

制度变迁视野里的 报业市场格局

葛岩 吴予敏 等 著

影院才是最好的“第三方”

◆ 2012 年 12 月 12 日 星期三



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

由广东省教育厅人文社会科学重大项目

《“9+2”背景下报业市场组织的格局：历史、现状和选择》(04JDXM8600 1)资助

制度变迁视野里的报业市场格局

葛 岩 吴予敏 等 著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书为2009年结项的广东省高校人文社会科学基地重大研究项目《9+2背景下报业市场组织的格局》(04JDXM86001)结项成果,系深圳大学传媒与文化发展研究中心(广东省高校人文社会科学重点基地)代表性研究成果。所收论文以紧密联系的章节编排,从①区域性报业市场格局,②报业跨地区经营,③域外报业集团化的启示,④传播控制制度等角度,分析我国泛珠江三角洲地区(广东、福建、广西、云南、湖南、江西、海南、四川)报业市场在1990年代到本世纪前十年的变化。通过宏观叙述、量化研究、实地调研、案例研究等不同方法,集中分析了我国报业及其区域性竞争的态势,集中探讨报业在发挥“喉舌”功能、适应市场竞争和媒体生态竞争之间的博弈与策略。本书是我国新闻传播研究方面较早从区域性媒体竞争格局关系角度论述媒体生态和经营发展战略的专著,对于认识我国特色的媒体发展(尤其是纸质媒体)具有较重要的参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

制度变迁视野里的报业市场格局/葛岩等著. —
上海:上海交通大学出版社,2012
(明天文库. 新闻系列)
ISBN 978-7-313-08360-9
I. ①制… II. ①葛… III. ①报业—市场格局—研究—
广东省 IV. ①G219.246.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 073777 号

制度变迁视野里的报业市场格局

葛 岩 吴子敏等 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话:64071208 出版人:韩建民

南京展望文化发展有限公司排版

上海交大印务有限公司印刷 全国新华书店经销

开本:787 mm×960 mm 1/16 印张:17 字数:289 千字

2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-08360-9/G 定价:38.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系
联系电话:021-54742979

序 言

吴予敏

近年来,国内新闻传播学术界出现了一些反映主体观念和学理意识提升的呼声,例如,回到中国本土根基、超越功能主义观念、坚持专业主义取向、加强问题意识和经验研究等等。这体现了一种难得的知识探索的自觉。新闻并非无学。但也不容否认,长期以来,新闻传播学术界难以在社会科学大家庭中取得令人尊敬的地位,在某种程度上,是和它在知识发明上的跟随性、研究取向上的实用性有关联的。传播学引进中国已经三十多年,对于我国新闻传播学的理论观念的丰富和研究方法的更新起到了积极的作用。但是,从另一个角度来说,也使中国的新闻传播学变成西方理论的堆积场。改革开放以来,我国新闻传媒在发展速度与规模、传播内容与形式、执政党或政府规制、体制改革路径、经营管理模式等方面,都发生了巨大的变化。一些重大的演变轨迹与社会的发展稳定、结构转型及体制变革深刻关联着。这些变化的节奏时快时慢,时松时紧,或进或退,按照“摸着石头过河”的中国式实践智慧,走出了特殊的传媒变革的“章法”。面对着这些深刻的变化,理论学术界还难以作出令人信服的、有前瞻性的判断。显然,西方传播学的某些模式,并不足以对中国特色现象给予透彻的解释。仅仅从某些抽象的概念或者刻板印象出发,不可能说明中国传媒生态的问题和变化。而从直接经验的观察体认出发,结合历史性的分析,才可能描述中国新闻传媒的轨迹,进而理解中国现阶段的传媒环境及发展趋势。现在呈献给读者的这本书,可以说是经验研究的一个尝试。

这本书缘起于广东省高等学校重点研究基地——深圳大学传媒与文化发展研究中心——的一个重点项目。这个项目的研究工作是在葛岩博士的带领下进行的。六年前刚刚设计这一项目的时候,由广东省发起,提出过“9+2”的地方协同发展的格局构想。所谓“9+2”的概念,指的是9个内地省份——广东、广西、海南、福

