

研究論文

新民族主義媒體話語的社會歷史分析： 1990-2008

熊慧

摘要

上世紀90年代伊始，一股新民族主義的潛流開始在大陸媒體的日常敘事中悄然湧動，卻鮮少得到大陸傳播學界的關注。作為中國社會轉型期各種意識形態交匯、碰撞和鬥爭的重要場域，大眾媒體在新民族主義的散播過程中扮演了重要角色。對1990-2008年間訴諸新民族主義意識形態的媒體文本，尤其是報紙、學術期刊和暢銷書的社會歷史分析表明，經歷了醞釀、形成和高潮階段的新民族主義媒體話語，在進入21世紀後呈現加速轉型的態勢，發展出了高度自我肯定的新面向。

關鍵詞：新民族主義、出版業、外交、市場化、四階段

熊慧，廈門大學新聞傳播學院助理教授，主要研究興趣包括媒體於認同研究，閱聽人研究。電郵：xhui262@126.com

論文投稿日期：2011年11月16日。論文接受日期：2013年8月9日。

Research Article

A Socio-historical Analysis of the New Nationalist Media Discourses in Mainland China (1990–2008)

Hui XIONG

Abstract

A new nationalistic undercurrent has been sweeping through Mainland China's media since the early 1990s. As a nerve center for ideological convergence, collision, and struggle in transformative society, mainland media plays an important role in the dissemination of new nationalistic information. A socio-historical analysis of nationalist discourse within mainland media, newspapers, academic journals, and best-selling books between 1990 and 2008 shows that a highly self-affirmative dimension of new nationalist discourse is evident at the beginning of the 21st century. The implication of this dimension is increased transformation of new nationalist discourses immediately following their emergence, development, and culmination.

Keywords: new nationalism, print media, diplomacy, marketization, four phases

Citation of this Article: Xiong, H. (2014). A socio-historical analysis of the new nationalist media discourses in mainland China (1990–2008). *Communication & Society*, 28, 121–149.

Hui XIONG (Assistant Professor). School of Journalism and Communication, Xiamen University. Research interests: media and identity, audience research.

引言

石獅、華表、天安門城樓、升國旗衛士、黃河、長城、人民英雄紀念碑、和平鴿放飛、機械收割、工廠、火箭升空、五十六民族歡慶場面、國旗和國徽伴隨着《義勇軍進行曲》一一展示。這是中央電視台《新聞聯播》節目的經典片頭之一，曾在螢幕上播放了二十六個春秋。對於那些每晚收看《新聞聯播》的觀眾來說，這一片頭是那麼的不可或缺，以致於當央視在2004年9月宣佈將該片頭調至早間五點五十五分播出時，觀眾反應異常強烈，甚至一度出現「萬人簽名強烈要求中央電視台恢復每天國歌的播放」的網絡行動。為何一個幾十秒的片頭能牽動那麼多人的神經，引發如此激烈的反應？

借助蒙太奇的表現手法，這一片頭將一系列具有象徵意義的民族符號串聯在一起，建構了一個以民族傷痛、尊嚴和榮耀為主題的歷史敘事。在這一敘事中，「過去」與「現在」具有線性進化關係，歷史的複雜、其作為「話語」的可能性被取消。歷史呈現為持續延展的風貌，服務於對當下合法性的證明。經由儀式性的巡演——每天同一時段在幾乎所有頻道同步播放，這種去歷史性的歷史敘事將「不在場」的觀眾召喚到共同的媒體時空中，分享民族的屈辱和驕傲。片頭的調整，因此不僅意味着收視習慣的改變，還意味着神聖時空下的民族集體記憶的斷裂，因而招致觀眾的強烈反彈。

上述敘事手法不僅存在於日常性媒體話語中，還存在於那些受人矚目的涉外事件和衝突中。國內媒體關於「銀河號事件」、「北約轟炸中國駐南斯拉夫大使館」等事件的報導，均使用了上述敘事手法。與去歷史的歷史敘事的廣泛散播相伴隨的，是國內民族主義浪潮的風生水起。從1993年的「銀河號事件」到1999年的「炸館事件」，從2002年日本首相參拜靖國神社到2008年奧運聖火傳遞遭抵制，每一起存有爭議的涉外事件或衝突，都會激發中國民眾高揚的民族主義情緒和激烈程度不一的民族主義行動。

法國政治學家Delannoi他的《民族與民族主義》的序言中曾說過：「從其廣度、韌性、變化來說，民族現象主宰了整個19世紀和20世紀的歷史」（吉爾·德拉諾瓦，2005：14）。的確，回顧過去兩百年的意識

形態鬥爭史可以發現，民族認同的確立和現代民族國家的建成或鞏固是幾乎所有政治變動的終點。民族主義持續存在於世界政治之中，雖曾被其他意識形態浪潮所淹沒，卻從未徹底退隱。每當世界格局發生重大調整和震盪時，它就會重返歷史舞台的中心，發出時代的最強音。

這一規律清晰呈現在中國社會的現代化轉型過程中：從鴉片戰爭到「五四運動」，從抗日戰爭到改革開放，在每一個重大的歷史時刻，民族主義均扮演着不可或缺的角色，為歷次大規模的革命和改革運動提供合法性源泉。20世紀50年代，中國曾目睹國際共產主義意識形態的甚囂塵上和民族主義的暫時隱沒。然而，在經歷了六七十年代「文化大革命」的洗禮，以及八九十年代共產主義政權的分崩離析後，民族主義再次抬頭，成為當前中國社會的主導觀念之一。晚近這一趨勢產生的社會歷史條件是什麼？大眾媒體在當中扮演了何種角色，與國內民族主義思潮和運動的擴散有何關聯？如何理解和評價其關聯？這些是本文試圖探討的議題。

文獻探討

民族主義

什麼是民族主義(nationalism)？這是一個歷史難題。較具代表性的定義來自英國學者Gellner，他將「民族主義」視為「一種關於政治合法性的理論，它要求族裔的疆界不得跨越政治的疆界」(厄內斯特·蓋爾納，2002：2)。Hechter局部改進了這一概念，提出「民族主義」是一種「使民族的疆界與治理政體(governance unit)的邊界重合的集體行動」(Hechter, 2000: 7)。這兩種定義均有助於說明那些以民族獨立為目標的政治運動，但對於超出該目標的民族主義缺乏詮釋力。相形之下，Smith所做的界定，即將「民族主義」定義為「一種為某一群體爭取和維護自治、統一和認同的意識形態運動，該群體的部分成員認為有必要組成一個事實上的或潛在的『民族』」(安東尼·史密斯，2006：10)，更廣泛地涵蓋了那些以民族復興為宗旨的民族主義以及那些更多關涉到

文化與社會問題（而非政治問題）的「沒有民族的民族主義」現象。

本文所探討的「民族主義」，更接近於史密斯所界定的「大民族的民族主義」。所謂「大民族」，是相對於「族群」而言：後者強調「共同的神話和祖先、記憶」，國內通常表述的民族，如漢族、藏族等，均屬於族群的範疇；前者指的是「具有名稱、佔有領土的人類共同體，擁有共同的神話、共用的歷史和普通的公共文化，所有成員生活在單一經濟之中並且有着同樣的權利和義務」（安東尼·史密斯，2006：14），中華民族就屬於大民族的範疇。

所謂「民族主義」，首先是一種意識形態，表現為對民族共同體的熱愛和忠誠，追求民族自治、統一和認同。其次，民族主義是一種中空的意識形態，常常選擇、吸收、利用和再詮釋既有的社會文化資源或調用其他政治意識形態，以提供對於民族和民族國家的起源、發展、使命以及未來走向等的特定表述。民族認同是民族主義的核心理想，表現為維繫共同神話、歷史、傳統與文化等的持續需求。當這種需求受到實質或想像中的衝擊或挑戰，如遭遇前文提及的取消片頭的動作時，對民族共同體的熱愛和忠誠就會點燃理性或非理性行動的開展意願——民族主義因此具有了實踐的面向，可能超越觀念層面，轉化為個體或群體行動。一言以蔽之，民族主義在本文中指涉那些強調對民族共同體的熱愛和忠誠，追求民族自治、統一和認同的意識形態，其可能轉化為調用各種政治、社會文化資源以爭取或維繫民族自治、統一和認同的現實運動。

