

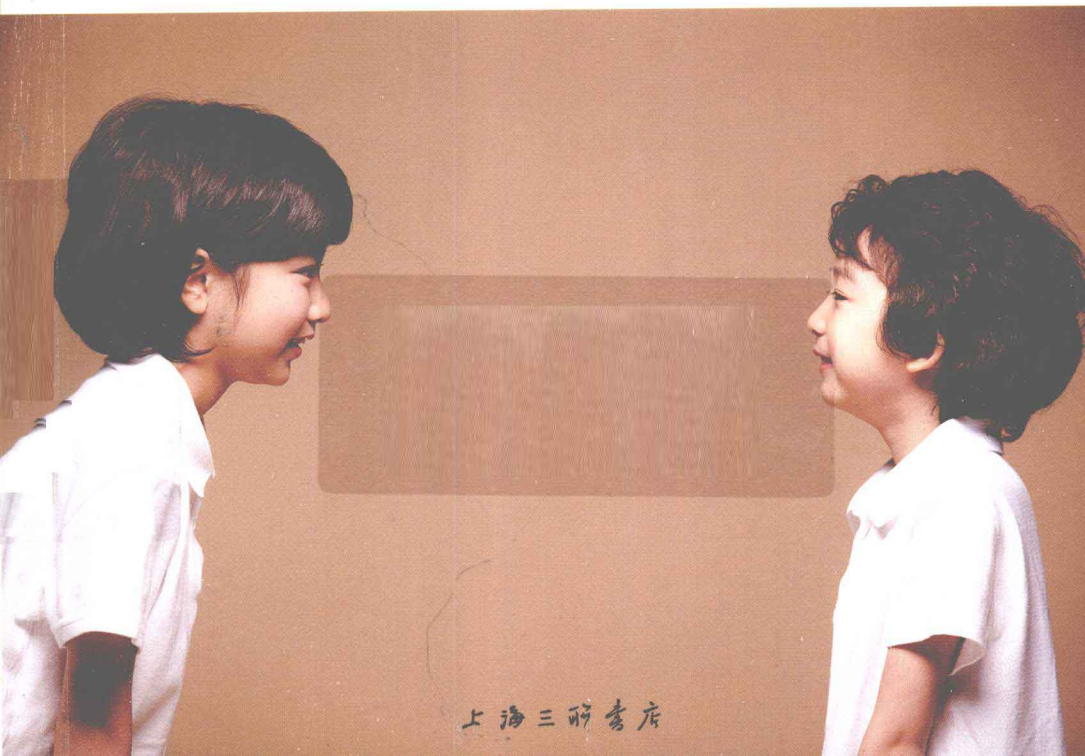
表达的力量

当中国公益组织遇上媒体

Negotiating Public Agenda in China

When NGOs Meet the Media

曾繁旭 著



上海三联书店

表达的力量

当中国公益组织遇上媒体

Negotiating Public Agenda in China

When NGOs Meet the Media

曾繁旭 著



上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

表达的力量:当中国公益组织遇上媒体/曾繁旭著. —上海:
上海三联书店, 2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5426 - 3917 - 2

I. ①表… II. ①曾… III. ①慈善事业—关系—舆论—研究—
中国 IV. ①D632.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 177565 号

表达的力量:当中国公益组织遇上媒体

著 者 / 曾繁旭

责任编辑 / 彭毅文

装帧设计 / 梁伟峰

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(201199)中国上海市都市路 4855 号 2 座 10 楼

网 址 / www.sjpc1932.com

邮购电话 / 24175971

印 刷 / 上海展强印刷有限公司

版 次 / 2012 年 11 月第 1 版

印 次 / 2012 年 11 月第 1 次印刷

开 本 / 890 × 1240 1/32

字 数 / 230 千字

印 张 / 9.75

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5426 - 3917 - 2/C · 441

定 价 / 33.00 元

将此书送给我的父亲曾兰生、母亲孙惠玉

序 言

传播是什么？中外学者曾经给出过许多定义。而这一套题为“中国·传播·世界”的丛书，显然是试图在这三个关键词之间建立某种联系。其中最主要的关键词当然是“传播”，这不仅仅是试图突出学术探讨的专业性，更重要的是“传播”这个词在今天的的确确成为我们的社会存在的要素，被传播的信息构成了存在的语境，无论是村庄院落的日常生活，或者是民族国家的宏大叙事，人们对信息的选择和阐释已经无法回避。