建、云南、江西、四川、湖南、贵州,和2个特别行政区——香港、澳门。这个构想,是当时地方行政当局的横向合作战略。在这个战略版图中,有经济社会先发达地区,有国际化先进地区,也有相对欠发达地区。这些地区之间通过横向的资源互补的经济发展布局,或可形成新的经济竞合模式,来避免地区发展之间的不平衡、重复性建设或恶性竞争。“9+2”的经济社会发展构想,与历史上已经形成的高度集权的计划性发展格局,有明显的区别,似乎预示着“联省发展”、“协同发展”的新局面。正是在这个大的发展框架的背景下,项目的设计者才提出了名为《“9+2”背景下报业市场组织的格局:历史、现状和选择》这样一个课题,计划在“9+2”的地域框架内,以报业研究为重点,研究大众传媒的跨地区经营和发展战略问题。其课题设计的假设是,在即将形成的“9+2”的跨地域竞合战略框架中,作为社会发展的风向标和主导舆论阵地的报纸,将如何进行体制性变革来适应新的市场结构。表面上,这好像是一个媒体经营战略和策略研究问题,但可能会导致另一个更深的体制层面的思考:一旦跨地域经济社会发展竞合格局出现,势必意味着跨地域经营的报业的出现,而报业市场的跨地域结构,或可带来垂直性的行政管治架构的改变。这两个层面的问题既联系着历史和现状,也联系着未来;既联系着现实条件,也联系着新的观念和实践选择。当然,我们看到,在后来的官方文件和新闻报道中,“9+2”的概念并没有得到进一步的宣传和推广。除了广东省的某些宣传以外,其他省份和特区的宣传也相对淡漠。在权力高度集中的国家体制之下,跨地域竞合模式的战略构想是否现实并非没有疑问。从问题的提出到问题的展开,再到问题的解答之间,有着不小的距离。不过,我们且不论“9+2”战略构想的命运如何,至少在媒体技术迅速更新、媒体市场不断扩大、媒体竞争日益激烈的情况下,跨地域竞合终成中国媒体生态的现实。

在不断深入的研究过程中,研究者们发现,在几十年的计划经济体制和行政管理体制下,我国媒体早已形成了行政权力和媒体资源同构的格局。不同的行政区划范围内,有不同层次的权力结构,相对应的就有不同级别的报业。不同级别的报业获得了不同等级的行政授权,同时也获得了不同地域和不同规模的媒体市场控制权。报业之间的竞争与合作,显然受到其行政管治归属和权限的限制,这和报业本身的内容创新、经营策略、经济实力、文化影响没有直接的关系。通常报业乃至媒体竞争的一般性规律在这个特殊的结构中并未出现。对于这个特殊结构的发现,是可以推及各类媒体的,因此是特有的中国媒体生态的基础性结构。研究者们对于这个结构的形成、特点、功能都作了历史的和现实的论证。而新的不容逆转的

情况随着媒体技术的迅速发展、媒体市场的跨地域膨胀出现了。媒体技术应用和市场竞争的压力将报业推向变革的端口。那么,传媒的行政权力和市场资源的同构关系会不会因此双重压力而有所松动,甚至有所变革呢?这些变革是走向行政控制体制的固化和强化,还是走向去行政化或弱行政化的方向?这就是本书中多篇报告要研究和回答的问题。无疑,这是一个有中国特点的传媒研究的真问题。

对于这个问题的研究,可以采取多个学科视角进入,可以是产业经济学或制度经济学的,管理学和营销学的,文化地理学和文化产业研究的,新闻传播学或广告学的,或政治经济学的。笔者个人相信传播的政治经济学视角的研究可能更加切中关键,对于制度性结构的形成和变革的趋势,在宏观层面更有解释力。不过这仅仅是个人的见解,不足以干预每个学者的独立观察和解释。笔者以为,传播政治经济学的研究要有中国特色,就需要从中国传媒发展的历史出发,从传媒环境的实际出发。媒体经济问题在中国从来就不是一个纯粹经济学的问题,更不是纯粹的经营管理学问题。不过,传播政治经济学的分析有很大的难度。在一个以马克思主义为指导原则的国度里,真正运用马克思主义的观念、理论和方法进行批判性思考,有时候会遭遇不可思议的困难。这在新闻传播学领域常常如此。传播的政治经济学研究对外往往运用顺畅,对内则躲躲闪闪,难以贯彻。另一个令人感兴趣的现象是,中国在严格的体制性控制之内,还是存在着地方性观念和制度安排的差异。研究这些差异的表现形式和内在原因,可以显示出地方化发展和战略的多样性和机会性。在体制的刚性结构的缝隙中也可能透露出市场的绿地。葛岩博士在他的总报告中,概括了报业与社会的四类结构性关系:第一是地方报业市场与地方经济的关系,第二是地方报业市场与地方社会稳定的关系,第三是地方报业市场与全国经济的关系,第四是地方报业市场与全国社会稳定的关系。“四类关系之间张力的强度决定着报业制度变化或不变化,也因此决定着报业跨地区经营问题的走向。”这四类关系各自形成一对矛盾,而每对关系之间又形成错综复杂的矛盾。可见跨地域报业经营的研究可能由小见大,逐层深化。目前的这个研究是地方化传媒研究的一个很好的开头。我们期待今后有更多的实实在在的的经验性研究成果问世。