中國新民族主義

「新民族主義」這一術語被研究者們廣泛用於描述中國自上世紀90年代以來的民族主義思潮和運動。部分研究者認為，與之前以民族解放和獨立為核心的民族主義浪潮不同，新民族主義圍繞民族「復興」展開，具有國家中心、務實和工具性的傾向，主要功用在於填補共產主義冷卻後的意識形態真空，賦予共產黨政權及其政治經濟舉措以合法性（Zhao, 2005; Hughes, 2006）。這一論點在說明90年代初的中國政府為何廣泛開展愛國主義宣傳運動以及之後二十年間為何將提升國家綜

合實力和國際地位視為政治外交首要目標方面頗具啟發性，但它無法解釋上述時期中國民族主義運動為何頻頻演化為狹隘、激進的街頭暴力，更無法說明在社會矛盾叢生的今日中國，此種工具性的民族主義如何能得到民眾的體認，成為主導性的政治意識形態。

美國研究者Gries不無洞見地指出，新民族主義絕非簡單的「政黨宣傳」工具或手段，其實質是一種「面子民族主義」，建基於中國民眾的民族認同之上；而民族認同又是一種動態的過程，它隨着外部語境的改變而轉換參照系，進而影響到建基其上的民族主義的內核和呈現形態(Gries, 2004)。上述觀點在充分認識到中國民族主義的群眾根基，挑戰將普通民眾視為單純政治受操控者的「常識」之餘，也揭示了將對新民族主義的解讀建基於具體的社會歷史分析之上的必要及重要性。儘管如此，較之性質和根源，包括Gries在內的諸多國外研究者更多關注新民族主義的影響，尤其是它對中國當前及未來政治與外交政策的影響；新民族主義勃興的動因，特別是官方宣導的民族主義為普通民眾所體認或抵制的過程和機制，未能獲得充分的探討。

再觀國內學界：近代中國的民族主義思潮得到了研究者們較為細緻的考證和分析(鄒小站、鄭大華，2007)，但鮮少有人關注當代中國尤其是90年代以來的新民族主義問題；少數聚焦中國新民族主義的研究，基本停留在對其內涵和特徵的探討上(李軍虎，2008)，較少關注新民族主義的傳播和擴散機制，且傾向於肯定其作為政權合法性源泉的價值，缺乏對於新民族主義的非理性面向的批評與反思。

中國新民族主義與大眾媒體

民族主義與大眾媒體之間的歷史淵源，始於印刷技術的發明。報紙在17世紀的誕生，創造了一個超乎尋常的「群眾儀式」，滋養了以單一語言的閱讀大眾為基礎的「想像的政治共同體」——民族的形成本尼迪克特·安德森，2003：34)。廣播電視媒體將「他者」的聲響和圖像帶至我們面前，其所創造的同步性的社會體驗，為包括散居族裔在內的更廣泛的人群提供了建構或強化民族認同的空間。正是這種「抽象的、集中的、標準化的、一點對多面的交流方式的普遍性和重要性，

自然地產生了民族主義的核心思想」(厄內斯特·蓋爾納，2002：166)。及至「第二次傳播革命」(van Dijk, 1999)，以互聯網和數位技術的普及為前提的資訊、人員、資本的全球性流動，進一步增加了人們與「他者」接觸的範圍和頻率，民族認同趨向於流動和混雜的同時，旨在對抗全球化進程的反應性民族主義濫觴(曼紐爾·卡斯特，2006)。

中國新民族主義的發端，正是90年代初那場依託大眾媒體及教育、宣傳機構展開的大規模的愛國主義宣傳運動。從一開始，大眾媒體就與新民族主義話語的勃興密不可分。從這一視角切入，黃煜、李金銓指出(黃煜、李金銓，2004)，90年代中國出版業分別採用「肯定型」、「武斷型」、「好鬥型」和「理性/批判型」四種模式建構民族主義話語，以迎合官方重建政權合法性的需要和市場的需求。這一發現在Polumbaum關於奧運會媒體敘事的研究中得到進一步確認。後者發現，憑藉以「授權」和「使命」為主題的宣傳活動，大眾媒體成功將奧運會建構為一項「民族主義事業」，獲得政治與市場的「雙贏」(Polumbaum, 2003)。一方面，上述研究為進一步探索新民族主義媒體話語的演進過程，建構新民族主義媒體話語的類型學提供了必要前提；另一方面，它們也揭示了新民族主義媒體話語與廣泛的社會歷史語境，尤其是官方的政策導向以及媒體的市場化進程之間的密切關聯。

另有研究者將視角轉向媒體話語的效果，關注閱聽人的媒體使用行為與其所持有的民族主義觀念之間的關係。例如，Guo等人通過對600名上海市民的調查發現，民族主義媒體話語對於閱聽人的民族主義觀念，尤其是反應性民族主義觀念有着直接影響(Guo et. al., 2007)。換言之，相對於民族認同空間的日常性建構，大眾媒體對於涉外事件或衝突的報導更能激發人們的民族主義情緒和行動。這為本文聚焦涉外事件和衝突報導中的民族主義話語提供了依據。

小結

總體而言，聚焦新民族主義與大眾媒體的關係的研究數量有限，廣度和深度均有待拓展。這與20世紀90年代以來中國新民族主義思潮和運動的濫觴之間反差強烈。基於對既有研究的梳理和分析，本文立

意從傳播的視角出發，以大眾媒體所建構的新民族主義話語的歷時性形態為經，以新民族主義媒體話語與特定社會歷史脈絡的關係為緯，在經緯交錯的視野中探析過去二十年間中國新民族主義媒體話語演化的過程及其動因，以期為國內尚在襁褓之中的「民族主義與大眾媒體」研究貢獻一點微薄之力。具體說來，本文將以1990年至2008年國內出版業中反映涉外事件與衝突或重大政治、科技成果等的暢銷書和報刊文章作為分析對象，嘗試勾勒不同時期新民族主義媒體話語的基本形態；進而結合不同時期中國與美國、日本的外交關係和媒體改革進程，剖析不同類型的新民族主義媒體話語背後的政治經濟動因。

研究方法

本文使用文本分析與歷史分析的方法，描摹新民族主義媒體話語的基本形態和政治經濟動因。

文本分析

作為定性研究方法的一種，文本分析常被用於對特定傳播內容和資訊的評價，以此了解文本中呈現的社會和歷史事件，解釋這些事件的傳播過程(李琨，2009)。本文力圖透過對特定媒體文本的評價，發掘媒體建構新民族主義話語的過程及模式。文本分析有助於這一目標的達成。

文本分析的對象涵蓋所有類型的傳播內容和資訊。在具體操作中，對象的選擇更多基於典型性而非代表性，分析單位既可以是單個文本在形式或意義上的最小單元，如段落、場景等，也可以是系列文本中的特定事物、事件或人物。在本文中，勾勒涉外事件與衝突或重大政治、科技成果等的暢銷書和報刊文章是文本分析的對象，單本暢銷書和某一「媒體事件」或「媒體故事」(Sun, 2001)則構成了文本分析的基本單位。之所以選擇出版業作為分析對象，一方面是基於其在本文所選時期內的傳媒業中的主導地位，另一方面則是由於篇幅與精力的限制。出於類似的原因，本文亦無法巨細靡遺地分析20世紀90年代以

來所有的暢銷書和報刊文章，而只能選取某些具有典型意義的文本展開分析。誠如前文所言，民族認同的培育有賴於日常化的媒體表徵，而民族主義觀念、情緒乃至某些行動的激發，則多是圍繞特定的媒體事件或故事展開。捕捉這些特殊的歷史瞬間，符合文本分析在取樣上的典型性原則。

較之其他類型的定性研究方法，文本分析的方法體系較為多元。通常，可以透過話語分析或修辭分析對文本進行評價(李琨，2009)，也可以經由意識形態分析、話語分析或再現分析的方法來揭示文本內在的特質(孫衛華，2009)。本文更多採用了再現分析的方法，致力於揭示媒體文本在呈現民族自我與他者上的方式，如視角、主題以及敘事手法的選擇等。

歷史分析

誠如前文所言，本文將新民族主義媒體話語置於特定的歷史語境下加以理解和評價，這必然涉及對歷史分析方法的運用。自社會學家孔德(August Comte)以來，這一方法被廣泛應用於對歷史過程的描繪和解釋；它要求研究者設身處地地思考研究對象所處的環境、觀點和感覺，以便更好地解釋後者的行動；使用這一方法的最終目的，在於發現特定歷史過程中的社會現象的模式(艾爾·巴比，2005：324–330)。就本文而言，採用歷史分析的方法，有助於發掘新民族主義媒體話語的演進規律尤其是該進程內在的穩定性和延續性，獲得對此類話語更客觀、全面的理解和評價。