如果说科学技术是第一生产力，从上个世纪中期初露锋芒的电子技术和通讯技术的结合，在今天已经在极大程度上改变了世界。这种硬件技术的创新，修改了工业化和现代化的概念。从20世纪70年代开始，由于信息技术的革命，与时间同步的远程数据传输成为可能，资本流动的加速为随后的经济全球化提供信息配置。随后在20世纪80年代，世界逐步进入信息产业时代也就是后工业时代，民族国家之间的竞争指标中，不再以硬件形式的工业产品数量（如钢铁产量）作为评估发展水平的标准，而是在第三产业化发展导向中，越来越注重象征形式的产品，软件形式的信息产品的社会影响力和市场引导性在加大。这种借助于信息传播技术所产生的国际传播逻辑的演变，可以称之为信息逻辑。如果说19世纪的关键词是生产，那么从信息逻辑出发，人们总结出20世纪的关键词是交换。这不仅仅是世

界运行机制的一种哲学隐喻,更重要的是通过信息传播在受众心目中产生的观念和想法的置换,是新的文化心理的培育和社会心理的发酵,使得信息交换成为社会生产和社会实践的动力。在经济生产领域,这种交换推进技术和资本的自由流动,在政治文化领域,这种交换使得信息发布的数量无限增长并引发质量竞争,信息透明度的技术可行性在增长,成为个人、集体和社会发展的导向性要素。

在今天,一个具体的社会时空可以通过信息触及到民族国家的制度边界或者是成为全球传播的参与者。因为蝴蝶效应告诉我们,世界范围内的人们之间的社会关系的强化,是可以通过信息链接成为可能。如果信息是一种资本,象征资本或文化资本,在其自我增值的过程中,倾向于超越所有空间的限制,对信息交换的形式条件的创造成为一个技术演进的结果,即通过时间来打破空间,这就产生时空的压缩效应,强化某种意识的可沟通性和相互依赖性。正是因为全球化在加速普及人类生活经验的同一性,类似的信息效应的可移植性可以激发类似的欲望。从某种意义上说,信息的传播过程如果得以成立,肯定就是一种价值化行为和诱惑方式。在这种大范围、高速度的信息流通过程中,传播主体的多元化使得信息的多元成为一种常态,那么信息的集中和离散并存亦是一种必然。

中国和世界的关系其实就是中国如何参与民族国家之间的社会、经济和文化的竞争,包括生产力竞争和象征符号的竞争。值得注意的是,一方面,社会和世界的发展越来越受制于技术程序,如技术系统的同质化和标准化在增长,所有的生产活动、社会活动和文化活动成为一个技术程序。技术的目标是要统一,要规范,通过品牌形成市场半径。另一方面,文化系统的分化也在增长,出现人与人之间的文化差异和趣味差异。文化空间有

固有的边界,独特的“核心情感”以及身份认同需求。试图统一技术和文化的全球在地化将会是一个永远在路上的乌托邦。因为在当今的信息条件下,对一个与全球化产生信息关系的普通人来说,他所感受到的外来价值和本土文化的差异必然导致身份认同的多重困惑。要检验传播效果,焦点在于受众在什么情况下是主动的。客观说来,如何认识和打破这种困惑,成为我们思考的原点,比如说我们自身所处的社会内部的信息挤压究竟是否具有社会意义?我们的国际视野如何产生一种真正的对象意识?我们如何把握国际传播的历史逻辑的演化过程?我们能否从语言交流的置换过程中找到我们的文化自信等等。希望这套丛书作者所提供的思考能够激发和深化上述问题的探讨。