2011年12月24日

目 录

制度变迁视野里的报业市场格局	(葛 岩、卢嘉杰、吴予敏)	(1)
区域合作中省份特征对省际新闻流动之影响		
——以“泛珠三角经济圈”为案例	(卢嘉杰)	(36)
报业跨地区经营六大难题解析		
——以《南方都市报》为例	(刘劲松)	(85)
报业跨地区经营与定位创新之道		
——“南方报业北伐”之《新京报》案例	(李明伟)	(103)
报业市场格局与市场竞争		
——湖南报业市场	(林晓光)	(139)
党报改革与市场强势		
——海南报业市场	(葛 岩)	(156)
区域报业的竞争力与辐射力		
——福建报业市场	(刘劲松)	(164)
报业市场管理制度与市场主体		
——江西报业的困境与可选择的路径	(李新立)	(174)
市场格局与创新悖论		
——四川报业市场	(葛 岩)	(184)

政策文化环境与区域报业市场格局

——云南报业案例 (杨星星 孙信茹) (197)

听得见的喉舌与看不见的手

——广西报业市场 (李新立) (215)

附录:

域外参照: 美国对媒体集团化的争论 (葛 岩) (223)

传播控制与社会恐慌

——珠江三角洲 SARS 消息传播案例的试验性研究 (葛 岩) (232)

中国媒介集团化研究的论域与争论盲点 (卢嘉杰) (245)

编后语 (葛 岩) (261)

制度变迁视野里的报业市场格局^①

葛 岩、卢嘉杰、吴予敏^②

引 言

本研究的初始问题是观察政府倡导的“9+2”泛珠江三角洲地区的形成会对所涉省份报业市场的格局产生什么样的影响。通过早期的实证研究,我们发现,不同地区的经济联系,地理距离,很难单独成为推动整合市场形成的变量^③。沙特阿拉伯和西方有着密切的石油贸易,其经济总量中的大部分来自这种贸易。然而,由于宗教和意识形态的差别,西方报业对于这个与西方貌似联系紧密的国家影响十分有限。美国与沙特的报业市场的联系像它们之间的地理距离一样遥远。很可能,台湾地区和美国的经济联系没有沙特那样密切,但美国的新闻在台湾却可能有更多的需求,更大的影响。

我们对湖南、福建、广西、云南、海南、四川和江西等“9+2”相关地区报业市场的调研显示,从1978年开始,在“事业单位、企业经营”的报业管理制度下,各地区市场经历了类似的发展变化。目前,都形成了由以省、市党报为首的报业集团分割地方市场的格局。虽然竞争仍然存在,但基本格局难以变更^④。如果把报业市场格局通俗地理解为一个区域内有哪几家报纸存在,它们彼此的关系是怎样的,这种关系会怎样变化的话,在我们研究所涉的地区范围内,报业的市场格局相当类似。我们的研究还发现,有影响力或财力的报社,如同所有有实力的企业一样,的确有着扩张的冲动。但在本地区市场上,报业集团之间的竞争会导致市场占有率

① 本文简写版发表于《上海交通大学学报》(哲学社会科学版),2008年第2期。

② 葛岩,上海交通大学人文艺术研究院认知与决策研究中心主任,媒体与设计学院教授,深圳大学传媒与文化发展研究中心研究员;卢嘉杰,深圳信息职业技术学院商务管理学院教师;吴予敏,深圳大学传媒与文化发展研究中心主任,深圳大学传播学院教授。

③ 见本书,卢嘉杰,区域合作中省份特征对省际新闻流动之影响——以泛珠三角经济圈为案例。

④ 见本书,林晓光、刘劲松、李新立、杨星星和葛岩等人分别撰写的多省报业市场报告。

的消长,但无法改变格局的架构本身,因为报业集团是党报为首的,而党报是按照行政层级的设计存在,与市场无关。下来的选择是跨地区经营,试图在其他地方市场获得份额。在对于两家广东背景报纸的研究中我们发现,跨地区经营步履维艰,有操作层面的原因,更有制度上的原因^①。

为什么我国报业只能做地区性经营?如此管理制度的合理性是什么,局限性又是什么?哪些因素在推动着,或制约着管理制度的变迁?制度的变迁又怎样影响或塑造着报业市场的格局?最终,制度和市场会向什么样的方向发展?