通常，歷史分析的對象涉及政治、經濟、文化等諸多領域。本文的分析焦點在於1990年至2008年間外交關係和媒體改革的動態。之所以從廣泛的社會歷史因素中選擇這兩項加以考察，與本文既定的研究對象有關。作為中國社會轉型的表現之一，媒體改革進程涉及大眾媒體與政治、經濟力量之間的角力，而後兩者已經被證明與新民族主義媒體話語的勃興密不可分(例如，黃煜、李金銓，2004)。另一方面，民族主義意識形態的基礎——民族認同的培育有賴於「他者」的存在，正是在對內群相似性和內外群差異的不斷確認中，人們達成對自我群

體歸屬的定位(邁克爾·A·豪格、多明尼克·阿布拉姆斯，2010：91)。外交關係的動態尤其是涉外事件和衝突與反應性民族主義的出現密切相關。在建構此類民族主義話語的過程中，大眾媒體同樣需要考量政府立場和民間反應，與政治、經濟力量之間展開角力。因此，就新民族主義媒體話語這一研究對象而言，聚焦外交關係和媒體改革的動態有助於解釋大眾媒體與政治、經濟力量之間的互動關係，進而獲得對新民族主義媒體話語適切、深入的理解。

新民族主義媒體話語的演進

醞釀期：希冀猶歸中華

20世紀90年代初，一場聲勢浩大的愛國主義教育運動在全國展開。它號召青年知識份子「在新的歷史條件下繼承和發揚愛國主義傳統」(江澤民，2005)，既要超越狹隘的民族主義，學習和吸收世界各國人民包括在資本主義制度下創造的優秀文明成果，又要克服民族虛無主義傾向，警惕和抵制西方大國的和平演變策略和顛覆中國社會主義制度的企圖。在這場以青少年為目標對象，旨在宣傳中國近現代史知識的「國情教育」中，媒體發揮了重要的作用。1990年下半年，《人民日報》、《解放軍報》、《半月談》、《求是》等報刊紛紛撰文，宣傳以國家主權和民族獨立為要義的愛國主義，批判全盤「西化」的思想，譴責以美國為代表的西方國家對中國的經濟制裁、政治幹預和意識形態滲透，強調中國直面此類威脅的信心和能力。這些媒體文本勾畫了中西長期對抗的歷史畫卷，喪權辱國的半殖民地經歷是追求民族統一、國家富強的動因與合法性源泉；家、國、人被表述為休戚相關的利益共同體，其終極訴求在於實現中華民族的偉大復興，續寫古老文明的盛世傳奇。無論是政治、經濟實力的提升，還是文化、科技潛能的開拓，均服從於「復興」這一主題，即在當今世界格局中找回原本屬於中國的位置。這場以愛國主義為旗幟，在民族興亡的框架下展開的宣傳活動，揭開了90年代新民族主義媒體話語的序幕。

不滿中國官方在1989年政治風波中採取的強硬手段，20世紀90年代初，美國等多個國家宣佈對華實行制裁。具體措施包括中止與中國的軍事、科技和經貿往來，停止國家間的高級官員互訪等。中美關係因此進入到了自20世紀70年代建交以來的最低谷。儘管如此，中美兩國之間的交往並未停歇。早在1990年6月，中美科技往來就已經重啟，美國出口銀行也恢復了對華出口信貸(熊志勇，2006)。及至1991年11月，美國國務卿貝克應邀訪華，中美關係開始回暖。從1990年至1992年，美國參眾兩院曾三次提交議案，要求取消中國的「最惠國待遇」或將其與中國的人權改善狀況掛鉤，均被時任美國總統的卡特否決。

在報導「最惠國待遇」問題方面，國內報刊相對客觀地呈現了美國總統與國會在此問題上的差異立場，充分肯定了前者在無條件延長中國「最惠國待遇」上的努力。與此同時，《人民日報》、《光明日報》多次刊登新聞或社論，指責美國以人權問題為「藉口」幹預中國內政，譴責美國的「強權政治」，為中國的人權狀況辯駁，揭露美國自身的人權問題，等等。在有關「人權」議題的報導中，部分美國政治家的立場被等同於美國的國家立場，後者被呈現為一個虛偽、霸道、居心叵測的國家。這類訴諸國家間對立，通過建構「他者」形象以增強自我合法性的話語，在圖書出版業中有更集中的體現。

早在20世紀80年代初，中國官方就已經停止向部分報紙提供津貼。包括《人民日報》在內的國內報社開始引入企業管理體系，開源節流。廣告在70年代末80年代初的回歸，以及晚報在80年代末90年代初的興起，表明了「事業單位，企業化管理」進程在報業的開啟。儘管如此，上述進程的推進一直比較緩慢。與「企業化管理」更多是一種局部探索而非整體現實的報業相比，圖書出版業的市場化導向則明晰得多。80年代《中共中央關於加強出版工作的決定》、《出版社改革試行辦法》等檔的出台，為圖書出版業追求經濟效益明確背書。1986年以後，一度「超常規增長」的國內出版業從「賣方市場」轉向「買方市場」，新書訂數大幅削減，出版業陷入低谷(陳昕等，1989)。80年代末由官方發起的「掃黃」運動表明，在巨大的市場壓力下，經濟效益已經開始壓倒社會效益，成為圖書出版業的主導目標。

正是在這樣的背景下，一批揭露西方社會尤其是美國社會「真實本質」的出版物陸續面世，反美情緒開始在媒體敘事中蔓延。其中，出版於1991年的暢銷書《一筆血淋淋的人權債：朝鮮戰爭戰俘遣返解釋代表的日記》，以紀實的筆調描述了美軍在朝鮮戰爭中虐待中國戰俘的歷史罪行，矛頭直指戰時美國的人權問題(賀明，1991)。次年，《曼哈頓的中國女人》一書出版，曾一度被設想為天堂的美國社會被進一步解魅。這本自傳體式的小說細緻描述了中國女人在紐約的致富史，並暗示美國社會是一個競爭殘酷、欺詐橫行的「原始叢林」。全書以聞一多的詩篇結尾，那聲「咱們的中國」的呼喚，點明了該書的最終題旨：美國絕非天堂，希冀猶歸中華(周勵，1992)。同一主題還迴響在1991年面世的《北京人在紐約》一書，以及兩年後根據該書改編而成、在中央電視台熱播的同名電視劇中。主人公王起明從發跡到破產的人生歷程，被刻畫成對弱肉強食、道德淪喪、一切朝錢看的美國社會的細部寫真(曹貴林，1991)。這一時期的媒體話語多在中美對抗或對比的邏輯中展開，側重於揭示西方尤其是美國社會的陰暗面，言辭較為溫和、含蓄。

形成期：被「遏制」的中國

1993年是新民族主義媒體話語的轉捩點。這年9月，中國競逐2000年奧運會申辦權敗北，國內民族主義情緒抬頭，並呈現出與抵制西方國家「和平演變」策略的愛國主義話語合流的趨勢。自1991年2月官方正式提出申辦第27屆奧運會以來，國內報刊持續不斷地為申奧造勢。在「開放的中國盼奧運」的口號下，申奧被塑造為一個得到海外華人華僑、國際友人及組織的踴躍支援的全體國人的夢想，是展示中國改革開放的成果，表達中國進一步融入世界的決心、意願和能力的中心舞台。然而，就在投票日期逐漸逼近，國內報刊對於利好結果的渲染水漲船高之時，美國國會於1993年6月通過了一項議案，以「人權」問題為由反對中國主辦奧運會。國內報刊一片譁然，紛紛指責以美國為首的西方國家借人權問題粗暴干涉中國內政，踐踏奧林匹克原則。同年9月，北京以兩票之差落敗。這一結果被國人視為對其民族情感的傷害。「也就是從這一刻開始」，一位律師在接受《遠東經濟評論》的採

