。《從記者節報導看中國記者的專業主義和職業意識》，復旦大學新聞學院未發表的研究生論文。

胡喬木（1991/1997）。〈新華社工作的幾個重要問題〉，《胡喬木論新聞出版》（頁350-352）。北京：北京人民出版社。

夏駿（1999）。〈回望1998〉，夏駿、王堅平（主編，1999），《目擊歷史：新聞調查幕後的故事》（頁343-366）。北京：文化藝術出版社。

夏駿、王堅平（主編）（1999）。《目擊歷史：新聞調查幕後的故事》。北京：文化藝術出版社。

孫玉勝（1994）。〈能想的和能做的：「東方時空」和「焦點訪談」的反思〉，中國傳媒網，<http://www.media-china.com/cmzy/xwpj/taofengxinwenjiang/tf07.htm>。

孫傑（2000）。〈焦點的報告〉，袁正明、梁建增（編），《用事實說話：中國電視焦點節目透視》（頁2-176）。上海：上海人民出版社。

袁正明、梁建增（主編，2000）。《用事實說話：中國電視焦點節目透視》。上海：上海人民出版社。

陳平原（1997）。〈學問家與輿論家〉，《讀書》，11: 112。

郭超人（1984/1997）。〈新聞隊伍培養的關鍵〉，《喉舌論》（頁33-49）。北京：新華出版社。

陸雲帆（1985）。《中國當代十大名記者》。合肥：安徽人民出版社。

- 陸曄（1994）。〈美國新聞業客觀性法則的歷史演進〉，《新聞大學》，（春季號），頁 51-54。
- 陸曄、陳思頤、楊靖（2000）。〈上海廣播電視從業者調查報告〉，《新聞大學》（春季號），頁 40-45；（夏季號），頁 31-34。
- 陸曄、黎瑞剛（1998）。〈探索電視新聞述評節目的「電視化」〉，《新聞記者》，3: 4-7。
- 華德韓（1998）。《邵飄萍傳：報業巨子，新聞導師》。杭州：杭州出版社。
- 郭鎮之（1999）。〈輿論監督與西方新聞工作者的專業主義〉，《國際新聞界》，5: 32-38。
- 陳懷林（1999）。〈九〇年代中國傳媒的制度演變〉，《二十一世紀》，頁 4-14。
- 甯樹藩（1990）。〈導言〉，夏林根（主編），《近代中國名記者》（頁 1-18）。福州：福建人民出版社。
- 復旦大學新聞系新聞史教研室（編）（1987）。《中國新聞史文集》，上海：上海人民出版社。
- 敬一丹（2000）。〈我與《焦點訪談》〉，袁正明、梁建增（主編）（2000），《用事實說話：中國電視焦點節目透視》（頁 177-203）。上海：上海人民出版社。
- 楊君（2000）。《笑容：與媒體英雄面對面》（頁 242）。北京：中國電影出版社。
- 新華社評論（2000）。〈我們的節日——獻給新中國第一個記者節〉，2000 年 11 月 7 日，人民網 www.people.com.cn>2000 年 11 月 8 日>觀點>綜合。
- 《新聞界人物》編輯委員會（1983-1989）。《新聞界人物》1-10。北京：新華出版社。
- 潘忠黨（1996）。〈中國大陸新聞改革中象徵資源之替換及形態〉，《新聞學研究》，54: 111-139。
- 潘忠黨（1997）。〈中國新聞改革中的體制重構〉，《新聞與傳播研究》，3: 62-80。
- 劉勇（2000）。《媒體中國》。成都：四川人民出版社。
- 蔣為民、孫澤敏（2000）。〈《新聞透視》透視新聞〉，袁正明、梁建增（編），《用事實說話：中國電視焦點節目透視》（頁 222-275）。上海：上海人民出版社。