欲探讨上述问题,理解我国报业市场格局的历史和走向,我们不得不从报业管理制度——而非经济合作区——的角度来观察中国报业改革以来的变化。由于地方报业市场大体分割完毕,趋于稳定,很长时期内不大可能有大幅度改变,我们着重关注跨地区市场,或报纸跨地区经营的可能性。如下面要讨论的,从我国报业管理制度的基本特征去看,对报纸跨地区经营,报业的跨地区市场的理解有着十分重要的社会和政治层面的意义。

一、背景、问题与思路

事实上,我国报纸受属地行政部门管辖,跨地区经营为制度所不容。近年来,随着以发行、投资、兼并和信息交换为形式的报业跨地区经营活动出现,这种情况有所变化。但与此同时,有关政策时而放宽,时而收紧,常是模糊、多变甚至是自相矛盾的,使从业者和研究者都感到困惑。从我国报业管理制度变迁的角度去看,这是一类引人注目的现象。

1957年后,我国继承战争时期共产党所属报纸的传统,参考前苏联的媒体管理模式,确定了报纸充当执政党和政府宣传喉舌的基本功能。政府财政则承担报业运营成本。1978年,“事业单位、企业经营”新管理模式出现,报业开始同时具有政府宣传和市场服务的功能,走上双轨制道路。一般认为,1978模式的出现或许基于摆脱经济负担的机会主义考虑,唯其深远影响远远超出当年制度设计者的初衷。赢利动机首先带来的是报纸供应量剧增,和报业市场的初步竞争,接着是强势和弱势报纸的明显分化。从1994年开始,通过集团化途径,强势报纸进一步强化

^① 见本书,刘劲松、李明伟分别撰写的《南方都市报》和《新京报》跨地区经营的案例研究。

了其市场势力,乃至形成地方市场垄断或寡头竞争。再则,是强势报纸尝试打破地方壁垒,尝试向其他地区乃至全国扩张。这类竞争,兼并、扩张的发展模式并非独特,几乎存在于大部分产业之中。然而,和一般产业相比,大众媒体明显受到更多的制度约束。中国如此,许多其他国家亦然^①。不过,在前苏联体制的国家中,报业直接由政府控制,官方意识形态的属性被特别强调。在我国,这种约束的组织结构体现是按照行政管理体制的条块对报业市场的划分,或曰,与行政权力板块同构的媒体资源分布格局。其目的是使各级政府能够控制报纸人事任命和审查报纸内容,以实现分级舆论控制,赢利本不在制度设计的目标之中。在1978模式实施后,如何平衡报纸的喉舌功能与市场行为随之成为报业管理者面临的新问题,也成为推动报业制度调整的主要动力。在更大范围内,它还透露着全能国家逐渐放松乃至让渡社会控制权力的渐进过程。

大部分经济学家相信,利用行政权力来实现赢利目标不仅是低效率的,而且,这种低效的资源分配方式还会为权力寻租制造机会。但媒体不是一般产品或服务,有着电冰箱或洗发水无法比拟的政治影响力。有人因此相信,减弱行政权力对报业的控制会导致舆论失控,造成社会不稳定。另一些人则发问,在经济体制日趋市场化,政府职能向公共服务转化的背景下,依靠行政背景赢利,媒体会不会因此成为特殊利益集团的代言人?长此以往,社会稳定是否会受到根本性威胁?双轨制在此显现出其两难困境。保持或改变与行政权力分布同构的报业分布格局则是这一困境的典型体现。