这套丛书的来源是近五年来在中国传媒大学通过答辩的传播学专业的博士学位论文。特此感谢中国传媒大学“211工程”三期重点学科建设项目对这套丛书提供的资助。

陈卫星

2011年8月9日

目 录

序 言 1

导 论 1

表达的力量 1

当中国的公益组织遇上媒体 3

每个议题都是一场战争 6

章节地图 7

第一部分 “协同互动模式”的提出

第一章 如何研究民意表达 11

第一节 一个逐渐出现的表达空间 11

第二节 文献路径与研究框架 19

第三节 实证策略 31

第二部分 “协同互动模式”的运作

第二章 “保护青海藏羚羊”议题 45

第一节 议题过程与角色力量分析 45

第二节 公益组织的媒体动员与框架争夺 49

第三节 政治机会转变与媒体立场 58

案例总结：错误表达与运动瓦解 68

第三章 “反对金光集团 APP 云南毁林”议题 70

第一节 “激进的外来者” 71

第二节 发言之前的准备功夫 73

第三节 精妙的策略过程 77

案例总结：表达空间藏于权力缝隙之中 97

第四章 “反对怒江建坝”议题 100

第一节 中国的反坝行动与角色力量分析 100

第二节 “反坝派”与“建坝派”的框架战争 107

第三节 媒体使用谁的框架？ 123

案例总结：表达的政治机会 131

第五章 “反对圆明园铺设防渗膜”议题 134

第一节 被舆论喊停的国家项目 134

第二节 汇聚起来的民间声音 136

第三节 全线突破的媒体 153

案例总结：如何让表达合法化？ 163

第三部分 “协同互动模式”的主体

第六章 公益组织：低调做事 VS 大声发言 167

第一节 公益组织的表达技术 167

第二节 公益组织的动力：我说故我在 177

第七章 媒体:社会的喉舌?	185
第一节 新闻常规与隐秘的表达	185
第二节 媒体的动力:“社会喉舌”角色的出现	193
第八章 目的与结果:从公共舆论到政策议程	204
第一节 表达与回应	206
第二节 公共议题的命运	215
本章小结:大声说、耐心等	223

第四部分 “协同互动模式”的潜力与前景

第九章 媒体公民社会的形成	227
第一节 表达的潜力	228
第二节 表达的边界	234
第十章 “双人舞”越跳越远?	240
第一节 奇特的“双人舞”	240
第二节 “双人舞”的形态及其前景	245
第三节 不同的公共议题领域	254
本章小结:转型国家的独特景观	257
结 语	259
民意表达与社会治理转型	259
公益组织的空间拓展	262
传媒公共性的生长逻辑	265

参考文献 269

附录一：公益组织访谈名单 287

附录二：公益组织访谈提纲 290

附录三：媒体机构访谈名录 294

附录四：媒体人员访谈提纲 296

后 记 298

导 论

表达的力量

这是一本关于中国公益组织与媒体的著作。^① 在一个转型国家中,它们之间的“协同互动”,推动了公共舆论的形成,并对政府政策和政府行为产生影响。

通常来说,社会民众对公共政策的意见表达,可以分为间接和直接两种途径。前者包括民众通过正式(例如选举)与非正式(透过政党、利益集团和大众媒体)方式进行表达;后者则包括投书、游说、请愿、游行示威,以及座谈会、听证会、民意调查和公民投票等方式(余致力,2002,转引自廖述铭,2002)。在传统的中国政治架构中,以上的社会民意表达机制并非完全畅通。一个公共政策的出台通常也是政治精英安排的结果。大众只是沉默的接受者。

近年来,由于社会矛盾积聚,各种群体性事件频繁出现,对

① 关于公益组织的定义,有的学者强调它与政府部门的区别,因此将其等同于 NGO(非政府组织);而有的学者则更注重它与企业的区别,将其统归为 Nonprofit Organization(非营利组织)。本书采取一种相对宽泛的定义,认为公益组织是一种合法的、不以营利为目的、不以政府为主要驱动力的社会组织,包括各种协会、非政府组织、基金会、非营利公司等,其主要使命和活动是致力于社会公益事业和解决各种社会性问题。它属于公民社会的一部分。这一定义参考自各种百科全书的相关词条

现有的社会治理方式带来冲击。^①有不少学者因此将目光投向公众的民意表达机制，希望其成为化解社会矛盾的出口。^②这些学者虽然使用的概念不尽相同，关切之处却十分相近。本书所观察的公共舆论，就是形成中的民意表达机制的一种重要形态。

在我们的观察中，随着民意表达机制的开拓，公众的声音越来越对于政府决策和政府行为产生影响。其中一个重要的现象是，一些由公益组织和城市民众推动的议题，经过在媒体平台上的发酵，形成了公共舆论并逐渐被纳入政府议程之中。公益组织推动的议题包括“野生动物保护议题”、“反坝议题”、“反对乙肝歧视议题”等，城市民众推动的议题则有“反对上海磁悬浮列车”、“反对厦门PX(二甲苯)项目”等。这些议题在环境保护、小区发展、性别议题、艾滋病救助等领域密集出现，说明新的民意表达机制和政治参与空间正在形成之中。这些公共议程，与“可持续发展”以及“以人为本”等国家发展战略有着高度的默契。