訪時說，「中國人開始相信美國意圖遏制中國」(Chanda & Huus, 1995)。

1993年初，克林頓就任美國總統，美國對華政策隨之調整，包括將中國的「最惠國待遇」與人權問題關聯，展開對華軍事制裁，改變對台政策，重啟對台軍售等。從1993年至1995年年間，持續不斷的摩擦和衝突構成了中美關係的主導面向。這一時期，國內報刊有關中美摩擦的報導不斷，包括美國在公海封鎖中國的「銀河號」，允許台灣總統李登輝訪美，連續幾年在聯合國人權大會上譴責中國的人權狀況等。這些事件被解讀為美國對中國的公然敵視和侮辱，是「美國力圖阻止中國變強，以便其繼續獨霸世界」(Yan, 2001)的明證。它們客觀上構成了反美情緒的助推器。

對於國內報業而言，1993年同樣是一個特殊的年份。這一年，《深圳商報》社首提「集團化」構想並初步付諸實踐，「集團化」開始成為業界關注的熱點話題。在經歷了十餘年緩慢的市場化探索後，國內報業正式邁入數量快速增長，功能、結構多元化，企業屬性日益明晰的新階段。在這一階段，廣告正式取代銷售收入，成為報業收入的主要來源(巢乃鵬，2000)。市場需求的滿足，如迎合1993年以來在普通民眾中蔓延的反美情緒等，因此成為新聞生產的重要目標。儘管如此，在涉外事件或衝突的報導上，市場化並不意味着更大的彈性與空間。1994年，《愛國主義教育實施綱要》頒佈，明確提出「運用現代化的傳播手段對群眾進行愛國主義教育，是各級新聞出版和影視部門的神聖職責……要注意抓住有利於振奮民族精神的重大事件，形成愛國主義宣傳的高潮」。與前一階段一樣，這一階段的涉美報導仍保持與外交立場的高度一致，視角較為單一。

在市場化進程整體加速的出版業中，學術期刊佔據着較獨特的位置。它們被允許長期領受津貼，較少受到市場力量的左右。1994年以來，國內一批有影響的刊物，如《讀書》、《天涯》、《開放時代》、《戰略與管理》等，頻頻刊發討論民族主義與當下中國的現實發展問題的文章，客觀上促成了民族主義思潮的進一步擴散。在觀察和詮釋中國現實發展問題時，《讀書》、《戰略與管理》等刊物推出了大量以馬克思主義、後殖民主義和後結構主義等西方激進批判理論和「後學」話語為依據，強烈抨擊美國主導下的全球資本擴張和「文化殖民」的文章。其中

一些直接訴諸於民族主義的復興，呼籲在中國推進以發展經濟為主旨的「務實的民族主義」(尹保雲，1994)、「以儒家主流文化為基礎的民族主義」(蕭功秦，1994)或「文化主義的民族主義」(張曉剛，1994)。作為後「冷戰」時代的中國應對國內外局勢的一劑「社會良方」，民族主義被表呈為一項合理且必要的事實。雖在理解國家利益的內核方面各有側重，但這些文章大多認為，在當前社會歷史語境下，推動和利用民族主義意識形態，內有助於凝聚社會人心，緩解意識形態資源的匱乏；外有助於抵制西方國家尤其是美國的政治、經濟、文化霸權，為本民族的生存和發展贏取時間。一言以蔽之，民族主義與中國的國家利益在根本上是一致的。在為民族主義意識形態立言正名或疾聲呼籲之餘，一些知識精英還將民族主義立場直接貫穿於他們對現實問題的觀察和分析之中。「崛起」、「復興」、「強國夢」等詞彙在國內理論刊物上的頻頻出現，標誌着民族主義意識形態在學術話語中的全面復興。

1993年到1995年構成了新民族主義媒體話語的成長期。在這一階段，新民族主義話語同時活躍於官方媒體和知識份子的言論陣地內，並向整個社會意識結構滲透和擴散。越來越多的政治精英、知識精英、青年學生乃至普通民眾開始認同這一觀點——中國的發展正被以美國為首的西方國家視為威脅，後者力圖從政治、經濟、文化等各個領域遏制和圍堵中國；在未來相當長的時期內，為了應對日益激烈的民族國家間的全方位競爭，中國必須最大限度地提升國家能力、維護民族利益。國家崛起和民族復興成為了同一規劃的兩面和不證自明的終極目標。儘管如此，這一時期的新民族主義話語仍保持了相對溫和、克制和審慎的立場，獲得普遍認同的民族主義意識形態仍以理性、務實為要義，這一局面在1996年下半年被迅速打破。

高潮期：反「遏制」的中國

出版於1996年的「說不」系列，包括《中國可以說不》(宋強等，1996)、《中國還是能說不》(宋強等，1996)、《中國為什麼說不》(彭光謙等，1996)、《中國何以說不》(張學禮，1996)等，構成了新民族主義媒體話語的重要分水嶺：簡單、狹隘的民族主義情緒開始滲透到媒體

話語中，以其誇張、聳動的言辭吸引了社會各階層，尤其是青年學生的極大關注。「說不」話語多在「我們」與「他們」二元對立的框架下展開，「對抗」、「清算」、「抗戰」等大字報式的詞彙被頻頻採用，以此表達其自尊、自卑和自戀的民族主義情緒：對「他們」的強權政治和霸權主義行徑的批判僅是手段，確立「我們」的道德優越性並取而代之成為新的世界領導者才是目的所在。

同年底，《妖魔化中國的背後》出版。這本由八位學者和記者聯合打造的政論集細緻描述了西方媒體尤其是美國主流媒體，如《紐約時報》、《華盛頓郵報》、好萊塢、「美國之音」等「妖魔化」中國的現象。該書指責美國輿論界、知識界和學術界在「冷戰」意識形態的指引下，大肆渲染「人權」、「中國威脅論」、「中美貿易逆差」等問題，有預謀地醜化和汙衊中國社會、政府乃至人民，達到煽動國際反華浪潮，「搞垮」中國的目的（李希光等，1996）。次年，該書熱賣並引發社會的普遍關注。「妖魔化」一詞開始頻頻見於刊尾報端，越來越多的民眾開始相信，西方媒體尤其是美國主流媒體的對華報導存在深刻的偏見和歧視，它們意圖通過文化和價值觀念的輸出改變和顛覆中國。這一趨勢表明中國知識精英的民族想像與民間激進的民族主義話語開始合流。

進入1996年以後，中美關係始終處於曲折波動的狀態：因台海問題、亞太戰略陷入短暫「倒退」期的中美關係在1996年秋再度恢復，並在兩國首腦互訪後進入「蜜月」期；1999年因「李文和案」、「炸館」事件等導致的雙方的緊張狀態，又因朱鎔基總理的訪美之行和「入世」談判的成功而有所緩和。值得一提的是，美國在亞太地區軍事戰略的調整，包括簽訂《日美安全保障聯合宣言》、《日美防衛合作指針的》等，促成了中日關係的微妙變化。90年代的最初幾年，也就是1991到1995年間，中日高層互訪頻繁，關係良好。進入1996年以來，日本國會先後通過《聯合宣言》等法案，將台灣納入「周邊事態」範疇，被中方視為對中國主權的侵犯，引發中方不滿。與此同時，日本「右翼」勢力的一系列動作，包括在釣魚島設立燈塔，修改歷史教科書，參拜靖國神社，訪問台灣等，也給中日關係帶來挑戰。儘管如此，從1996年到2000年，中日高層互訪並未間斷，兩國關係雖有降溫之勢，但並未發生實質性改變。

與前兩個階段不同，1996年至2000年間的新民族主義媒體話語與外交話語之間的同步性和一致性有所降低。以圖書出版界為例。大量鼓吹中美、中日的「衝突」與「對抗」的暢銷書得以出版，如《中美軍事衝突前前後後》(洪永宏等，1996)、《超越美國：美國神話的終結》(席永軍，1996)、《中美較量大寫真》(陳峰等，1996)、《血債：對日本索賠紀實》(高平、唐芸、陽雨，1997)、《為什麼日本不認帳：日本國戰爭賠償備忘錄》(李正堂，1997)、《全球化陰影下的中國之路》(房寧等，1999)、《穿越台灣海峽的中美較量》(宋連生，鞏小華，2001)等。更有發驚人語者，如《超限戰：對全球化時代戰爭與戰法的想定》(喬良、王湘穗，1999)，主張在未來戰爭中使用一切武力和非武力、軍事和非軍事、殺傷和非殺傷的手段，如恐怖戰、毒品戰、生態戰等打擊敵人，使之服膺於中國的利益。與官方務實、克制的外交話語不同，此類新民族主義話語激進、好鬥、富有煽動性。它們的廣泛傳播與當時圖書出版業的發展現狀不無關聯。

