

清末上海民間報刊與公眾輿論的表達模式

◎ 方平

公共領域是指介於個人與政治國家之間的自主性社會生活領域。這一領域「對其功能的自我理解具體表現為『公眾輿論』的範疇」¹。由於公眾輿論的形成與表達，與民辦報刊的勃興密邇相關，而民報的崛起又是大眾傳媒民間化的結果，因此，本文擬從考察1901-11年間上海報刊業的民間化現象入手，就公眾輿論的表達方式及其特點作一簡單論析。

一 報刊傳媒的勃興及其民間化

近代上海因地處中西文化交流、碰撞的前沿，信息流通便捷，加之政治生態環境特殊，報刊業的發展頗為引人注目，「俄而成為全國新聞紙的中心地了」²。繼《時務報》等維新報刊之後，二十世紀初，上海迎來了「新學書報最風行時代」³。據不完全統計，1901-11年間，上海先後出版的各種日報，總數不下30種。期刊方面更是精彩紛呈。僅據上海圖書館所編《中國近代期刊篇目彙編》的統計，這一時期在滬出版的中文刊物就有69種。日報與期刊合計，總數當在100種以上⁴。這還不包括數十種小報以及其他僅知其名但已散佚無從查考的報刊。

除了數量、種類繁多之外，這一時期上海報刊業還有一個重要特徵，就是以民間人士為運作主體的華資民辦報刊比重大，居於絕對的主導地位。據查，在清末百餘種中文報刊中，僅《江南商務報》、《輿論日報》等由官方機構和地方官吏所辦，屬官報；1910年前後的《輿論時事報》、《中外日報》、《申報》，「或純係官款，或半係官款」⁵，具有準官報性質；《大同報》、《彙報》、《尚賢堂晨雞錄》等幾種是外報，其餘均為民報。因此，粗略估算，民報在全部中文報刊中的比例當不低於90%。從民報的年增長量來看，以期刊為例，1901-11年間，除了1905年僅新創一份外，其餘年份少則六份，多則八份。這一速度不可謂不快。由於戊戌前後創辦的《蘇報》等報刊一直在持續發行，加之眾多在日本出版的留日學生刊物，或秘密流入上海，或公開在滬設立派報處，因此，即便作保守估計，這一時期行銷滬地的各類民辦報刊年均也不會少於20-30種。

民辦報刊的勃興，是報刊傳媒民間化的結果。所謂民間化，是相對於甲午以前官方半官方的邸抄、京報以及外報在報刊業中佔據壟斷地位的局面而言。相對於官報和半官報，民間化即是非官方化；相對於外報，民間化則意味著本土化。具體而言，報刊的民間化可從以下多個方面來理解。

首先，辦報宗旨立足於民。舊式邸抄、京報，記載傳錄的「僅在習聞習見之事，至於機要大事，則付缺如」，其「唯一目的，為遏止人民干預國政」⁶。而外報出自西人之手，前期「憑教會之力，其宗旨多倚於教，於政治學問界，非有大關係焉」⁷；後期雖因時勢遷移轉而矚目

於外交，但其言論也多與外國在華勢力沆瀣一氣。與官報和外報形成鮮明對比的是，民報或積極傳輸西學新知，或注重開化風俗，或矚目商情實業，或致力於宣傳政治變革，如此等等，不一而足，但總以立意作為民眾的「嚮導」與「喉舌」為指歸。

其次，辦報資本主要來自民間。大體而言，民報的資本來源有以下幾種類型：一是私人籌資，如《時報》、《天鐸報》。二是同人集資，如《二十世紀大舞台》；三是招股集資，「照有限公司辦理」⁸，如《警鐘日報》。四是接受社會捐款，如《競業旬報》、《民呼日報》。當然，在許多情況下，一份報刊的籌辦與維持，往往採取多種籌資方式。以《中國女報》為例，它除了公開招股集資外，還接受社會捐助，並以推舉捐助者為名譽贊成員的方式表示謝意。值得注意的是，儘管民報的資本來源呈多元化態勢，但其編輯經營權一般多由報館經理、主筆掌握，從而保證報刊不至於因資本關係而改變其民辦性質。