本书所关注的正是这一媒体平台上的民意表达与公共舆论的力量。它强调的是，公益组织或社会民众通过媒体建构议题，或者公众的声音经由媒体的焦点事件(focusing event)凝聚而成，进而将民意传递至国家机关，并对政策议程产生影响。

我们认为，由接连不断的媒体议题构成的公共舆论，正在成为当代中国一种重要的民意表达的管道，它赋予公众权益以一

① 参见于建嵘.2009.从刚性稳定到韧性稳定[J].哈尔滨:学习与探索.2009年第5期

② 李艳红.2004.弱势群体的公共表达[D].香港:中文大学新闻传播学院博士学位论文;
胡泳.2008.众声喧哗:网络时代的个人表达与公共讨论[M].广西:广西师范大学出版社;
李永刚.2008.我们的防火墙:网络时代的表达与监管[M].广西:广西师范大学出版社;
孙立平、郭于华、沈原等.2010.以利益表达制度化实现社会的长治久安[J].香港:领导者杂志.总第33期

定程度的合法性,增强了底层社会的主动性,也促进政府的善治。而且,它有助于缓和社会矛盾,推动“公众参与”与“社会对话”。

长期以来,学者们致力于观察公益组织、社会民众的资源动员能力和自组织能力,但是对于由他们推动的公共议题与舆论,却关注较少。^①此外,学者们大多倾向于认为,形成中的中国公民社会应当是“被动”与“非对抗性”的,以此求得制度的接纳,^②但是在本书所观察的议题中,公益组织和社会民众却主动地利用媒体作为意见表达的政治资源,形成对于企业甚至相关部门的压力,并倡导政策出台。因此,我们应该更多关注“民意表达”与“公共舆论”的出现。中国社会的良性运作,与此密切相关。

当中国的公益组织遇上媒体

通过媒体推动公共舆论的主体并不少,公益组织是其中一个活跃的角色。它们具有强大的资源动员能力,发展了比较细致的媒体策略,也长期致力于进行媒体议题的建构,因此成为了媒体平台上的最稳定的表达者。

在中国,公益组织的发展从1980年代开始加速,1990年代中后期到达巅峰,目前中国公益组织在数量、规模、类别与功能

① 孙炳耀. 1994. 中国社会团体官民二重性问题[J]. 香港: 中国社会科学季刊, 1994 年第 1 期; 俞可平. 2000. 公民社会与第三部门[M]. 北京: 社会科学文献出版社; 朱健刚. 2004. 草根 NGO 与中国公民社会的成长[J]. 广州: 开放时代, 2004 年第 6 期; Ma Qishu. 2006. Non-Governmental Organizations in Contemporary China [M]. Routledge

② 赵秀梅. 2004. 中国 NGO 对政府的策略: 一个初步考察[J]. 广州: 开放时代, 2004 年第 6 期; 康晓光. 1999a. 转型期的中国社团[J]. 香港: 中国社会科学季刊, 第 28 期: 1-14; 康晓光. 1999b. 权力的转移——转型时期中国权力格局的变迁[M]. 杭州: 浙江人民出版社

方面都发展到了前所未有的程度(Ma, 2006)。2007 年底,民政部发布的数据显示全国共有各类民间公益组织 38.1 万个。^①而实际上,还有许多已经开展活动的公益组织由于没有正规的注册手续,因而没有纳入统计之中。

公益组织是中国实行改革开放和经济发展的产物,从一开始,它就承担了沟通党(政府)与人民的桥梁作用,而且,作为补充力量,承接起一部分政府不愿再负担的责任(Ma, 2006)。它们也通过自身的社会活动来协调国家与社会的关系,补充原有“刚性治理”的不足(俞可平,2000)。

随着公益组织的发展,它们推动了包括消费者运动、妇女运动以及环境保护运动等在内的一系列新社会运动,^②在中国社会发展中扮演了越来越重要的角色。它们也推动一系列体现公民参与,表达民间声音,并促成不同程度制度改革的事件。以环境运动为例,就有“保护青海藏羚羊事件”、“反对怒江建坝事件”,以及“反对金光集团云南毁林事件”等等。而除了公益组织的推动,这些事件得以发生、扩展,又在很大程度上得益于媒体的报道。往往是,公益组织与媒体互动,形成报道议题,凝聚公共舆论,从而推动政府作出政策调整。