在报业管理制度演变的背景下,以报业的跨地区经营为透视点,与行政权力同构的报业分布格局是否能保持下去,怎样保持,或终将被改变?这是本研究所欲讨论的基本问题。

把报业视为社会结构中的一个子结构,借助制度变迁理论的概念为工具,本研

^① 报业能够市场化到什么程度是由许多社会条件决定的。在报业的历史上,报纸的所有权和市场化程度随社会条件的变化而变化。在很多时候,在许多国家,所有权是和特定政党乃至政府相联系的。这在前苏联和“社会主义阵营”是无一例外的现象。在非社会主义制度下,虽然不是以法律形式固定下来的,一些南欧和拉丁美洲国家至今也部分存在这种所有权形式。即便在美国这样的典型自由市场国家中,媒体也较其他许多产业受到更多的限制。对于由资本流动,所有权变更造成的跨媒体经营,跨地区扩张和兼并,除了传统的反垄断法之外,美国政府还利用其他一些行业法规来加以限制。即便如此,美国媒体研究者仍然十分关注由上市报业集团控制的报纸,不断质疑其新闻的公正性。参见 Hallin, Daniel C. Papathanassopoulos, Stylianos, Political clientelism and the media: southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 2002(4), vol. 24: 175-195. 亦见 McChesney, Robert W., *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, 1999, New York: The New Press.

究在报业与社会的关系中观察报业管理制度的演变过程,以发现社会结构中影响报业变化的因素,理解诸多因素之间的关系的变化的变化,推测跨地区经营的规则会怎样变化。本文的基本前提假设是:决定1978年后中国报业管理制度变化方向的宏观因素是改革,改革的动力和约束因此是对报业管理制度变化的基本分析框架。在观察和分析中,我们采用动态均衡作为价值判断的依据,因为,如下节将说明的,在我国目前的条件下,这种价值取向有着积极的意义^①。

二、改革的一些特征

1. 稳定压倒一切

虽然开始于经济领域,在其深度和广度层面,改革是一次范围广阔的社会变迁。能够如此,是因为改革的出现有着深刻历史原因。自20世纪50年代始,此起彼伏的政治运动,特别是历时十年的“文化大革命”,将全能国家和计划经济体制的弊端发展到极端。它不仅使国民经济濒临崩溃,民众生活极端贫困,把民间和个人权利空间压缩到几近零点,也一而再、再而三地直接伤害着国家统治阶层——从一般执政党员到国家领导者——的利益,使不同利益群体都产生了变革的要求,也使改革——至少作为一种强力的话语方式——能够迅速被社会接受,成为所谓“同意的革命”。或由于此,较长时间里,改革带来了利益的重新组合和分配,却没有表现为那种常见的下层对上层的激烈反叛,或上层之间的残酷搏杀。在很大程度上,改革是自上而下的,是政府主导的。执政党先是为“敌对分子”摘帽平反,用经济目标取代了推行多年的“斗争哲学”,继而更用“三个代表”重要思想取代了党的曾是鲜明的阶级属性。不过,改革绝不意味执政党对国家的领导权力的放弃。相反,执政党努力将改革的种种方式限定在“稳定压倒一切”的渐进框架之中。用结构分析的套话来说,改革是“囿于系统内部”的。自聘

^① 依据 Van den Berghe 的概括,结构—功能主义的动态均衡分析的思路有七个基本特征:(1) 社会必须在整体上被看作由相互关联的部分构成的系统;(2) 因果关系是多重的、交互的;(3) 社会系统处于动态均衡状态,对系统的调整试图通过系统内部尽可能小的变化来实现;(4) 完全的整合是不可能,因此每一系统都有着张力和偏离,或对于系统的负面影响,通常通过制度来获得中立化;(5) 在根本上,变迁是缓慢的、不断适应的过程,而非革命性的突变;(6) 变迁利用区别化、内部化的方式来调整系统外部变化的结果;(7) 系统通过共享的价值获得整合。Vago, Steven(2005), *Social Change* (社会变迁),第五版(英文原版影印)。北京大学出版社:294—295。

片战争以来的中国现代史上,或许,它是唯一在避免剧烈动荡条件下大规模社会变革的尝试。它像是一次实验,检验中国能否摆脱祸害甚多的雅各宾俱乐部的幽灵(朱学勤语),检验能否用妥协、渐进,非突变——或“告别革命”(李泽厚语)——的方式来解决现实的困境。正是改革的这种渐进性,使得“稳定压倒一切”成为了改革的第一个特征。