90年代初以來，一度陷入困境的圖書出版業開始呈現緩慢復蘇跡象，印數和印張較之80年代中後期有所回升(陸本瑞，1994)。特別是經歷了1994年以來的「階段性轉移」和「三建一改」後，國內圖書市場臻於成熟。上述暢銷書的出版，正是圖書出版業遵循市場規律，迎合並激發市場需求的表現。憑藉其「更精彩、冷酷及富有想像力」的民族主義話語，《超限戰》一書就在「一年內七次再版，銷量高達7萬冊」(李金銓，2004)。對於國內圖書出版業而言，建構「反美」、「反日」話語既能基本滿足官方愛國主義宣傳的要求，又能迎合民間風生水起的民族主義情緒，獲得可觀的市場回報，何樂而不為？

1996年至2000年間，國內報業同樣經歷了一個高速成長期：集團化全面推進，廣告收入大幅增長，都市報異軍突起，掀起報業競爭熱潮。儘管如此，相對於圖書出版業，國內報刊在建構新民族主義話語方面的靈活性明顯較小。以1999年5月中國駐南斯拉夫大使館被炸事件為例。在報導的首日即5月9號，國內報刊關注的焦點在於中國政府與社會各界尤其是高校學生的反應。其中，「炸館」事件被解讀為以美國為首的北約對中國主權的蓄意踐踏和對中華民族的侮辱，這一說法客觀上加劇了國內民眾的反美情緒。據上海零點調查公司在5月10日

晚間進行的一項快速電話調查的結果，83.5%的受訪市民表示厭惡美國，在所有的調查對象中，有83.6%的人希望政府抱持強硬的外交立場。¹與此同時，以高校學生為主的反美示威活動的規模迅速擴大，其中僅北京一地就有10萬餘人參與了10日晚的示威遊行。5月11日，克林頓政府公開向中國道歉，亞洲報章也開始呼籲中國政府保持克制。翌日，呈現過激勢頭的反美示威活動被叫停。從5月10日至12日，譴責北約暴行、反映國內輿情的媒體話語仍在強勢發聲，但呼籲民族圖強的話語也開始慢慢進入新聞敘事，以便為國內過熱的反美情緒降溫。國內報刊將「炸館」事件歸因於西方國家不願意看到中國崛起，歸因於現階段中國國家實力的相對落後，號召國人做好本職工作，推進改革，發展經濟，增強國力。此後，鼓吹民族圖強的話語在相關報導中逐漸佔據主導地位。到5月下旬該事件終告平息為止，開放和發展的話語已經再次取代了對抗話語，成為中美關係問題上的媒體話語的主流。

1996年到2000年是新民族主義媒體話語的高潮期。與前兩個階段相比，這一時期的媒體話語具有兩個相對明顯的特徵：其一，簡單、狹隘的「反西方」情緒開始滲透到媒體話語中，與部分知識精英的民族主義觀念合流；其二，自我確認的民族主義話語也開始在媒體敘事中生發蔓延，這尤其體現在有關香港回歸、澳門回歸、「申奧」、「入世」等重大事件的報導中。

以香港回歸為例。早在90年代初，有關香港問題的報導就已頻頻見於報端。1993年9月24日，《人民日報》的頭版頭條《我們對香港問題的基本立場》，即是一例。時隔四年之後，也就是在香港政權正式交接的1997年7月1日，《人民日報》以「中華民族永載史冊的盛事，世界和平正義事件的勝利」為眉，在其頭版頭條位置宣佈了「中國政府對香港恢復行使主權」的消息，並在之後幾天（7月1日至5日）開展了持續、密集的宣傳報導。國內其他報刊也紛紛開闢專題，投入到對香港回歸的報導中。除了介紹中英政權交接的細節外，國內報紙還報導了大陸、香港、海外各界人士的相關慶祝活動，包括遊行、座談、文藝聯歡等，勾勒了一幅「萬眾同心慶回歸」的和諧畫面。此外，香港回歸的背景、協商過程和影響等議題也得到了國內報刊的關注。在相關報導中，「回歸」被納入到線性的民族歷史敘事中：昔日祖國積貧積弱、政

府腐敗無能，註定喪權辱國；今日中國社會生產力蓬勃發展，綜合國力顯著增強，國際地位日益提高，故能洗雪百年恥辱；明日中國征帆再啟，必將實現國家的安定統一，民族的全面振興！該敘事尤其強調香港回歸在「提高中國的國際地位和威望」、「凝聚中華民族的利益」、「實現祖國統一、振興中華的偉大事業」方面的工具效用。它將「政權的交接」定格成「強國夢」實現過程中的偉大歷史瞬間之一，化約為國家繁榮昌盛、民族全面復興的政治表徵。同樣的修辭還被用於「澳門回歸」、「申奧」等事件的報導中。這種將「過去一恥辱」與「現在一自豪」對立起來的新民族主義媒體話語，開啟了國人民族自信心和自豪感迅速積聚的新時期。

仍舊是在圖書出版界，傾向於自我確認和肯定的新民族主義媒體話語發展出了較極端的形態。《傾聽中國：新冷戰與未來謀略》(何德功、浦衛忠、金勇，1997)、《人類的希望在中國》(瞿湘，2000)等書的出版與暢銷，標誌着民族主義意識的進一步升溫。它們在片面解讀西方文明的同時，強調東方尤其是中國的道德至高性，主張「西方理性」與「東方理性」、「肉食民主」與「草食民主」的對立與分野，認為西方的政治、經濟、文化制度正走向沒落，唯有中國才能拯救世界。這種過度抬升中國文化價值的言論，有滑入「東方—中國中心主義」囹圄的可能。它與狹隘的「反西方」言論相隨相生，共同構成了世紀之交的新民族主義媒體話語的基本面向。

加速轉型期：「崛起」的中國

2001年9月11日，美國紐約世貿中心和華盛頓五角大樓遭遇恐怖襲擊，3,000多人在這場災難中喪生。國內報刊在表達對罹難者的同情和對恐怖主義者的強烈譴責的同時，將主要精力集中在了該事件的後續影響上。它們對美國及其影響下的世界經濟走勢的悲觀預測，和對日益猖獗的恐怖主義的擔憂，客觀上緩和了國內部分民眾的反美情緒。此後，有關中美高層頻繁互訪，開展戰略經濟對話、聯合演習、合作「反恐」等的報導層出不窮。「反美」情緒在國內媒體的日常敘事中雖時有迸發，但程度上已大為減弱。與此同時，日本開始上升為中國激進民族主義者眼中的頭號「敵人」。

2001年是中日關係的重要轉捩點。從這一年開始直至2005年，中日關係一直處於「冷淡」期。2001年就任日本首相的小泉純一郎在政治領域的一系列動作，包括六次參拜靖國神社，尤其是在「中日邦交正常化30周年」的2002年參拜靖國神社，抗議中方開展的核子試驗，以及將釣魚島燈塔國有化等，直接導致中日高層互訪中斷（張歷歷，2006）。國內報刊有關日本的一系列報導，包括瀋陽領事館事件、釣魚島「租借」事件、靖國神社參拜問題、「8·4」事件等，加劇了民間的「反日」情緒。2005年，日本政府提出加入聯合國安理會常任理事國的申請，中國國內多個城市旋即爆發大規模的反對日本「入常」的示威遊行活動，即是上述趨勢的明證。從這一時期開始，中國民間的「反日」話語與官方宣導的愛國主義漸行漸遠。以至於當安倍晉三通過2006年的「破冰之旅」重啟中日高層互訪，中日關係再度迎來「暖春」時，中國民間還是在2008年的「汶川地震」中激烈抗議日本政府擬派自衛隊運送救災物資的提議，迫使官方因最終拒絕了日方提供的國際援助。