再次，館政與用人權相對獨立。報館行政大致分為編輯、營業、印刷三部分。每一部門皆由專人負責，而總其事者為「總經理」。總經理為報館領袖，一般由辦報人自任、委聘，或由同人公舉，「代表報社經理一切事務」⁹。總經理之下各職，由辦報人或總經理聘任。因此，較之於官報聽命於官府和外報由外人把持而言，民報的館政與用人權相對獨立。即便某些報刊為「免嬰國內政治上之暴力」¹⁰，曾以外人的名義向外國駐滬領事署登記，但究其實，這些報刊的經營業務完全掌握在國人手中，外人幾無權干涉。

第四，報刊的信息來源趨於多元化、民間化。舊式官報，所刊消息大多來自官府或與官方有關，「從新聞來說，它是最不中用的新聞紙，裡頭只是政府認為對自己有益，應發給士紳和官吏階級看的一些奏議和皇帝的傑作罷了」¹¹。而戊戌前外報所載「大率里巷瑣聞，無關宏旨」，其內容「大半模糊而瑣細」¹²。與官報和外報相比，民報的消息來源趨於多元化，其主要途徑有：其一、採譯外報的消息。上海外報發達，種類繁多，因有本國勢力為依托，且通訊手段先進，故消息靈通，成為華資民辦報刊的重要信息源。當時「華報所得緊要消息，十八九均自外報轉譯而來」¹³。其二、派設訪事員，獨立採編新聞。二十世紀初，新聞業卓然成為新事業，往昔乏人問津的報館主筆、訪員之職，一時竟成為文人學子的時尚之選。訪員之派設也因之由本埠擴大到外地、甚至海外。由此，報刊新聞的時效性與準確性大為提高。其三、向社會徵稿，並以「徵文」、「通信」、「來稿」等形式予以刊載。例如，《選報》雖是以集錄中外報刊為主的文摘性刊物，但也明確宣告「兼收外來詩稿及通論並緊要時事等函」¹⁴。《俄事警聞》除了徵集時事新聞之外，還開列了「普告國民」等60餘個徵文題目，向社會各界廣泛徵稿¹⁵。

與信息來源的多元化相應，民報的內容也更加豐富多采，且以反映社情民意的社會新聞為主，舉凡政治、經濟、文化、教育、外交、學術、軍事以及社會生活等，無所不有。尤其是一些反映社情民意的社會新聞，在報刊上佔據了重要位置。

第五，報刊的欄目設置與版面編排靈活多樣，務求貼近民眾。中國近代報刊業由模仿外報而起步，在初始階段，「開報館者，惟以牟利為目標；任筆政者，惟以省事為要訣」¹⁶，版面設計，簡單粗糙，刻板呆滯。自民報興起後，報刊面目從整體上大為改觀，新聞報導、外報摘譯、時事點評、譚叢說薈、廣告文藝等，一應俱全。尤其是「論說」、「社說」專欄常常揭載報館主筆的重要時論，較之舊式邸抄，不僅在體例上有所創新，而且還明確表露報刊在重大社會政治問題上的言論取向。一些報刊所關設的特色欄目，如《蘇報》之「學界風

潮」、《時報》之「時事批評」等，也頗為讀者所關注。從版面編排上看，自1898年《時務日報》及繼之的《中外日報》採取分欄編輯、雙面印刷，首開報紙版面改良之濫觴後，滬上各報即積極探索版面的創新，紛紛置備各號字模以及各種符號，分別內容輕重，或參用大小字樣，或於「發論精當、時論絕要之處」施加圈點¹⁷，既給讀者以提示，又藉以表明報刊自身的傾向性。

第六，報刊印刷日趨民間化。如所周知，中國古代民間的私刻及坊刻傳統源遠流長。近代以來，隨著西方機器印刷技術的傳入、印刷版料的改進，在民間印刷業的基礎上逐漸發展起來一批以石印、鉛印技術為依托的專營或兼營出版印刷業務的書局、印書館。這為民辦報刊快速、批量印行提供了強有力的技術支持。據顧燮光《譯書經眼錄》統計，僅1902-1904年，上海就有44家新式譯書機構。至1906年，租界內書局已發展至79家，1909年增至92家¹⁸。其中，若商務印書館、廣智書局、文明書局等，皆頗負聲名。尤其是商務印書館，除了譯印各類西書、教科書以及編輯發行《外交報》、《東方雜誌》等多種報刊外，還承接多家報刊的印刷業務。

