



五種力：中國傳媒生存環境的演變

2014年4月29日，我應邀在金堯如新聞獎頒獎會上發言，談1989年以來中國傳媒的坎坷道路。一些看到講稿或報道的學界朋友，對我談到的“五種角色”，有進一步探討的興趣。藉《傳媒透視》研究平台，我作更細緻表述。

我談到的五種角色，分別指：

政治權力；

市場經濟；

資訊科技；

公民社會；

新聞媒體；

如下圖示意：



毛澤東時代： 權力吃掉了媒體

五種力並非從來就有。1949年中共建政後，1950年春，全國有公營報紙257家，私營報紙58多家，到這年8月，私營報紙驟減到25家。到1953年，所有私營報紙都轉變為公私合營報紙，後來又逐漸退還私股，實際上皆為公營¹。對新聞工作的稱謂，從最初的“新民主主義的新聞事業”、“人民的新聞事業”，變成“黨的新聞事業”。

1957年反右運動，重創中國傳媒。民國報人的自由傳統和中共黨內報人在反國民黨時形成的民主傳統，被攔腰斬斷。毛澤東親撰《人民日報》社論《文匯報的資產階級方向應該批判》，開權力嚴控媒體之先河²。

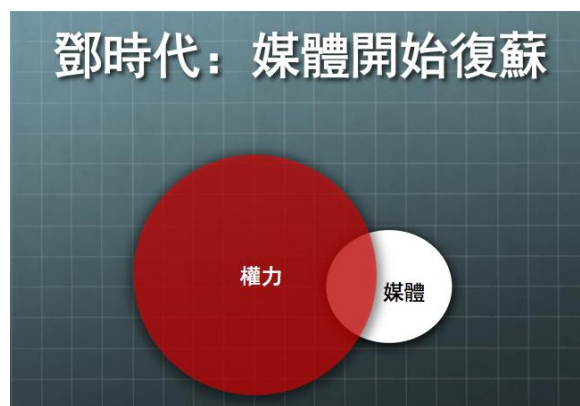
權力與媒體間嚴控與被控的緊張關係一度鬆動。中宣部副部長滕藤提出，報紙登什麼不登什麼應當由報社自己決定⁷。在趙紫陽領導的政治體制改革研討中，包括“言論與出版自由”、“增加政府對新聞界的開放”、“輿論監督”、“民辦報紙”等問題均被提出⁸。中共 13 大，總書記趙紫陽提出“重大情況讓人民知道，重大問題經人民討論”。新聞界把擴大公眾“知情權”作為新聞改革的目標。

1989 年春，前總書記胡耀邦逝世，引發追求民主的社會運動。5 月 6 日，趙紫陽對胡啟立等人說：“目前，新聞自由是一個焦點，解決這個問題要通過立法”，“在新聞立法上，中央要更超脫一些，讓立法機關來討論制定，而不能由中央來作規定”，“看來新聞公開程度增加一點，風險不大”⁹。

《人民日報》歷史上最具有政治開放性的版面出現在 1989 年 5 月 18 日：



鄧小平時代，政治權力和新聞傳媒進行了空前的博弈和互動。



江澤民時期 多了市場

1989 年天安門事件後，中國媒體噤若寒蟬。新任總書記江澤民批判趙紫陽的新聞政策，提出“輿論導向正確，是黨和人民之福；輿論導向錯誤，是黨和人民之禍”¹⁰。然而 1992 年，鄧小平南巡，重啓市場化經濟改革，傳媒生態因之而變。

中國傳媒被市場潮流裹挾，自負盈虧的週末報、報紙週末版、電視欄目等，井噴式湧現。截至 1999 年，中國有報紙 2038 家，雜誌 8187 種。“既要聽話，又要賺錢”，是一些媒體老總的信條。