值得注意的是，在這一輪以反日為主旨的新民族主義話語的擴散過程中，都市報扮演了十分重要的角色。作為「中國報業競爭的直接產物」（董廣安，2002），都市報在21世紀初高速發展，帶來了報紙內容的「社會新聞化」趨勢——社會新聞構成報紙新聞版面的重中之重，軟硬新聞之間的界限日益模糊。這一趨勢的直接後果，是國內報業尤其是都市報對於新聞可讀性的過度追求，如在報導中訴諸聳動的新聞標題，聚焦軼聞、趣聞和醜聞等。此類報導往往能成功吸引讀者的興趣，形成較大的社會影響力，幫助報紙獲得可觀的經濟回報。尤其是在互聯網技術日趨普及、報業紛紛「試水」網絡化的21世紀，經由報紙新聞網站以及商業性新聞門戶網站的廣泛轉載，高度可讀的新聞能產生更廣泛的社會影響，進而轉化為更可觀的市場利潤。這正是2001年以後國內報刊常常致力於建構較之官方的愛國主義主張更冒進的新民族主義話語的重要原因。

一方面，國內報刊會採用新民族主義的話語框架來詮釋與民族並無關涉的人、物或事件，日本旅遊團珠海買春事件即是一例。2003年9月25日，《中國青年報》一則題為《珠海一日本旅遊團國恥日尋歡，聲稱來華只為買春》的報導，以典型的「人情味新聞」的筆調描述了「尋歡」

現場的景象，揭開這一新聞故事的序幕。其中對於事發時間——國恥日的強調，和對日本遊客吐露來華目的以及要求在酒店大堂懸掛國旗等細節的敘述，含蓄地暗示該事件可能是一次「有組織」、「有預謀」地侮辱中國女性、傷害國人民族自尊心的集體行動。「日本遊客—玩—中國姑娘」的顯在的故事情節，極易引發國內民眾對於「日軍—蹂躪—中國慰安婦」的歷史記憶的聯想和模擬。翌日，新浪網轉載了這一報導，之後短短5天，追加評論的帖子竟達24,000多條。從9月26日至12月12日，國內先後有30多家報紙、雜誌和網站刊發了約70條新聞和評論，就「買春團事件」的原委、進展、結果、國內外的反應、事後的反思等議題展開了廣泛報導。繼《中國青年報》之後，又有5家報紙在複述該事件時迴避了事件發生的實際時間，即9月16日至17日，而以打「擦邊球」的方式將這一事件與「國恥日」以及民族尊嚴聯繫在一起，如將標題表述為「9·18成群日本客珠海召妓」、「國恥日珠海來了日本『買春團』」等，以及將新聞故事主角臉譜化，分別描述成充滿「憤怒」和「恥辱感」的「有良知的中國人」、醜陋的日本「買春客」以及「失卻了肉體身份與心靈認同」的中國色情業者，從而使一起違反法律和社會道德的事件與民族關係糾葛在一起，具有了泛政治化的色彩。在對該事件的反思中，某些報刊所刊發的評論文章仍採取了民族主義的話語框架，如認為「買春團事件」將「兩國民間關係推到了一個不平等的位置上」，譴責「皮條客」出賣「同胞的身體」和「民族的尊嚴」，指責日本不值得信任、令人失望。這類新民族主義媒體話語的迅速傳播，對民間本已湧動不安的「反日」情緒無異於是推波助瀾。

在面對涉及內政外交的重大事件時，一方面，國內報刊會開闢專題或專刊來加強報導的深度和廣度，製造新的輿論關注點；另一方面，這些報刊還會採取特定的話語策略，如煽情的言辭來加強報導的熱點效應，吸引閱聽人的眼球。2003年10月15日至16日，我國歷史上第一架載人航太飛船「神舟五號」順利升空並返航。國內報刊對這一事件的報導投以極高熱情，除了記錄航太飛行的全過程外，還詳細介紹了飛船的研發過程、技術細節、宇航員的航行體驗和生活故事以及社會各界對該事件的評論和反應等。它們將這一事件納入到民族復興的歷史敘事中，與千年的「飛天」夢想聯繫在一起。其中，《北京青年

報》除大量轉載新華社電訊外，還派出了聯合報導小組採寫獨家新聞，開闢「神舟專刊」，提供更多「幕後花絮」。該報將「神舟」五號順利返航的日子稱作「最偉大的一天」，並以《民族傳奇飄落草原》為題來描述飛船返航的場景；此外，該報還刊登了一組專題文章和照片，全方位地塑造了宇航員的「太空英雄」的形象。包括《北京青年報》在內的國內報刊在建構這一歷史話語的過程中，鮮少談及這項花費鉅資的科研探索活動的現實效用，而是將大部分精力傾注到了對該事件的符號價值和象徵意義的挖掘上，從而使一項重大的科技成果淪為媒體話語中不斷複現的「強國夢」的另一註腳。

2001年至2008年，國內新民族主義媒體話語的建構進入到了一個加速轉型期，這體現在以下兩個方面：其一，「反西方」的新民族主義話語的重心發生轉移，「反美」情緒趨於緩和，「反日」話語甚囂塵上；其二，自我確認和肯定的民族情緒持續升溫，成為新民族主義話語的首要面向。

從「神舟」六號載人飛船順利升空到「嫦娥」號探月衛星成功發射，自我確認和肯定的新民族主義話語充斥在國內報刊的科技報導中。發生於2008年的兩場重大自然災害——南方雪災和汶川地震，則使這類媒體話語獲得了更顯在、更完整的形態。抗災救災活動被國內報刊塑造成了一場中華民族與大自然之間的「戰爭」，「強韌的國家力量」以及「不屈的民族精神」是奪取「戰爭」勝利的根本保證（車玉明、李斌、黃全權，2008）。災難因此成為了國人向世界展示國家實力與民族精神的契機，而這樣的展示最終證明「震撼了全世界」。潛藏於這些文字之下的，是對民族榮耀和價值的不斷確認，以及將中國置於世界中心的民族意識。這種意識在有關「籌奧」活動的宣傳報導中達到了頂點。早在火炬傳遞開始之前，國內多家報刊就曾開闢奧運報導的專版或特刊，將籌奧的過程描繪成崛起的中國的世界巡展。以致於當「聖火傳遞」在巴黎、倫敦等城市遭遇抵制，國內報刊所勾畫的世界期待「祥雲」降臨的美好前景與現實相去甚遠時，國人只能以憤怒來填補因日漸強烈的民族自豪感受挫而留下的情感空窗，極端的民族主義情緒在互聯網上再度迸發。正是從這一刻起，膨脹的民族自豪感取代昔日「反西方」情緒下強烈的憂患意識，上升為新民族主義媒體話語的主導性價值標杆。

結語

縱觀過去近二十年間新民主主義媒體話語的演進歷程可以發現，如果以民族主義的參照對象(對外/對內)和理性程度(理性/非理性)為指標建立縱橫坐標軸，不同階段居於主導地位的媒體話語將處在這一坐標軸的不同區間內。其中，「對外」指的是將其他民族或國家「他者化」，強調與他者的競爭或對抗，「對內」指的是將往昔自我「他者化」，強調的是對自我的肯定和認同；「理性」和「非理性」則是相對的概念，前者表現在維護自身利益的同時盡可能不損害他者利益，強調自我優勢的同時不迴避自身不足，後者表現為對他者利益的漠視和對自身利益的極端強調，以及盲目的自信和優越感。如果說醞釀和形成期的媒體話語主要是對外/理性導向，高潮期的媒體話語兼具對外/非理性和對內/理性導向的話，加速轉型期的新民主主義媒體話語則無論在對外或對內上都是非理性導向了。總體上，過去近二十年間，新民主主義媒體話語的發展態勢是從對外逐漸轉為對內，從相對理性轉向非理性。上述座標有助於我們勾勒新民主主義媒體話語的演進軌跡，但它無法解釋該軌跡形成的原因，也無法說明為何同一階段的媒體話語會呈現出多重形態。

另一條軸線因此必須被引入，即話語建構的主體——媒體的市場化程度(強市場化/弱市場化)。市場化程度越高的媒體，越可能在對外的民族主義話語的建構上偏離官方宣導的愛國主義之宏旨，迎合民間激進的民族主義主張，也越可能在對內的民族主義話語的建構上迎合官方及民間立場。引入此一維度，我們就可以理解新民主主義媒體話語為何日趨對內和非理性，理解同一階段內媒體話語的多樣性，以及官方對非理性的媒體話語的曖昧態度。

1990至2008年間，中國媒體、官方和民間的民族主義話語之間呈現出錯雜複雜的關係，時而並行，時而合流，時而背離。如果說重建政權合法性曾是官方宣導愛國主義宣傳的初衷的話，今日的媒體話語多少已經逸出了官方最初的構想和框架，呈現出與民間激進的反西方話語合流的趨勢。然而，合流並不意味着完全同步。在某些重大涉外事件或衝突中，媒體話語與民間話語之間依然存在着明顯的錯位。新