第七，報刊發行建立起獨立的民間網絡。近代報刊業創興之始，由於所載多瑣碎支離之事，內容淺薄，不切實用，「而社會間又不知報紙為何物，父老且有以不閱報紙為子弟勗者」¹⁹，所以儘管印數無多，但發行殊為不易，甚至出現「沿門丐閱」的現象。二十世紀初，隨著社會政治文化思潮的流轉，報刊轉而成為社會公共讀物，發行量大增。與官報通過行政手段逐級強制發行不同，民報採取商業化的運作方式，通過報館分館、郵局民信局、各地書局書肆、會館公所、民間社團以及私人寓所等多種渠道，建立起以各個報館為中心的發行網絡。由於各個銷售點彼此之間是一種平行關係，因此，即便偶爾有某一個點因故不能代銷，但其他點仍舊照常運轉，不會對報刊的發行造成太大影響。所以，從技術層面上說，民報的發行，除了與交通、郵政通訊部門打交道外，基本不受官府控制。

第八，報刊的受眾以社會公眾為主。舊式邸鈔、京報的讀者，人少面窄，自不待言。而外報的發行也僅局限於由少數官吏、買辦、商人和邊緣知識精英所組成的狹小圈子內。時至二十世紀初，民報作為一種方便、快捷的大眾傳媒，因能快速、準確地報導時事，反映民情民意而備受人們青睞。其結果，報刊的受眾範圍逐漸擴大、受眾的社會構成愈加豐富，由前此的特殊人群轉向以一般社會公眾為主，舉凡官商紳學乃至一般市民都成為報刊讀者。

總之，大眾傳媒的民間化是一個全方位、多層次、立體化的持續演變過程，其基本運作趨勢是報刊經營的社會獨立性與自主性逐步加強。

二 報刊傳媒民間化對公共領域體制建構的影響

報刊傳媒的民間化，產生了多種社會效應。其中，對公共領域體制建構的影響，主要表現在以下幾個方面：

首先，改變了傳統的官民文化格局，在文化層面上加劇了國家與社會的疏離與對峙。近代以前的中國文化，按照文化特性和社會功能，可分為官方文化與民間文化兩個子系統。從根本上說，官方文化是一種以文人士大夫為人格載體、以經典文獻形式流傳於世的壟斷性文化。經典文獻與儒家訓誡相結合，結果是「文字造下了階級」²⁰。另一方面，傳統的以手工抄錄、雕版和活字印刷為主的手工作坊式的文化複製方式也制約了文化的廣泛傳播。最終，文

化成為少數知識精英的獨佔品。官方文化是政治國家的精神支柱，其主要功能在於從思想文化層面為現有統治提供合法性論證。與體系完備、結構嚴謹、形態雅致的官方文化不同，民間文化一般以民間戲劇、歌謠、話本演義、民間宗教、祭祀禮俗等形式在民眾中廣泛流傳，其主要功能在於為下層民眾的生存與生活提供意義解釋和娛樂休閒。總體而言，官方文化因得到政治權力的支持，在社會文化生活中居於支配地位，而民間文化雖有其獨特的表現形態、文化內涵和傳播方式，未必一定與官方文化合拍，但一般總是從屬於官方文化，受到官方文化的制約。