2. 摸着石头过河

改革的另一特征是缺少清晰的路径设计,其方向有着相当的不确定性。无法知道在改革之初,改革的发动者是否清楚改革的长远目标是什么。只是在三十年之后,或能根据改革的结果,来推想发动者心中的愿景:在一党制的政治制度框架里,通过稳定渐进方式来分解计划经济,向市场经济平缓转轨,并缓慢尝试开明和较为透明的政治运作。然而,这种愿景未见得是改革之初的设想。“摸着石头过河”——主流和非主流话语中都反复提及的路径寻找策略——透露出改革走向的不确定性。有“过河”的方向,但在哪里上岸,取决于激流下的石头将过河者引向何方。走出一大步并寻找下一个落脚点,目标是在与走向目标的过程相互作用中被不断定义的。这种变迁过程和隐含其中的社会构想既不同于教科书中“计划经济/市场经济”等二元对立的明确定义,亦无简单对应的历史先例可循。因此,研究者缺少逻辑或历史资料的支持来判断改革会遇到什么样的困难,也难以准确地预测它最终能够走多远。

3. 重经济效率

改革的第三个特性是重经济效率。改革首先追求的,也是改革伊始所面临的最尖锐的问题,是经济的低效或无效,是因经济过于落后而带来的对“球籍”的忧虑。追求富裕是当时从上到下共同的心愿,因此上层同意“放权让利”,民众拥护“让一部分人先富起来”。改革不惜与以平等为基本口号的传统意识形态相冲突,并的确以牺牲社会平等(普遍贫困是其基本特征)为代价。在很大程度上,改革实现了它的初衷。三十年来,年均两位数以上的经济增长率为世界历史上绝无仅有,使我国迅速跻身于世界经济总量最大的国家之一。相比之下,适应这种经济变化的政治改革则相对缓慢。所以说“相对”是与俄罗斯和前苏联集团各国政治制度戏剧化的变化比较而言。不过,对比大部分有关经济效率和社会稳定的指标,中国的改革比俄罗斯成功,或更准确些说,平稳。至少,截至目前是

如此。

4. 社会矛盾积累

一些微观经济学家断言经济发展效率和社会平等之间是权衡取舍的(trade off),即经济高速增长以社会经济不平等加剧为成本,而社会经济平等又以经济效率降低为代价。将这种断言放在中国改革的案例中检验,总是犯错的经济学家这回竟然正确了。测量社会阶层经济差别的基尼系数表明,我国已经是世界上贫富差别最大的国家之一,按照一般社会学理论,这种差别已抵达危险的临界点^①。在以医疗、教育公平为标准指标的世界各国排名榜上,我国都叨陪末位^②。经济高速发展和社会阶层的深度分化,改革的这第四个逐渐显露的特征,使“同意的革命”的浪漫主义憧憬在利益分配的极度反差面前消弭——对反右和“文化革命”的祭奠是其最夸张的形式;使改革的诗意激情渐渐飘坠到冰冷的地面上,演变为对利益分配过程更为清醒的认识^③。“一部分人先富起来”带来的路径依赖成为批评家关注的问题;分配的公正性开始受到普遍质疑;官员的腐败行为不但遭到公众的舆论抨击,也开始频遇维权群体的行动抵抗。能够为新的社会秩序注入合理性的共享价值尚未建立,用来整合不同利益的旧有意识形态解释力大幅度减弱。人们开始明白,改革不但有代价,而且面对风险,其前途并非总是“光辉灿烂”^④。于是,在“发展才是硬道理”之后,新的社会议程被提出,曰科学的发展观,曰和谐社会。科学的发展是说要在提高经济效率的同时必须考虑资源、环境、社会正义和人文关怀等多种因素;和谐社会意味着需要缓和不同利益集团之间的冲突,减小不同阶层之间的财富和权力占有的差别。急风骤雨式的经济增长是一种成就,但随之发生的补偿效应或许会使社会变化方向的难以预测,甚至有重归动荡不安式的社会变迁过程

① 据李强等人的研究,1994年中国的基尼指数按照人、户分别为0.434和0.445。据赵人伟、李实等人的研究,1994年按照户、人与“按家庭人均收入但以家庭为单位”,中国的基尼指数分别为0.409,0.445和0.444。秦晖相信,这些数据说明“早在1994年,中国收入分配的不平等已经明显超过美国”。参见姚洋主编《转轨中国:审视社会公正和平等》。中国人民大学出版社:380。另据中国社会科学院编《2005年社会发展蓝皮书》,2004年我国基尼系数为0.46,2005年逼近0.47。在中国人民大学和香港科技大学2004年公布的调查中,中国大陆的基尼系数更高达0.53~0.54,接近通常认为的“社会的震荡临界点”。见周建国,跨越差距鸿沟:贫富差别与农民工城市化问题初探,《上海交通大学学报》(哲学社会科学版),2009(1):13-20。