民主主義媒體話語因此並非單純的政治意志操縱的結果，也不是新民族主義尤其是激進的反西方意識形態濫觴的唯一動因。較適切的態度，是將媒體視為政治意志、市場力量以及維繫媒體自身權力邊界的動力間相互碰撞和協商的場域。以此為出發點，考量媒體在什麼維度上、以何種程度反映多方利益和價值需求。本文已經在歷時性的視野內對這一議題進行了初步的探索，未來的研究可以在共時性的視野中展開，結合更廣泛、具體的社會歷史語境，對新民族主義媒體話語的生成機制展開討論。此外，新民族主義話語在電子媒體中的基本形態，傳統媒體與新媒體在民族主義話語建構過程中的互動過程和機制，以及偏重媒體日常敘事的民族主義話語分析，也是未來可以探索的方向。

隨着經濟、科技的發展，國力的提升，我們不難預見，在未來相當長時期內，新民族主義話語將在大眾媒體的日常敘事中持續存在。短期來看，其中那些以務實為要義的民族主義話語在激發社會凝聚力和向心力，推進現代化建設方面具有可觀的效用，但從長遠來看，詭譎民族主義並不符合媒體自身的社會角色和國家的根本利益：鼓吹激進言辭雖能說明媒體贏得一時之利，卻可能帶來對公共話語空間的擠壓，造成對媒體權力場域的實質侵蝕；高揚民族同一性可以贏得國人的忠誠和熱情，卻也可能造成對個體和次級群體的權利和利益訴求的高度異質性的漠視乃至壓制，阻礙社會的和諧與發展。何去何從，還需謹慎審度。

註釋

- 1 凌雲(1999年5月11日)。
〈市民反美情緒普遍增強，要求政府展開強硬外交〉。上網日期：2008年7月16日，取自<http://www.chinavista.com/experience/lingdian/chdiaocha268.html>。

參考文獻

中文部份 (Chinese Section)

- 厄內斯·蓋爾納(2002)。《民族與民族主義》(韓紅譯)。北京：中央編譯出版社。(原書Gellner, E. [1983]. *Nations and nationalism*. Oxford: Basil Blackwell.)
- Eneisite Gai'erna (2002). *Minzu yu minzuzhuyi* (Han Hong trans.). Beijing: Zhongyang bianyi chubanshe. (Original book: Gellner, E. [1983]. *Nations and Nationalism*. Oxford: Basil Blackwell.)
- 尹保雲(1994)。〈民族主義與現代經濟發展〉。《戰略與管理》，第3期，頁13-15。
- Yin Baoyun (1994). *Minzuzhuyi yu xiandai jingji fazhan. Zhanlue yu guanli*, 3, 13-15.
- 本尼迪克特·安德森(2003)。《想像的共同體：民族主義的起源與散佈》(吳叡人譯)。上海：上海人民出版社。(原書Anderson, B., [1991]. *Imagned communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.)
- Bennidikete Andesen (2003). *Xiangxiang de gongtongti: minzuzhuyi de qi yuan yu sanbu* (Wu Ruiren, trans.). Shanghai: Shanghai renmin chubanshe. (Original book: Anderson, B., [1991]. *Imagned communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.)
- 艾爾·巴比(2005)。《社會研究方法》(邱澤奇譯)。北京：華夏出版社。(原書Babbie, E. [2004]. *The practice of social research*. Belmont, CA: Wadsworth.)
- Ai'er Babi (2005). *Shehui yanjiu fangfa*(Qiu Zeqi, trans.). Beijing: Huaxia chubanshe. (Original book: Babbie, E. [2004]. *The practice of social research*. Belmont, CA: Wadsworth.)
- 安東尼·史密斯(2006)。《民族主義：理論，意識形態，歷史》(葉江譯)。上海：上海人民出版社。(原書Smith, A. [2003]. *Nationalism: Theory, ideology, history*. Cambridge: Policy Press.)
- Andongni Shimisi (2006). *Minzuzhuyi: Lilun, yishixingtai, lishi* (Ye Jiang, trans.). Shanghai: Shanghai renmin chubanshe. (Original book: Smith, A. [2003]. *Nationalism: Theory, ideology, history*. Cambridge: Policy Press.)
- 宋強等(1996)。《中國可以說不——冷戰後時代的政治與情感抉擇》。北京：中華工商聯合出版社。
- Song Qiang, deng (1996). *Zhongguo keyi shuo bu: Lengzhan hou shidai de zhengzhi yu qinggan jueze*. Beijing: Zhonghua gongshang lianhe chubanshe.
- 宋強等(1996)。《中國還是能說不》。北京：中國文聯出版公司。

- Song Qiang, deng(1996). *Zhongguo haishi neng shuo bu*. Beijing: Zhongguo wenlian chubanshe.
- 李正堂 (1997)。《為什麼日本不認帳——日本國戰爭索賠備忘錄》。北京：時事出版社。
- Li Zhengtang (1997). *Weishenme riben bu renzhang: Ribenguo zhanzheng suopei beiwanglu*. Beijing: Shishi chubanshe.
- 李希光等 (1996)。《妖魔化中國的背後》。北京：中國社會科學院出版社。
- Li Xiguang, deng (1996). *Yaomohua zhongguo de beihou*. Beijing: Zhongguo shehui kexueyuan chubanshe.
- 李軍虎 (2008)。〈淺論當代中國新民族主義的內涵及特徵〉。《內蒙古農業大學學報(社會科學版)》，第6期，頁4–6。
- Li Junhu (2008). *Qianlun dangdai zhongguo xinminzuzhuyi de neihan ji tezheng. Neimenggu nongye daxue xuebao* (Shehui kexueban), 6, 4–6.
- 李琨 (2009)。《傳播學定性研究方法》。北京：北京大學出版社。
- Li Kun (2009). *Chuanboxue dingxing yanjiu fangfa*. Beijing: Beijing daxue chubanshe.
- 吉爾·德拉諾瓦 (2005)。《民族與民族主義》(鄭文彬、洪暉譯)。北京：生活·讀書·新知三聯書店。(原書Delannoi, G. [1999]. *Sociologie de la nation*. Paris: Armand Colin.)
- Ji'er Delanuowa (2005). *Minzu yu minzuzhuyi* (Zheng Wenbin, Hong Hui, trans.). Beijing: Shenghuo, dushu, xinzhishi sanlian shudian. (Original book: Delannoi, G. [1999]. *Sociologie de la Nation*. Paris: Armand Colin.)
- 江澤民 (1990年5月3日)。《愛國主義和知識份子的責任》。上網日期：2008年5月19日，取自新華網，http://news.xinhuanet.com/ziliao/2005-02/18/content_2591767.htm。
- Jiang Zemin (1990, May 3). *Aiguo zhuyi zhishifenzi de zeren*. Shangwang riqi: 2008, May 19. Retrieved from http://news.xinhuanet.com/ziliao/2005-02/18/content_2591767.htm.
- 宋連生、鞏小華 (2001)。《穿越台灣海峽的中美較量》。昆明：雲南人民出版社。
- Song Liansheng & Gong Xiaohua (2001). *Chuanyue Taiwan haixia de zhongmei jiaoliang*. Kunming: Yunnan renmin chubanshe.
- 何德功、浦衛忠、金勇 (1997)。《傾聽中國——新冷戰與未來謀略》。廣州：廣東人民出版社。
- He Degong, Pu Weizhong, & Jin Yong (1997). *Qingting zhongguo—xin lengzhan yu weilai moulu*. Guangzhou: Guangdong remin chubanshe.