然而，隨著民辦報刊的興起，這一文化格局從兩個方面被打破。一方面，民報以近代機器印刷業為技術支撐，使文化複製更加方便、快捷，從而在速度與數量上使文化的廣泛傳播成為可能，而交通、通訊條件的改善以及民間行銷網絡的建立，又將這種可能變成了現實。再者，大眾傳媒覆蓋範圍廣闊、形式新穎靈活，也刺激了普通民眾對知識和信息的需求。文化傳播技術手段的提高與民眾需求相結合，有力地推動了文化的普及，不僅傳統文化難以成為少數知識精英的獨佔品，而且隨著西學大量輸入，一個包括近代自然科學和西方社會政治學說的新的更加適應社會變革需要的知識體系開始形成並逐漸完善，官方文化的壟斷性因之不復存在。另一方面，民間文化掙脫官方文化的控馭，迅速成長，呈現出全面上升的態勢。小說原是文人末技，不登大雅之堂。但自1902年梁啟超提出「小說界革命」後，小說冠冕堂皇地進入主流文化殿堂。一時間，包括《繡像小說》、《新新小說》、《月月小說》、《小說林》等在內的各種文學雜誌紛紛創刊。小說的出版數量，也頗為可觀。僅1907年，滬上15家書局、報館出版的各類小說就達121種²¹。與那些才子佳人、文官武俠、鬼怪狐妖之類的舊小說不同，新小說無論是譯作還是自行創作，多半是「描摹時事，諷刺朝政，激勵革新」²²的社會政治小說，揆其立意，無不以「改良社會開通民智」²³為宗旨。再如戲劇方面，在《二十世紀大舞台》等報刊的推助下，上海出現了戲劇改良運動，不僅在南派京劇的基礎上形成了「海派」京劇，而且還孕育產生了早期話劇——「新劇」，一批宣傳政治變革與社會風俗改良的時事劇、西洋劇以及經改編的歷史劇被搬上舞台。與小說、戲劇繁榮相映照的是，以傳媒為依托的社會通俗教育也展現出勃勃生機。除了《中國白話報》等明確標明為白話報刊，面向下層民眾發行之外，許多刊物，或文白並用，或開闢白話專欄，或完全以淺近俚語白話為表達工具，不僅促進了文體的通俗化、口語化變革，而且在教育層面上彌補了正規學堂教育的不足，推動了文化普及和思想啟蒙。

官方文化壟斷地位的瓦解與大眾文化的勃興，改變了過去官方文化一統天下，民間文化只處於依附、從屬地位的文化格局，官民文化的對抗性和離異性加強，從而在文化層面上加劇了晚清以來業已出現的政治國家與民間社會的疏離和對峙。而國家與社會的分立乃至對抗，是公共領域孕育和發展不可或缺的基礎條件之一。

其次，改變了舊的信息傳輸方式，從體制上為社會成員自由獲取信息和表達意願提供了可能。二十世紀以前，以報刊為代表的新式大眾傳媒雖然有所發展，但就全社會而言，信息的傳通，仍舊以口耳相傳的人際傳播為主，傳輸的信息量較小，影響面狹窄。而二十世紀以後，隨著報刊業的發展，社會的信息傳輸轉而以大眾傳播為主。大眾傳播，以文字符號為媒介，以不特定的多數人為傳播對象，在信息傳播的總量、規模與覆蓋範圍等方面大幅度擴展。這樣，不僅使信息的存儲與分享得以超越時空限制，而且也將一個「有效率的社會」從少數人擴展至多數人²⁴，並為社會成員提供更加方便的信息接受渠道和意見表達機制。

「個人之思想，以言論表之；社會之思想，以報表之。有一種社會，各有其表之之報。社會

有若干之階級，而報之階級隨之矣。」²⁵事實上，不同性質的報刊往往就是不同社會群體、不同社會階層的「耳目喉舌」，表達不同利益集團的呼聲。如女界報刊往往以提倡女學、振興女權為職志，商業性報刊以維護工商業者的利權為宗旨，教育類報刊多關注教育改良與國民素質的提高，政團報刊為本團體的政治主張大聲疾呼，而綜合性報刊則表達全社會的普遍意願。社會成員能夠通過有效管道獨立地表達自己的意願，是實現社會自主化與政治民主化的前提條件之一。因此，數量眾多、性質各異的民辦報刊的存在，本身即是對既有政治權威的一種挑戰，它不僅促進了社會民眾參與意識的提高，而且導引公共領域沿著社會維度不斷拓展，其結果必然將全社會成員的目光從各自分散的個人與群體利益引向根本性政治制度變革上來。