② 王绍光,政策导向、汲取能力与卫生公平。《中国社会科学》,2005(6):102-120。

③ 陈尧,利益集团与政治过程。《读书》,2005(11):117-124。

④ 按照高尚全的说法,(改革的)“前景既不悲观,但也未可乐观”。见晓雨,中国的改革开放是最伟大的实践:侧记第三届中国改革论坛。《南方周末》,2005年11月3日。

的老路。

5. 小结

上述评价绝非是对改革的全面概括。更多的是,它旨在为本研究建立分析的框架,试图说明改革的动力(发展才是硬道理的经济追求),改革的目标和途径的关系(摸着石头过河),改革的根本性约束(稳定压倒一切)和改革面临的难题(社会公正与和谐)之间的基本关系。在整体上,改革意味着变化,变化或多或少带来不稳定。变和稳本来相互矛盾,但改革需要将之统一起来,双轨制因此出现。在改革的每一选择中,利益、价值、信息掌握程度或知识背景的不同都可能导致对同一个问题的不同看法,对事物轻重缓急的不同判断。对公正的追求会不会影响效率,会在多大程度影响效率,以至导致由经济增长萎缩造成的社会动荡?对效率极度强调会不会造成社会正义的丧失和道德价值的崩溃,以至引爆激进的社会运动?以剧烈政治变动的方式建立社会公正,或在公众失语的环境下高效地完成向市场经济的转轨,哪个社会成本更高?对此,研究者都没有清晰的答案。但我们相信渐变的可能性,并质疑把突变当作社会变化唯一途径的信念,至少在理论的层面上如此^①。

^① 这种信念的基础来自现代系统演变理论对于突变的分析。大众哲学家艾思奇曾利用雷峰塔倒塌的故事来解释黑格尔从量变到质变的突变性飞跃:“愚民”们为一己私利从雷峰塔的下面一块一块地偷盗砖石。雷峰塔因此开始了从矗立到倒塌的量变的过程。终于有一天,某一块砖石的抽取彻底打破了雷峰塔的力学结构,达到了所谓突变的关键点,完成了量变到质变的飞跃,雷峰塔轰然倒塌。不过,这位生于忧患时代,立志使学问为革命服务的哲学家所分析的只是雷峰塔变化的一种路径。如换一种思路则应当可以发现:雷峰塔从矗立到倒塌能够避免突变或飞跃。假定“愚民”们恰好是从塔的顶端开始抽取砖石。这使塔的高度不断降低,直至最终消失。这一变化的路径同样完成了“量变到质变”的过程,但未出现突变或飞跃。突变并非是不可能避免的。不过,避免突变是有条件的。继续使用雷峰塔的隐喻,当有人开始从塔的顶端抽取砖石时,也会有人从塔的下端做同样的事情。面对这种情况,拆塔的管理者不外有三种选择:(1)禁止从下端抽取砖石;(2)允许从下端抽取砖石;(3)从上端和下端同时抽取砖石。在选择(1)中,原本大家拥有的塔,其砖石只能被拥有脚手架并能够登塔的人从上端抽取,大多数人——没有脚手架和许可证的人理应占大多数——可能感到不公,一哄而上。固然管理者能够雇佣大量保安,以暴力维护秩序,避免塔的倒塌,但这一选择要么带来大规模冲突(保安能够制服下端抽砖者),要么塔以突变方式完成消失的过程(抽砖的人众多,保安无法控制)。在选择(2)中,突变的发生几乎是必然的。而选择(3)既可能避免“一哄而上”,也可能避免塔突变式倒塌,但实施过程中必须小心地掌握上端和下端的抽取速度,乃至判断特定时刻抽取特定部分砖石的时机。既要避免上端的砖抽取过快过多,其他人由于担心无法得到砖而攻击保安,也需防止下端砖石被抽取太多,塔突然倒塌。这一分析的思路是动态均衡的,它所揭示出的避免突变的过程应对改革,对于控制报业管理制度的变化有着启发意义。参见金观涛、华国凡(1983),《控制论与科学方法论》。科学普及出版社:129—138。

