



具有中國特色的新聞自由

一個新聞輿論監督的考察

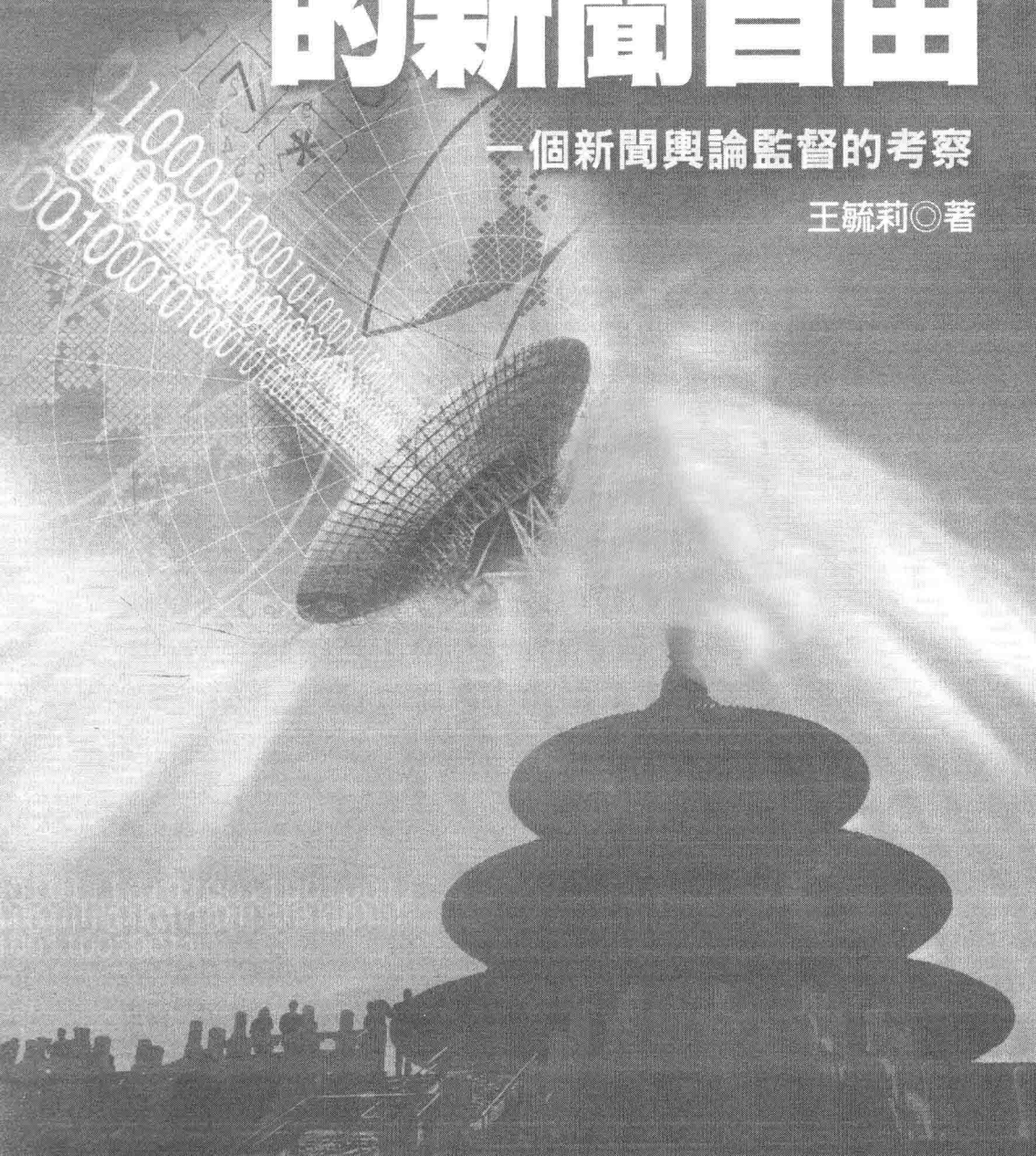
◎作者——王毓莉



具有中國特色的 新聞自由

一個新聞輿論監督的考察

王毓莉◎著



具有中國特色的新聞自由

——一個新聞輿論監督的考察

著 者／王毓莉

出 版 者／揚智文化事業股份有限公司

發 行 人／葉忠賢

總 編 輯／閻富萍

地 址／台北縣深坑鄉北深路三段 260 號 8 樓

電 話／(02)8662-6826・86626810

傳 真／(02)2664-7633

E-mail /service@ycrc.com.tw

印 刷／鼎易印刷事業股份有限公司

I S B N /978-957-818-950-8

初版一刷／2010 年 3 月

定 價／新台幣 350 元

* 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換 *



自序

從新聞與傳播領域，一頭栽入中國大陸研究，源自於在美國攻讀碩士學位時，首次碰上來自中國大陸的室友，我們交換看報紙，我透過他們的《人民日報》海外版看台灣，她透過我們的《中央日報》海外版看中國，從這兩個視窗看兩岸，震撼了我，也開啓了我對中國新聞傳媒研究的興趣。