第三，以公開報導為基礎，民報特有的「公共性」構成了一個相對獨立的領域，即公共領域。民辦報刊立意作為民眾的「嚮導」與「喉舌」，通過公開報導與評論，即將所報導事件置於社會公共生活空間之中，引起社會成員的廣泛關注，成為公眾言談、討論的話題。這樣就改變了被報導事件原有的私密性，使之轉而具有公共性質。被報導事件的公共性是由民報的公共性所賦予。這一公共性在報導有關政府決策、政治人物活動和政治事件時愈發彰顯，它將原屬於「肉食者謀之」的政治事務從傳統皇權的控馭之下解放出來，成為真正意義上的公共事務，使原先普通民眾無從知曉、無權過問的皇家家事變成了國家大事。試舉一例：1904年8月，鐵良奉旨南下，《警鐘日報》迅即作出反應，不僅在「國內紀聞」專欄中披露鐵良得差的有關內幕，而且還發表題為〈民窮財盡何以堪此〉的「時評」，直言不諱地抨擊鐵良此行的真實動機在於「收括東南之財富以供北京政府之揮霍」，與庚子前剛毅南下並無二致²⁶。

民報的公共性所發揮的是一種「評判功能」，它反映的是社會成員的政治參與意識和理性批判精神。其實，在大眾傳媒領域內，公共性已不僅是民報的一種社會功能，而且還轉變為其自身的一種屬性。民報的公共性構成了相對獨立的領域，即公共領域。而報紙也變成溝通社會公眾和國家權力的公共機構。尤其當民辦報刊發展成為政治集團的輿論工具後，以前在奏章、條陳裡表達的見解，現在則通過報刊在政論文章中表達出來。民報因之又成為政治權力運作的監督員和社會公共事業的倡導者。

第四，民報面向普通民眾發行，使來自不同職業和社會階層的私人受眾在個體性閱讀的基礎上結成一個公共閱讀網絡。這一閱讀網絡雖是鬆散的，但卻是開放的、富有彈性的。以此為中介，受眾與傳媒以及受眾之間能夠有效地進行信息交流和思想溝通。儘管並非全部受眾均轉化成為具有批判意識的「公眾」，但他們中間確有一些人通過這一閱讀網絡的整合作用而聚集在一起，進而以言談、討論的方式參議政事，行使公共領域的批判功能。

三 公眾輿論的表達模式及其特點

所謂「輿論」，就是指眾人的議論。《晉書·王沈傳》云：「自古賢聖，樂聞誹謗之言，聽輿人之言。」梁啟超認為：「夫輿論者何？多數人意見公表於外者也。」²⁷作為浮動於社會思想觀念表層的一種富有活性的集體性見解，任何輿論的孕育與形成均需一定的「意見氣候」。其中，一定量的信息發送、傳輸與反饋，即信息的有效流通無疑是最基本的前提條件之一。

如果說近代以前的信息與信息傳輸系統幾乎完全被政治國家所壟斷，信息流通具有很強的封

閉性的話，那麼時至二十世紀初年，隨著報刊傳媒的民間化，不僅信息來源趨於多元化、信息量成倍增加、信息傳輸形成民間網絡系統和廣闊的空間覆蓋面，而且受眾人數大量增加、構成日趨豐富。由此，信息交流的規模迅速拓展、頻度加快，並在水平方向上大為拓展，從而形成一個以傳媒為中心、以受眾為周邊的具有平等與開放特性的圓形網絡狀輻射結構。

與這種信息流通體系相應，整個社會在意見表達方面建構起一種新的報章代言模式，即通過刊載於民辦報刊上的新聞報導、社說時評等來表達社會民眾的利益要求與願望。1902年冬至1903年春夏間，《蘇報》報導各地學潮而引發的關於學校教育的討論，就是以報章代言模式來進行輿論表達的典型例證。如所周知，《蘇報》大規模刊登反映學潮的文字，始於1902年11月對南洋公學退學風潮的連續報導。此後，該報相繼刊登了大量反映各地官、私學堂、書院以及教會學校罷課、散學、退學的消息。這些消息，「讀之令人或驚或怒，或笑或罵，或叫或哭」²⁸，在社會中激起強烈的反響，人們紛紛投書報館，或反映當地學界情況，或發表意見感想。據統計，在1903年5月25日至6月24日的短短一個月裡，僅「學界風潮」專欄刊出的各種來稿、來函就達60餘件²⁹。隨著相關報導和討論不斷深入，種種直接或間接議論也越來越激烈，終於使得以報紙為表達媒介、以反映學界現狀開其端的新聞報導發展為一股旨在反對政治和文化專制的強大社會輿論。