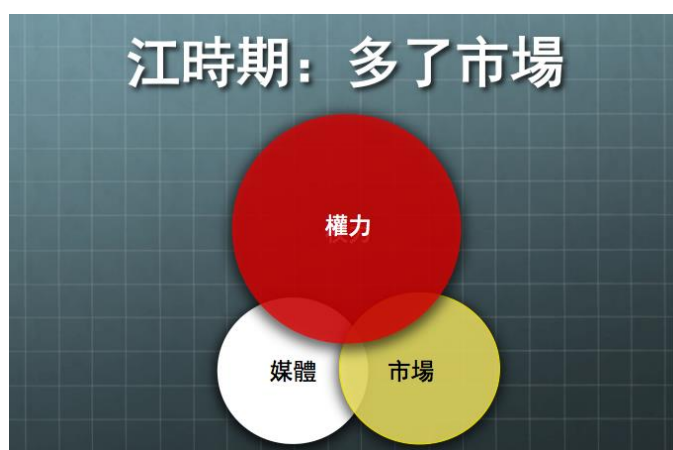
傳媒市場化的標誌是：在黨報之外，一批市場化媒體降生；這些媒體，具有更強的商品屬性，靠適應受眾的需要擴大發行量或收視率，靠發行量、收視率贏得廣告份額；資本開始進入媒體（包括國有資本和國際資本）；新聞人才開始在市場流動。這是《南方週末》的一期新年特刊，當時該報發行量已達 120 萬份：



市場力量與傳媒力量之匯合，是江澤民時期耐人尋味的現象。彼時的黨和政府，財力尚不雄厚。他們允許一部分媒體走向市場，亦期從中獲利。廣東省委機關報《南方日報》是《南方週末》的“母報”，“兒子”每年要按規定向“母親”上繳一定比例的利潤，比例逐年遞增。這是黨報不可或缺的受益，而媒體獲得了與政治權力“議價”的能力。一些報紙大膽觸碰紅線，屢屢受罰，但每每被領導保護過關，生存的秘密在此。

江澤民時期，政治權力已深知市場的重要。權力大舉進入市場，與國際資本握手，在國內，提出了“做大做強黨的傳媒”。江時期的傳媒環

境，已不同於毛、鄧時代。



胡錦濤時期 網絡與公民崛起

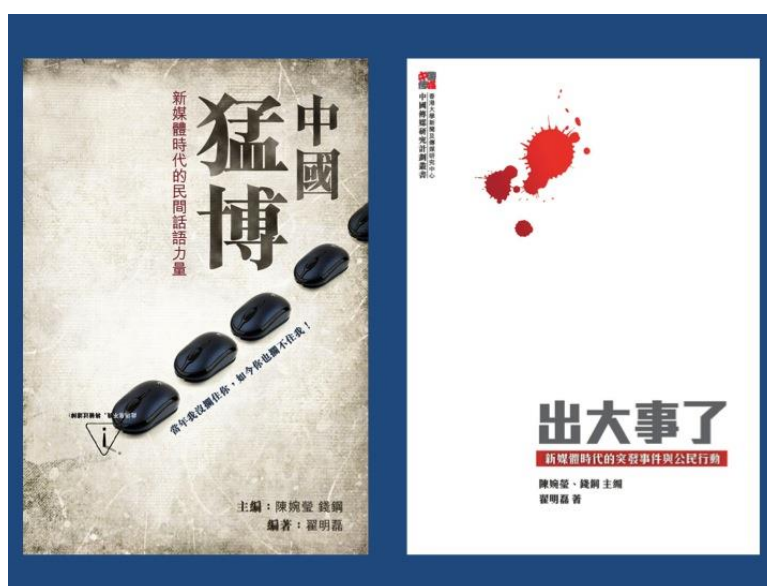
2003－2012，胡錦濤執政十年。這十年，政治權力對傳媒的控制一如既往，懲罰打擊層出不窮，但當局有時也調整身段；更多精緻化的管控，部分替代了笨拙粗暴。中共嘗到市場甜頭，積極推進傳媒市場化，並著力控制市場壟斷市場。權力和資本，有時合謀控制傳媒。而傳媒則遇到新的機遇。