- 謝泳 (1994)。〈想起了儲安平〉，《讀書》，3: 152-154。
- 謝泳 (1998)。〈儲安平評傳〉，見《謝泳文集》，思想的境界網站，
<http://211.94.197.130/flxxzy/sixiang/xieyong/xieyong.htm>。
- 顧行、成美 (1991)。《鄧拓傳》。太原：山西教育出版社。
- Altheide, D. & Snow, R. (1989). *Media worlds in the postjournalism era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Beam, R. A. (1990). Journalism professionalism as an organizational-level concept. *Journalism Monographs* 121. Columbia, SC: Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Black, J. (Ed.) (1997). *Mixed news: The public/civic/communitarian journalism debate*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Cambridge: Polity Press.
- Braudy, L. (1986). *The frenzy of renown: Fame and its history*. Oxford: Oxford University Press.
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces*, 33, 326-355.
- Cheek, T. (1997). *Propaganda and culture in Mao's China: Deng Tuo and the intelligentsia*. Oxford: Clarendon Press.
- Dahlgren, P. & Sparks, C. (Eds.) (1992). *Journalism and popular culture*. London: Sage.
- Emery, E. & Emery, M. (1984). *The press and America: An interpretive history of the mass media* (5th Ed.). Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall.
- Emery, E., Emery, M. & Roberts, N. (2000). *The press and america: An interpretive history of the mass media* (9th Ed.) Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Ettema, J. S., Whitney, D. C., & Wackman, D. B. (1987). Professional mass communicators. In C. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science* (pp. 747-780). Beverly Hills, CA: Sage.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Freidson, E. (2001). *Professionalism: The third logic*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Freidson, E. (1994). *Professionalism reborn: Theory, prophecy, and policy*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Gans, H. (1980). *Deciding what's news*. New York: Vintage Books.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of culture*. New York: Basic Books.
- Glasser, T. L. (Ed.) (1999). *The idea of public journalism*. New York: Guilford Press.

- Goldman, M., Cheek, T., & Hamrin, C. L. (Eds.) (1987). *China's intellectuals and the state: In search of a new relationship*. Cambridge, MA: Council on East Asian Studies, Harvard University.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Hackett, R. A. & Zhao, Y. (1998). *Sustaining democracy? Journalism and politics of objectivity*. Toronto: Garamond Press.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79* (pp. 128-138). London: Hutchinson.
- Hall, S. (1996). Introduction: Who needs "identity"? In S. Hall & P. Du Gay (Eds.), *Questions of cultural identities* (pp. 1-17). London: Sage.
- Hamrin, C. L. & Cheek, T. (Eds) (1986). *China's establishment intellectuals*. Armonk: M.E. Sharpe.
- Hartley, J. (1996). *Popular reality: Journalism, modernity, popular culture*. London: Edward Arnold.
- Hohenberg, John (1997). *The Pulitzer diaries: Inside America's greatest prize*. Syracuse, NY: Syracuse.
- Johnstone, J. W. C., Slawski, E. J., & Bowman, W. W. (1976). *The news people: A sociological portrait of American journalists and their work*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Langer, J. (1998). *Tabloid television: popular journalism and the "other news"*. London: Routledge.
- Larson, M. S. (1977). *The rise of professionalism*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Leach, E. (1976). *Culture and communication: The logic by which symbols are connected*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Liu, A. P. L. (1971). *Communication and national integration in communist China*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Macdonald, K. M. (1995). *The sociology of the professions*. London: Sage.
- McLeod, J. M. & Hawley, S. E., Jr. (1964). Professionalization among newsmen. *Journalism Quarterly*, 41, 529-539.
- McManus, J. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oaks, CA: Sage.

- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass communication and the public interest*. London: Sage Publications.
- Miraldi, R. (1990). *Muckraking and objectivity: Journalism's colliding traditions*. New York: Greenwood Press.
- Mott, F. L. (1950). *American journalism: A history of newspapers in the United States through 260 years, 1690-1950*. New York: MacMillan.
- Mott, F. L. (1962). *American journalism: A history, 1690-1960* (3rd Ed.). New York, Macmillan.
- Pan, Z. (2000a). Improvising for social change: Interpreting China's journalism reforms. In C. C. Lee (Ed.), *Power, money, and media: Communication patterns in Cultural China* (pp. 68-111). Evanston, IL: Northwestern University Press.
- Pan, Z. (2000b). Spatial configuration in institutional change: A case of China's journalism reforms. *Journalism*, 1, 253-281.
- Polumbaum, J. (1990). The tribulations of China's journalists after a decade of reform. In C. C. Lee (Ed.), *Voices of China: The interplay of politics and journalism* (pp. 33-68). New York: The Guilford Press.
- Reese, S. (1990). The news paradigm and ideology of objectivity: A socialist at the Wall Street Journal. *Critical Studies in Mass Communication*, 7, 390-409.
- Said, E. W. (1994). *Representations of the intellectuals*. New York: Vintage Books.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the news*. New York: Basic Books.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Smith, J. A. (1988). *Printers and press freedom: The ideology of early American journalism*. New York: Oxford University Press.
- Splichal, S. & Sparks, C. (1994). *Journalists for the 21st century: Tendencies of professionalization among first-year students in 22 countries*. Norwood, N.J.: Ablex.
- Sproule, J. M. (1997). *Propaganda and democracy: The American experience of media and mass persuasion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tsou, T. (2000). Interpreting the revolution in China: Macrohistory and micromechanisms. *Modern China*, 26, 205-238.
- Tuchman, G. (1978). Professionalism as an agent of legitimation. *Journal of Communication*, Spring, 106-113.

- Tunstall, J. (Ed.) (2001). *Media occupations and professions: A reader*. Oxford: Oxford University Press.
- Vollmer, H. M. & Mills, D. L. (Eds.) (1966). *Professionalization*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Weaver, D. H. & Wilhoit, G. C. (1996). *The American journalists in the 1990s*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Wilensky, H. (1964). The professionalization of everyone? *American Journal of Sociology*, 70, 137-158.
- Windahl, S. & Rosengren, K. E. (1978). Newsmen's professionalization: Some methodological problems. *Journalism Quarterly*, 55, 466-473.
- Wuthnow, R. (1989). *Communities of discourse: Ideology and social structure in the reformation, the Enlightenment, and European socialism*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Yu, X. (1994). Professionalization without guarantees: Changes in the Chinese press in the post-1989 years. *Gazette*, 53, 23-41.
- Yu, Y. S. (1993). The radicalization of China in the 20th century. *Daedalus*, 122, 125-150;
- Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Mass Communication*, 10, 219-237.
- Zhang, Y. (2000). From masses to audience: Changing media ideologies and practices in reform China. *Journalism Studies*, 1, 617-635.

Imagining Professional Fame: Constructing Journalistic Professionalism in China's Social Transformation

Lu Ye, Zhongdang Pan*

ABSTRACT

Professionalism is increasingly becoming a salient issue among Chinese journalists and journalism educators. What is journalistic professionalism? How is it being constructed in China's media reforms? How does the construction process reflect contradictions and tensions in China's media reforms? These are the questions addressed in this paper. We argue, professionalism is a discourse on journalistic practices and institution; it is also an ideology based upon the notions of public service and public interests, further, it is a model of social control. In this paper, choosing how journalists imagine their professional fame as a point of entry, we examine the discursive practices of constructing professionalism in China's media reforms. We show that professionalism in China has multiple traditions, faces constraints from various forces, and reveal itself in a fragmented and localized form. Based on the empirical analysis, we demonstrate that constructing the discourse of professionalism is an important dimension of the ongoing media reforms. It also signifies the deepening of the reforms.

Keywords: media reforms, professionalism, journalistic practices, discursive practices, professional fame, social change

* Dr. Ye Lu is Professor at School of Journalism, Fudan University, China.

Dr. Zhongdang Pan is Associate Professor of Department of Communication Arts, University of Wisconsin-Madison, USA.