代言模式是一種雙向結構的輿論模式，建立在傳媒與受眾、信息交流與意見反饋相互作用的基礎之上。但在以政治性報刊作為表達媒介的輿論環境中，這一模式又進一步演化為單向灌輸模式。灌輸模式的基本運作方式是「先覺覺後覺」，即「余天民之先覺者也，余將以斯道覺斯民也」³⁰。報人與政論作家承當啟蒙精英的角色，他們在編發報刊的過程中，除了向受眾傳遞各種社會信息之外，還常常自命為先覺者和民眾的代言人，並根據自己的政治信仰、價值觀念以及政治鬥爭的需要來解釋時政，以期引導受眾作出與自己預期相一致的輿論反應。

一般來說，為達到引導輿論的目的，辦報人首先強調的就是自己與報刊在輿論生成過程中的重要地位和作用。《國民日日報》就曾提出，欲「圖國民之事業」，「造國民之輿論」，勢必要仰仗由新聞記者所組成的「第四種族」。因為他們「由平民之趨勢迤邐而來，以平民之志望組織而成」，代表平民發言，「一紙之出，可以收全國之觀聽，一議之發，可以挽全國之傾勢」³¹。《俄事警聞》也認為，在中國這樣的「半開化之國」，報刊與新聞記者「欲求盡職以為開明之母，則必毅然決然以救主宏宣道妙暢演福音者自居」³²。而《覺民》同人鑒於舉國上下「昏昏沉醉」的現狀，則發願要以「愚公之志」、「精衛之誠」擔負起「覺民」的重任³³。1910年梁啟超在為《國風報》撰寫「敘例」時，乾脆將理想中的立憲政治歸結為「輿論政治」，並提出報館的「天職」就在於製造具有「統一性」和「連續性」的「健全之輿論」。進而據此提出「五本」、「八德」說，作為報館應當謹守的辦報原則³⁴。顯然，所謂「五本」、「八德」云云，實質上是為辦報人如何操縱輿論制訂了一套有序的運作規範。

在灌輸模式中，傳媒與受眾之間的信息交流與意見反饋雖然在形式上仍是平等的，但究其實，傳媒處於「移人」、「監督人」，而非「移於人」、「監督於人」³⁵的支配地位，而受眾則處於相對從屬的地位，成為傳媒的宣傳、啟蒙對象。尤其是辛亥前數年間，一些新創辦的政治性報刊，如《政論》之於政聞社，《預備立憲公會報》之於預備立憲公會，「豎三民」之於革命黨等，幾乎完全成為政治集團的傳聲筒。在這些報刊中，社會輿論被政治宣傳所取代，甚或成為政治集團意識形態的代稱。尤有進者，某些報刊完全淪為黨派政團的政治

「喉舌」和輿論工具，成為「黨爭之利器」，報刊言論則「有私黨而無政見」³⁶。報刊及報刊輿論的黨派化、工具化，既是公共領域和公眾輿論趨於繁盛的表現，也是其發生某種折變的開端。

報章代言模式與灌輸模式可以合稱為代言—灌輸模式。由於政治文化思潮的演進以及人們對報刊傳媒社會功能認識的深化，二十世紀初，代言—灌輸模式實際上已成為上海社會輿論表達系統中的主導模式，無論是紳商、資本家、知識份子、青年學生、知識女性等「中等社會」，抑或是下層民眾，無不注重利用報刊來發表意見、通報消息。以1901年3月的兩次張園拒俄集會為例，集會前，《中外日報》等報刊是集會者用以刊載傳單、告啟的傳播工具；集會後，報刊又成為他們傳遞消息、發布函電、發表評論的輿論媒介。事實上，清末十年間，報刊在滬上歷次大規模民眾運動中每每扮演重要角色，發揮著無可替代的輿論組織和社會動員功能。

通過報章代言—灌輸模式所表達的社會輿論，至少在形式上綜合了所有具有自主意識和獨立精神的社會公眾在政治參與過程中的意見和要求，因此，這一輿論，就其性質而論，可稱之為「公眾輿論」。公眾輿論源起於公眾對社會公共事務的關注與討論，經由具有「公共性」的報刊傳媒的整合、提煉，並以理性對話的方式來衡量是非利弊，因而具有批判與啟蒙的雙重特徵，體現出鮮明的時代特色。大體上說，代言—灌輸模式及其所荷載的公眾輿論具有以下三個特點：