互聯網在此十年間崛起。中國發展互聯網的政策，是江澤民時期確定的。1994年，中國實現與國際互聯網的全功能鏈接。1997年後，上網人數迅速增加。江、胡交接時，中國已有不少活躍的網站和電子公告牌（BBS）。2002年，網民超過5000萬人。中國互聯網絡信息中心(CNNIC)發佈的數據，顯示了胡錦濤時期的發展軌跡¹¹：

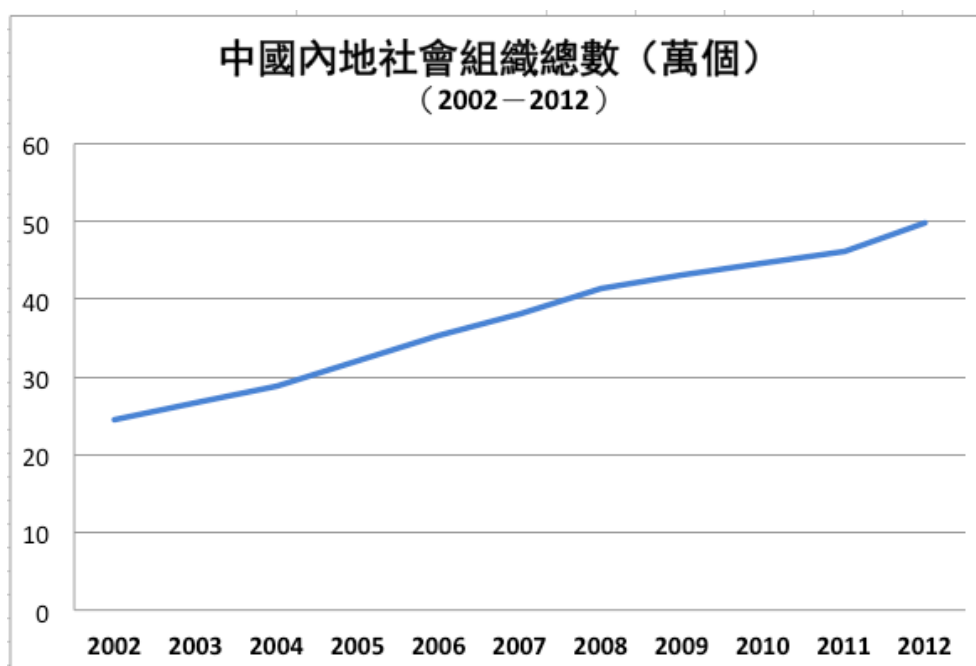


我在金堯如新聞獎頒獎會上談到，在胡的第一個任期（2002-2007），博客來了，公民記者出現了。許多突發事件，通過網絡被報道，許多腐敗官員，被網民揭露，各種意見經由大眾麥克風表達。在他第二個任期（2007-2012），微博來了，微信來了，自媒體時代到來了。這既是對政治權力的挑戰，也是對資本權力的挑戰，而資訊科技最大的受益者，從長遠看，一定是公民。

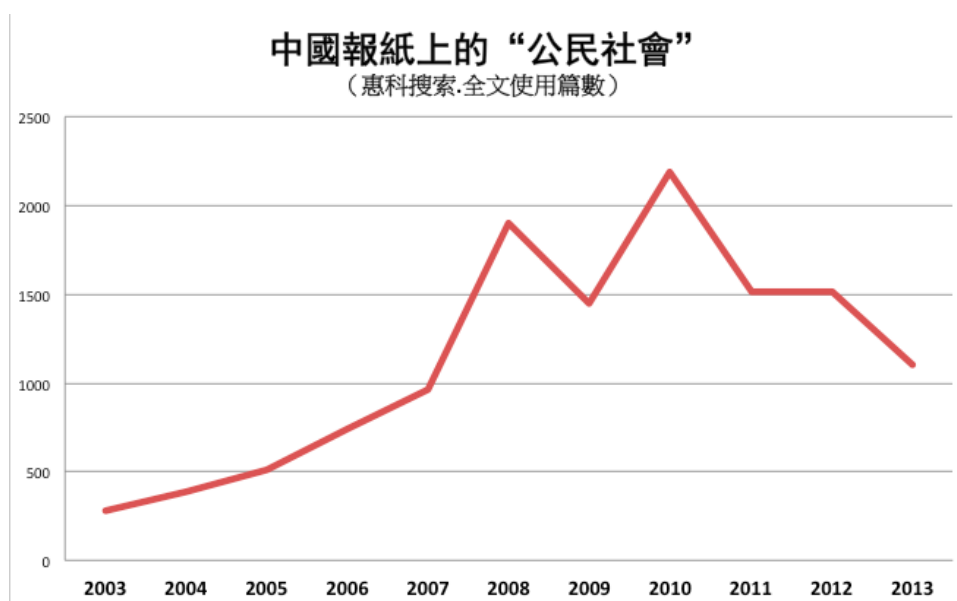
香港大學新聞及傳媒研究中心 2008 年以來編輯出版了《中國猛博》和《出大事了》，這兩本書詳細記錄了互聯網時代中國民間的意見表達和公民維權行動。