在西方,学者们已经注意到媒体对于公益组织发展的重要影响。比如认为媒体促进了公益组织的合法化程度,增强了资源动员能力,提升其运作中的文化资本等。^③ 美国社会学家吉

① 《2007 年民政事业发展统计公报》。载于中国发展门户网。http://cn.chinagate.cn/reports/2008-05/05/content_15072719.htm

② 新社会运动多关注社会问题,追求个人自治,而不是物质利益与政治权力。参考冯仕政. 2003. 西方社会运动研究:现状与范式[J]. 北京:国外社会科学. 2003 年 05 期

③ Van Zoonen. 1992. The Women's Movement and the Media: Constructing a Public Identity [J]. *European journal of Communication* 7:453.76; Gandy O.. 1982. *Beyond agenda. setting, information subsidies and public policy* [M]. Norwood, NJ: Ablex

特林(Gitlin, 1980)更强调,在西方的传媒环境下,一个没有新闻报道的社会运动是没有意义的,为此,社会运动组织发展出各种光怪陆离的行动,以引起媒体的关注。但与此同时,西方学者通过研究证明,媒体往往倾向于维护现存的体制和意识形态,并“边缘化”、“琐碎化”公益组织和社会运动的诉求(Gitlin, 1980; 赵鼎新, 2006)。

在中国这样一个转型国家中,我们却发现,尽管公益组织并未采用任何夸张的行动方式来吸引媒体,媒体却从一开始就刊登许多关于它们的报道,而且,倾向于从公益组织的立场来报道相关议题,推动公共舆论的形成。媒体的聚光灯伴随着中国公益组织的发展之路。

可以说,在一个转型期的国家中,公益组织和媒体的关系有着与西方国家不同的表现方式。经过与媒体互动而接连产生的议题,成为了公益组织发展的重要政治资源,这些议题构造了一种“社会力量”,成为表达民众意见和影响政府决策的公共平台。

那么,到底是什么因素促使公益组织与媒体关系在不同的社会背景之下有着迥异的表现?为何在公益组织与媒体仍然受到严格管理的制度背景下,中国的媒体会有很多关于公益组织的报道,而且其中很多议题推动了公共舆论形成?在这些议题背后,公益组织和媒体有着怎样的策略互动?进一步说,公益组织的表达如何得以影响政策议程,相关议题是否改变了公益组织与国家发生互动的方式?凡此种种,都是现有理论无法充分回答的。

本书以一系列由公益组织建构的议题为研究个案,尝试对以上问题作出回应,从而也说明中国的媒体、公益组织与国家之间的三角关系正在发生的变化。

每个议题都是一场战争

在阐释这个三角关系时，我并不是一个媒体中心主义者。在我看来，媒体虽有自身立场，但它也是各种力量角逐与争夺的话语平台。在其之上，每个议题都是战争，刀光剑影明灭可见。

公益组织并非从一开始就精于此道，它通过一场场的战争积累与媒体互动的经验。现在，它越来越成为一个活跃的议题建构者和媒体消息源，通过自己富有弹性的媒体策略，影响媒体的报道议程和框架。与各种利益集团相比，中国公益组织仍然是一个弱小的角色，但如果一个组织善于把握中国的政治结构和媒体格局，并以专业的方式操作议题过程，媒体将可能扩展它的运作空间，增强它的博弈能力。

媒体的新闻生产也蕴含自己的偏向和态度。媒体对于公益组织议题的报道，让我们看到，处于市场化进程中的中国媒体，成为了民间力量进行诉求表达和政策参与的积极推动者。它日益呈现出其作为公共平台的新面向。当然，这一自我觉醒的过程，交织了国家、市场以及专业主义等复杂力量在议题当中的此消彼长。

在书中，国家也不是一个抽象化的概念。具体到每个议题，我们都能看到不同层级政府的身影——它们在议题中扮演不同角色，或被动回应，或互相推诿，或借舆论东风进行自身力量的扩张。日益分化的权力格局为议题的发展带来政治机会。

这些议题战争都在中国社会转型的大背景下展开，透过那些刀光剑影，我们可以理解民间力量如何根据社会结构与媒体格局进行媒体策略设计，从而在一个缺乏利益表达机制的“后总