其一，獨立性與自主性。較之於傳統社會中信息交流與輿論表達需依附國家的政權系統而運轉，清末上海以民報為依托的信息交流和輿論表達，以機器印刷、近代通訊、交通等技術性手段為物質支撐，建立在受眾的個體化閱讀和集體性交流的基礎上，基本不受國家政治權力的支配，況且某些創於租界的報刊多少還能得到外人的庇護，因而獨立性與自主性明顯增強。

其二，公共性。現代傳播學認為，報刊具有雙重身份：一方面，它們作為一種私人營利企業，是辦報人追求利潤的工具；另一方面，它們又是為公眾利益服務的「半公共事業機構」。「作為半公共事業機構，報紙被看作是公共利益的守護者，並常被認為是政府和其他權力部門的敵對者」³⁷。清末上海的民辦報刊，雖也不乏營利性質，但絕大多數似更具「公共事業機構」的特性。事實上，在當時民主制度尚未建立，普通民眾缺乏有效政治參與渠道的情況下，許多民辦報刊往往自覺擔負起「看門人」、「決策者」與「教師」等多重角色³⁸。尤其是那些政治性報刊，大多不以營利為目的，而是以開通民智，改良社會，謀求政治變革為己任，「有鮮明之主張，能聚精會神以赴之」。因此，在這些報刊上揭載的社會輿論，總是傾向於引導民眾關注國家公共權力的運作和社會公共事務。誠如戈公振所言，「當時之執筆者，念國家之阽危，慄然有棟折榱崩之懼，其憂傷之情，自然流露於字裡行間，故其感人也最深，而發生影響也最速」³⁹。

其三，批判性。從輿論表達方式看，近代代言—灌輸模式與傳統社會中依賴在野精英通過上書陳言的方式來反映社情民意的輿論表達模式存在著某種形式上的相似性，即在這兩種模式中，一般社會民眾的意見均通過「他者」之口來表達。但較之於傳統社會中由退職官員和士紳所組成的「他者」，近代以民間報人和其他新型知識份子為主體的「他者」，無論在知識構成、價值觀念抑或在思維取向上無疑更具「近代性」特徵。因此，通過這些近代「他者」的聲音所傳遞出來的社會輿論更加貼近社會民眾，更加傾向於以近代國家理性來衡鑒政治國家的權力運作和評判社會公共事務。雖然如《警鐘日報》那樣明目張膽公開宣稱「以監督政

府，扶導民黨為己任」，以使「神奸鬼醜難逃鏡中」⁴⁰的並不多見，但許多報刊自視為「新舊之機軸，進步之證券」⁴¹，自視為「行政之監督，國民之嚮導」⁴²，卻也是不爭的事實。這些報刊及報刊輿論，往往自覺地以維護「國民之公利」、「成就多數之幸福」⁴³為宗旨，一般總是立於與國家相對待、甚至尖銳對立地位，「與官場萬不相容」⁴⁴。

綜合言之，報刊傳媒的民間化，反映了一些分散的個人與團體通過創辦報刊而介入公共領域的努力，它不僅對形塑清末上海公共領域的基本面貌產生了積極的社會影響，而且更重要的是建構起新的信息流通體系和輿論模式，從而為公共領域表達自身的一般訴求提供了體制上的保障。