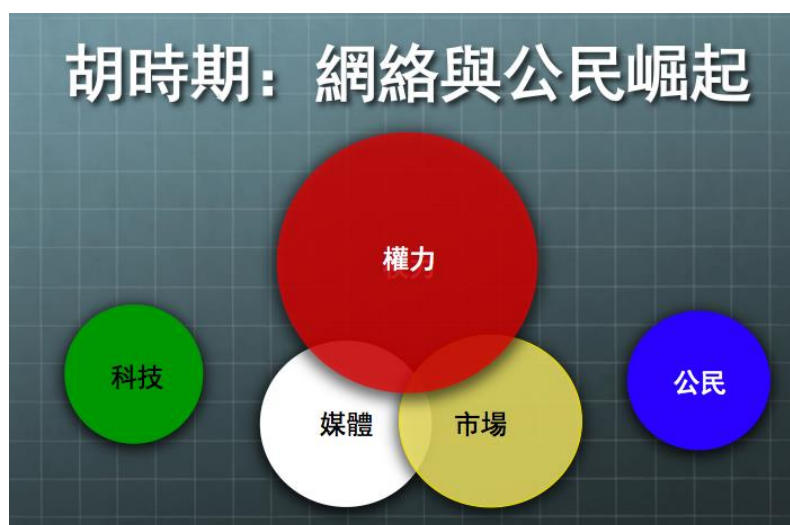
胡錦濤時期，中國大陸NGO（內地通稱“社會組織”）的總數逐年上升¹²：



我使用傳媒話語分析方法，對中國報紙上的“公民社會”一詞作了檢析，結果如圖：



胡錦濤當政的10年中，公民運動與新媒體交相呼應，風起雲湧，呈現出前所未有的景觀。源自五種角色的五種力量，全部出現了。



習近平時期 權力的新形態

進入習近平時期，傳媒生存環境繼續發生深刻變化。截止2013年底，中國網民規模突破6億，其中通過手機上網的網民佔80%；手機用戶超過12億¹³。2014年2月27日，中共宣佈成立旨在“保障網絡安全、維護國家利益、推動信息化發展”的中央網絡安全和信息化領導小組宣告成立，由中共中央總書記習近平親任組長。

胡錦濤執政前期，中國公民運動曾迅猛發展。維護自身權益，捍衛公平正義，必然要求資訊公開、言者無罪。一些民間組織和社會運動的領袖，本身就是互聯網上的活躍人物。胡執政後期，社會運動受到日益嚴苛控制。進入習時期，“公民社會”與“普世價值”等成為不准正面傳播的政治詞語。