三、报业管理制度变迁：1957 模式

1. 报业的变迁

与改革这一社会变迁的背景相适应,报业管理制度的变化也主要围绕着经济效率和社会稳定之间关系的主线展开。

改革以来,中国的报业发生了什么变化?先从可直接观察到的现象去看。根据新闻出版总署发布的年度报告,截至 2005 年初,全国出版报纸 1 926 种,其中,中央级别的报纸 218 种(11.3%),省级报纸 806 种(41.8%),地市级报纸 848 种(44%),县市级报纸 54 种(2.8%)。在这些报纸中,党报 438 种,晚报都市类报纸 285 种(分别为 153 和 132 种),生活服务类报纸 245 种(其中广播电视类报纸占 51%),行业/专业及其他类报纸 958 种。换言之,三十年来,中国的报纸从不到 50 种增加到约 2 000 余种;报业的收入成数十倍增长;一些报纸的版面也从 4 版增加到 20 乃至 40 版;报纸的内容也从直截了当的政治宣传过渡到兼有信息服务、娱乐服务和广告服务。报业产品前所未有的丰富了。

在这些可直接观察到变化后面是报社组织结构和经营方式的变化。从 1978 年开始,中国报业逐渐改变完全由政府支持的财政状况。以“独立核算、盈余留用”为开始,伴随而来的是报社设法扩大发行,竞争广告收入,重视读者需求,更多地采用聘用制并允许人才流动。赢利已经逐步成为判断报纸成功与否的核心指标。这便是 1978 模式。三十年来,成功的报社从小到大,已发展为动辄年收入数亿元、十数亿元的报业集团。上述种种变化被媒体批评界笼统地称为“市场化”^①。

2. 模式形成的背景与内在紧张

被称为市场化的变化是怎样发生的?这种变化与报业管理制度的变化有什么样的关系?是什么样的动力在推动着变化?为回答这些问题,有必要大体回顾中

① 这并不是严格意义上的市场化。市场化的根本特征是各种生产要素——包括劳动力、技术、资本——和所有权的自由交易。目前,在中国的报业乃至大众媒体的诸行业中,资本的流动受到强有力的限制,法律严格规定媒体须为国家所有。行政权力在中国报业经营中的作用不但十分显著,而且常常是决定性的。在使用“市场化”这一通行概念讨论中国报业时,必须考虑到它在我国现实中所包含的上述内容。

国报业三十年来变化的轨迹。

按照唐绪军的说法,中国报业经营的方式可以划分为三个阶段。“第一个阶段自1950年至1956年,可称之为新中国报业经营的第一次市场化尝试;第二阶段自1957年至1978年,可称之为新中国报业经营的非市场化实验;第三阶段自1978年至今,可称之为新中国报业经营的第二次市场化过程。”^①唐之所以将1978年作为“第二次市场化过程”的起点,因为是年经国家财政部批准,《人民日报》等8家中央级新闻单位开始用“事业单位、企业化管理”的管理模式取代“机关办报”的传统。从财务管理的角度,这种经营方式被概括为“独立核算、盈余留用”。对中国报业而言,这是一个重要的时刻。

自1957年以来,私营和公私合营的报纸便不复存在。报纸被明确定义为宣传品而非商品。因为是政府的喉舌,政府有责任支持报纸的财务,负担报纸的运营费用,甚至,摊派订阅^②。因为隶属于行政权力,报纸的责任是按照政府的意旨进行宣传,违反宣传政策可能导致查撤报纸负责人,乃至全面整肃。行政权力拥有并完全支配报纸是1957模式的本质。这一模式的出现有其历史的背景:

(1) 该模式和当时的主流意识形态有关。按照当时的“共享价值”,人类已经找到解决社会发展方向问题的根本答案,下来的任务是动员人民,向人民宣传这种意识形态和由它所派生的一系列方针政策。

(2) 该模式还应与战争时代形成的新闻的观念有关。毛泽东曾生动明确地概括了革命党人对宣传的看法:“枪杆子,笔杆子,干革命要靠这两杆子。”舆论宣传是与武装力量并行的革命武器。新闻领域被直呼为“新闻战线”或“新闻阵地”^③。当社会被清晰地划分出敌我之后,人民的报业自然须要有与敌人战斗的功能。

(3) 该模式也应与前苏联乃至当时社会主义阵营通行的报业管理制度有关。在前苏联的模式下,报纸和其他大众媒体均由执政党和国家拥有。政府对媒体的所有权、人事、内容和发行范围实施全面控制。而在提供大量经济和工业技术援助

① 唐绪军. 报业经营的探索和改革——新中国的报业经营.《新闻战线》,1999(10): 39-41.

② 同上注。

③ 有关这方面的研究,见张仁善,1949年前后中共的新闻政策及历史效应。《二十一世纪》(网络版),2006(6),总第75期。2009-1-9访问。