- 房寧等(1999)。《全球化陰影下的中國之路》。北京：中國社會科學出版社。
- Fang Ning, deng (1999). *Quanqiuhua yinying xia de zhongguo zhi lu*. Beijing: Zhongguo shehui kexue chubanshe.
- 周勵(1992)。《曼哈頓的中國女人》。北京：北京出版社。
- Zhou Li (1992). *Manhadun de zhongguo nvren*, Beijing: Beijing chubanshe.
- 高平、唐芸、陽雨(1997)。《血債：對日本索賠紀實》。北京：國際文化出版公司。
- Gao Ping, Tang Yun, & Yangyu (1997). *Xuezhai: Dui riben suopei jishi*, Beijing: Guoji wenhua chuban gongsi.
- 洪永宏等(1996)。《中美軍事衝突前前後後》。北京：中國社會出版社。
- Hong Yonghong, deng (1996). *Zhongmei junshi chongtu qianqian houhou*. Beijing: Zhongguo shehui chubanshe.
- 席永軍(1996)。《超越美國：美國神話的終結》。呼和浩特：內蒙古大學出版社。
- Xi Yongjun (1996). *Chaoyue meiguo: Meiguo shenhua de zhongjie*. Huhehaote: Neimenggu daxue chubanshe.
- 陸本瑞(1994)。〈我國出版業和圖書市場發展的態勢〉。《出版發行研究》，第6期，頁13-15。
- Lu Benrui(1994). *Woguo chubanye he tushu shichang fazhan de taishi*. *Chuban faxing yanjiu*, 6, 13-15.
- 陳昕、羅靖、楊龍、旅林(1989)。〈中國出版業：從賣方市場轉向買方市場〉。《上海社會科學院學術季刊》，第4期，頁52-62。
- Chen Xi, Luo Jing, Yang Long, & Lv lin (1989). *Zhongguo chubanye: Cong maifang shichang zhuanxiang maifang shichang*. *Shanghai shehui kexueyuan xueshu jikan*, 4, 52-62.
- 陳峰等(1996)。《中美較量大寫真》。北京：中國人事出版社。
- Chen Feng, deng (1996). *Zhongmei jiaoliang da xiezhen*. Beijing: Zhongguo renshi chubanshe.
- 巢乃鵬(2000)。〈90年代以來我國報業發展態勢概述〉。《中國出版》，第12期，頁17-18。
- Chao Naipeng (2000). *90 niandai yilai woguo baoye fazhan taishi gaishu*. *Zhongguo chuban*, 12, 17-18.
- 曼紐爾·卡斯特(2006)。《認同的力量》(曹榮湘譯)。北京：社會科學文獻出版社。(原書Castells, M. [2004] *The Power of Identity*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.)

- Manniu'er Kasite (2006). *Rentong de lilian* (Cao Rongxiang, trans.). Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe. (Original book: Castells, M. [2004] *The Power of Identity*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.)
- 曹桂林 (1991)。《北京人在紐約》。北京：中國文聯出版社。
- Cao Guilin (1991). *Beijingren zai niuyue*. Beijing: Zhongguo wenlian chubanshe.
- 張歷歷 (2006)。《百年中日關係》。北京：世界知識出版社。
- Zhang Lili (2006). *Bainian zhongri guanxi*. Beijing: Shejie zhishi chubanshe.
- 張學禮 (1996)。《中國何以說不》。北京：華聯出版社。
- Zhang Xueli (1996). *Zhongguo heyi shuo bu*. Beijing: Hualian chubanshe.
- 張曉剛 (1996)。〈民族主義、文化民族主義、第三世界民族主義〉。《戰略與管理》，第3期，頁61–68。
- Zhang Xiaogang (1996). *Minzuzhuyi, wenhua minzuzhuyi, disanshijie minzuzhuyi. Zhanlue yu guanli*, 3, 61–68.
- 鄒小站、鄭大華 (2007)。《近代中國史上的民族主義》。北京：社會科學文獻出版社。
- Zheng Xiaozhan & Zheng Dahua (2007). *Jindai zhongguoshi shang de minzuzhuyi*. Beijing: Shehui kexue wenxian chubanshe.
- 彭光謙等 (1996)。《中國為什麼說不？——冷戰後美國對話政策的誤區》。北京：新世界出版社。
- Peng Guangqian, deng (1996). *Zhongguo weishenme shuo bu? —lengzhan hou meiguoduihua zhengce de wuqv*. Beijing: Xinshijie chubanshe.
- 喬良、王湘穗 (1999)。《超限戰：對全球化時代戰爭與戰法的想定》。北京：解放軍文藝出版社。
- Qiao Liang & Wang Xiangsui (1999). *Chaoxianzhan: Dui quanqihua shidai zhanzheng yu zhanfa de xiangding*. Beijing: Jiefangjun wenyi chubanshe.
- 賀明 (1991)。《一筆血淋淋的人權債：朝鮮戰爭戰俘遣返解釋代表的日記》。天津：百花文藝出版社。
- He Ming (1991). *Yibi xuelinlin de renquanzhai: Chaoxian zhanzheng zhanfu qianfan jieshi daibiao de riji*. Tianjin: Baihua wenyi chubanshe.
- 黃煜、李金銓 (2004)。〈九十年代中國民族主義的媒介建構〉。李金銓 (編)，《超越西方霸權：傳媒與「文化中國」的現代性》(頁95–115)。香港：牛津大學出版社。
- Huangyu & Li Jinqun (2004). *Jiushi niandai zhongguo minzuzhuyi de meijie jiangou*. In Li Jinqun (Ed.), *Chaoyue xifang baquan: Chuanmei yu wenhua zhongguo de xiandaixing* (p. 95–119). Xianggang: Niujin daxue chubanshe.

- 董廣安(2002)。〈都市報：中國報業走向市場的「加速器」〉。《鄭州大學學報(哲學社會科學版)》，第5期，頁43-46。
- Dong Guangan(2002). Dushibao: Zhongguo baoye zouxiang shichang de jiasuqi. *Zhengzhou daxue xuebao (Zhexue shehui kexue ban)*, 5, 43-46.
- 蕭功秦(1994)。《民族主義與中國轉型時期的意識形態》，《戰略與管理》，第4期，頁21-25。
- Xiao Gongqin (1994). Minzuzhuyi yu zhongguo zhuanxing shiqi de yishixingtai. *Zhanlue yu guanli*, 4, 21-25.
- 邁克爾·A·豪格、多明尼克·阿布拉姆斯(2010)。《社會認同過程》(高明華譯)。北京：中國人民大學出版社。(原書Hogg, M. A. & Abrams, D. [1988]. *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.)
- Maikē'ér A Haogē & Duomingnikē Abulamusi (2010). *Shehui renting guocheng*(Gao Minghua, trans.). Beijing: Zhongguo renmin daxue chubanshe. (Original book: Hogg, M. A. & Abrams, D. [1988]. *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. London: Routledge.)
- 熊志勇(2006)。《百年中美關係》。北京：世界知識出版社。
- Xiong Zhiyong (2006). *Bainian zhongmei guanxi*. Beijing: Shijie zhishi chubanshe.
- 瞿湘(2000)。《人類的希望在中國》。北京：大眾文藝出版社。
- Qu Xiang (2000). *Renlei de xiwang zai zhongguo*. Beijing: Dazhong wenyi chubanshe.

英文部份 (English Section)

- Chanda, N. & Huus, K. (1995). The new nationalism. *Far Eastern Economic Review*, 158(45), 20-26.
- Gries, P. (2004). *China's new nationalism: Pride, politics and diplomacy*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Guo, Z. S., Weng, H. C. & Chen H. L. (2007). Nationalism as public imagination: The media's routine contribution to latent and manifest nationalism in china. *The International Communication Gazette*, 69(5), 467-480.
- Hughes, C. (2006). *Chinese nationalism in the global era*. Retrieved June 21, 2008, from openDemocracy.net: http://www.opendemocracy.net/democracy-china/nationalism_3456.jsp
- Hechter, M. (2000). *Containing nationalism*. Oxford: Oxford University Press.
- van Dijk, J. (1999). *The network society: Social aspects of new media* (L. Spooenberg, Trans.). London. Thousand Oaks, New Delhi: Sage. (Original book published in 1991)

- Polumbaum, J. (2003). Capturing the flame: Aspirations and representations of Beijing's 2008 Olympics. In C.-C. Lee (Ed.), *Chinese Media, Global Contexts* (pp. 57–75). London: Routledge.
- Sun, W. N. (2001). Media events or media stories? Time, space and Chinese (trans) nationalism. *International Journal of Cultural Studies*, 4(1), 25–43.
- Yan, X. T. (2001). The rise of China in Chinese eyes. *Journal of Contemporary China*, 10(26), 33–39.
- Zhao, S. S. (2005). China's pragmatic nationalism: Is it manageable? *The Washington Quarterly*, 29(1), 131–144.

本文引用格式

- 熊慧 (2014)。〈新民族主義媒體話語的社會歷史分析：1990–2008〉。《傳播與社會學刊》，第 28 期，頁 121–149。