習近平時期，政治權力高度集中：



然而公民社會仍在頑強生長。公民社會與市場經濟，公民社會與資訊科技，公民社會與新聞媒體，這三組關係，須特別關注。

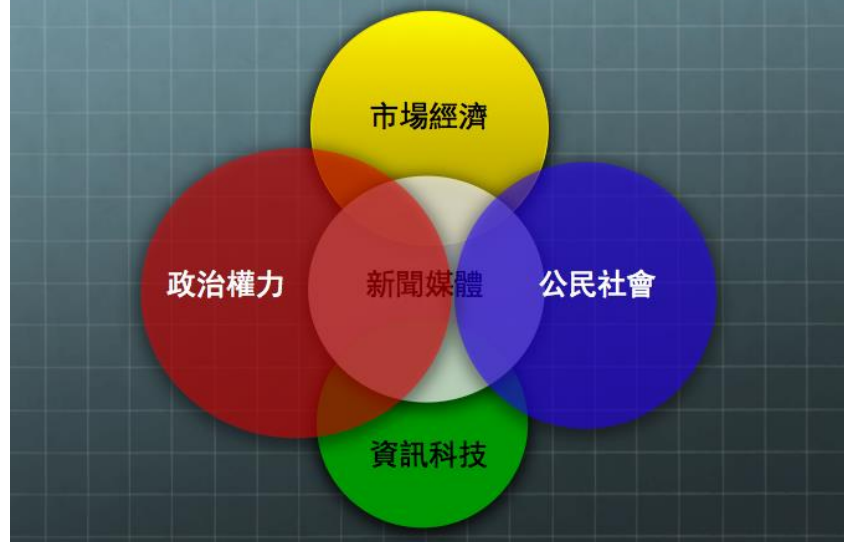
在中國，公民社會實為市場經濟的產物。無市場，無私權，無契約，則無公民社會。十多年來，社會與市場不斷交融，互為依託。而當局則視此為巨大隱患，每每出手，斬斷兩者關係。

公民社會與資訊科技，今天如影相隨。網絡已是社會最重要的生存方式。公民權利之要件——知情權、參與權、表達權、監督權，其保護、擴展，與網絡密切相關。資訊科技之巨大的賦權作用，亦令當局驚懼。嚴控網絡，本質是遏制公民的與日俱增的權利訴求。

在此基礎上，公民社會與新聞媒體正形成值得注意的共生結構，形成與政治權力抗衡的全新力量。中國傳媒今有兩個角色：政治角色（宣傳工具），經濟角色（盈利工具）。中國傳媒的出路，是轉變為社會角色。它是公民社會的一分子，追求自由，承擔責任，服務社會，受社會監督約束。它向市場提供產品，但在總體上不以利潤最大化為原則，某種意義上，更似社會企業。這樣的理念，當局無從理解。他們正把傳媒逼到“更老實聽話，更瘋狂賺錢”的路上。

這就是中國傳媒今天的生存環境，它的命運，取決於政治變革，更取決於社會的成長。

權力與社會的博弈



錢鋼

香港大學新聞及傳媒研究中心 中國傳媒研究計劃主任

14.8.2014

¹ 孫旭培：《解放初期對舊新聞事業的接收和改造》，《新聞研究資料》第 43 輯，中國社會科學出版社，1988 年

² 人民日報 1957 年 7 月 1 日一版

³ 人民日報 1968 年 9 月 1 日一版

⁴ 梁衡：《中國報業五十年》，《新聞傳播》1999 年 6 月號

⁵ 《中國新聞年鑒》（2000）頁 567，中國新聞年鑒社

⁶ 人民日報 1986 年 8 月 30 日一版

⁷ 人民日報 1986 年 8 月 20 日三版

⁸ 吳國光：《趙紫陽與政治改革》頁 162、340、501—510，太平洋世紀研究所出版，香港，1997

⁹ 張萬舒：《歷史的大爆炸》，頁 132，香港天地圖書有限公司，2009 年

¹⁰ 人民日報，一九九六年九月二十七日第一版

¹¹ 中國互聯網絡信息中心第31次中國互聯網絡發展狀況統計報告：

http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201403/t20140305_46239.htm

¹² 數據來源：民政部2013年社會服務發展統計報告

<http://www.mca.gov.cn/article/zwgk/mzyw/201406/20140600654488.shtml>

¹³ 新華社報道：http://news.xinhuanet.com/info/2014-02/28/c_133148759.htm