註釋

- 1 哈貝馬斯 (Jürgen Habermas) 著，曹衛東等譯：《公共領域的結構轉型》（上海：學林出版社，1999），頁107。
- 2 胡道靜：〈上海的日報〉，載楊光輝等編：《中國近代報刊發展概況》（北京：新華出版社，1986），頁280。
- 3 馮自由：〈中國教育會與愛國學社〉，《革命逸史》初集（北京：中華書局，1981），頁115。
- 4 這一數據及下文幾個未註明出處的數據均係筆者根據戈公振：《中國報學史》（北京：三聯書店，1955）；胡道靜：〈上海的定期刊物〉、〈上海的日報〉，載上海通志館編：《上海通志館期刊》，第1卷第1-3期（1933），第2卷第1期（1934）；張靜廬輯注：《中國近代出版史料》初編（上海：上雜出版社，1953）；上海圖書館：《中國近代期刊篇目彙錄》，第2、3、4卷（上海：上海人民出版社，1965-82）；馬光仁主編：《上海新聞史》（上海：上海人民出版社，1996）等有關書籍資料統計而來。
- 5 〈上海報界之一斑〉，《東方雜誌》，第6卷第12號，1910年1月6日。
- 6 戈公振：《中國報學史》（北京：三聯書店，1955），頁63。
- 7 梁啟超：〈本館第一百冊祝辭並論報館之責任及本館之經歷〉，《飲冰室合集·文集之六》（北京：中華書局，1989年影印本），頁52。
- 8 〈《警鐘》招股事略並章程〉，《俄事警聞》，1904年1月30日。
- 9 同註8。
- 10 姚公鶴：《上海閒話》（上海：上海古籍出版社，1989），頁129。
- 11 壽爾撰，張雁深摘譯：〈田冕號航行記〉，載中國史學會編：《洋務運動》（八）（上海：上海人民出版社，1961），頁417。
- 12 同註6，頁100。
- 13 同註10，頁130。
- 14 〈本報告白〉，《選報》，第1期，1901年11月11日。
- 15 〈本社廣告〉，《警鐘日報》，1904年2月26日。
- 16 同註6，頁101。
- 17 〈本報大改良〉，《蘇報》，1903年6月1日。
- 18 上海商務總會編：《華商行名簿冊》（1906年、1909年）。
- 19 同註10，頁127。

- 20 吳晗、費孝通：《皇權與紳權》（天津：人民出版社，1988），頁16。
- 21 東海覺我（徐念慈）：〈丁未年小說界發行書目調查表〉，載張靜廬輯注：《中國近代出版史料》二編（上海：群聯出版社，1954），頁265-75。
- 22 畢樹棠：〈談繡像小說〉，載張靜廬輯注：《中國出版史料》補編（北京：中華書局，1957），頁129。
- 23 陸紹明（亮成）：〈月月小說發刊詞〉，《月月小說》，第一年第3號，1906年12月30日。
- 24 施拉姆（Wilbur Lang Schramm）著，金燕寧譯：《大眾傳播媒介與社會發展》（北京：華夏出版社，1990），頁41。
- 25 〈說報戰〉，《警鐘日報》，1904年3月16日。
- 26 〈民窮財盡何以堪此〉、〈第二剛毅已到滬〉、〈鐵良南下之由〉，《警鐘日報》，1904年8月30日。
- 27 梁啟超：〈讀十月初三日上諭感言〉，《飲冰室合集·文集之二十五（上）》（北京：中華書局，1989年影印本），頁146。
- 28 〈無生來函照錄〉，《蘇報》，1903年5月20日。
- 29 丁守和主編：《辛亥革命時期期刊介紹》，第一集（北京：人民出版社，1982），頁368。
- 30 〈覺民發刊辭〉，《覺民》，第1期，1904年7月8日。
- 31 〈國民日日報發刊詞〉，《國民日日報》，1903年8月7日。
- 32 〈告新聞記者〉，《俄事警聞》，1904年1月7日。
- 33 同註30。
- 34 〈《國風報》敘例〉，《國風報》，第一年第1期，1910年2月20日。
- 35 〈論報界〉，《蘇報》，1903年6月4日。
- 36 同註10，頁130。
- 37 德弗勒（Melvin L. DeFleur）等著，顏建軍等譯：《大眾傳播通論》（北京：華夏出版社，1989），頁121。
- 38 關於報刊的角色與地位問題，可參閱註24，頁133-51。
- 39 同註6，頁177。
- 40 〈鐵良與《警鐘報》〉，《警鐘日報》，1904年11月24日。
- 41 〈讀《新聞報·自箴篇》〉，《蘇報》，1903年6月30日。
- 42 同註32。
- 43 同註35。
- 44 〈論湖南官報之腐敗〉，《蘇報》，1903年5月26日。

方平 1969年生，史學博士，現為上海華東師範大學歷史系教師。