依稀記得投考博士班的口試時，曾有口試委員認為中國大陸新聞傳播，基本上就是「宣傳」，沒有研究的必要。然而，個人因為研究關係，首次於1990年代初，親赴中國大陸各地從事平面媒體與廣電媒體訪談，觀察到中國大陸因為改革開放政策舉措下，帶來的社會變遷，以及蓄勢待發的新聞傳播產業改革，因此，從博士班起，就決定鑽研此一領域。

博士班畢業後，有幸先後於銘傳大學傳播學院、中國文化大學新聞研究所、大眾傳播學系、與世新大學廣播電影電視學系，開設「中國大陸新聞制度」、「中國大陸傳播事業分析」、「中國大陸廣電事業分析」課程。再加上國科會研究的支持，使得個人可以延續多年來的研究領域，並且將研究成果應用於教學。

隔著台灣海峽從事中國大陸研究，不免有瞎子摸象的盲點，但作者靠著多元的研究方法設計，多次親赴中國大陸從事田野研究，與從事中國新聞傳播研究的台灣、中國大陸、新加坡、香港學術社群的實體、與線上互動、研討，以及透過對於中國大陸新聞傳播文本的分析與網際網路發展的參與觀察，期望透過海峽的適當距離，更精準與客觀地關注中國大陸新聞輿論監督的發展。

本書的第二章的內容，曾經發表於中國大陸舉辦的「IAICS 2007年會：Harmony, Diversity and Intercultural Communication」國際研討會，並於之後以〈中國新聞輿論監督之研究——一個政治經濟角度的分析〉為題，刊登於《中華傳播學刊》第13期（TSSCI正式期刊）；第三章的內容，為作者執行之2008年國科會研究計畫的部份成果，改寫為〈中國大陸跨地區新聞輿論監督之研究——以《南方周末》為例〉，於具備嚴謹審查機制的2009年中華傳播學會年會論文接受發表，與發表於《新聞學研究》第100期（TSSCI正式期刊）的〈中國大陸《南方周末》跨地區新聞輿論監督報導之研究〉，共同改寫而成；第四章的內容，為作者執行之2008年國科會研究計畫的部份成果，針對跨地區新聞輿論監督個案提出深入分析。第五章的內容，是研究者2008年執行國科會研究計劃的深度訪談時，深入中國大陸的新聞學術與實務界，了解新聞媒體在從事新聞輿論監督、跨地區新聞輿論監督報導時，產製過程中受到甚麼因素的影響，改寫而成；第六章則是植基於曾發表於「第三屆傳播管理發展與趨勢學術研討會」〈中國大陸網路論壇對傳統宣傳控制的影響〉，與發表於《新聞學研究》第92期（TSSCI正式期刊）的〈網路論壇與國家機器的碰撞：從三個新聞事件看大陸網路論壇對公共性的實踐〉，共同改寫而成。

中國是否真的完全沒有新聞自由？中國的新聞專業主義是否不可能存在？這是本書以「新聞輿論監督」作為研究核心，企圖勾勒出中共在一手實施改革開放政策、另一手緊招新聞控制的特殊體系下，新聞專業主義求存的空間與表現。因此，本書的出版期望能夠藉由對新聞輿論監督發展進程與內涵，作出系統觀察記錄，也期許為後進研究者，能以更細緻角度，進一步研究中國大陸的新聞改革與政經改革的互動關係。

本書得以完成，需要感謝的人很多。博士論文指導教授李瞻，



爲我打開了這一扇研究之窗，從銘傳、美國的大學、研究所，以及政治大學的師長們，一路的提攜與提點，他們的師長風範，都是我一生學習的對象。

中國文化大學新聞傳播學院與大眾傳播學系，提供個人良好的教學與研究環境，多少次在大成館四樓的研究室，挑燈夜戰，身旁還有許多大眾傳播學系的大學部同學，提供無償的貼心協助，或幫忙找資料、或幫忙買便當，都使得個人在教學、輔導、或研究的領域中，有更積極的動力。

特別感謝歷年來國科會研究助理與研究生陳嘉彰、孟廣宸、常聖傳、林毅璋、簡郁琳、李欣榮、吳炳蒼、吳同鈞、吳孟儒、陳冠如、劉禹暘、李英婷、林志遠、陳詩婷等研究所同學的協助。此外，多位畢業多年的系友，不定時的噓寒問暖與關懷，更是我教書多年來的一大慰藉。

更加重要的是，一直以來台中年邁的父親、姐姐一家人、與台北摯友的無怨支持，是讓我能夠無後顧之憂，投入研究工作的最大力量，要在此向您們說聲：「謝謝，我愛你們！祈望父親永遠健康快樂！」。最後，謹以此書獻給天上的母親。

王毓莉

陽明山，中國文化大學

2010年3月



目 錄

自 序 i

【理論背景篇】

第一章 緒論 1

- 第一節 研究動機與目的 2
- 第二節 研究途徑與文獻回顧 14
- 第三節 研究方法與架構 29
- 參考書目 31

【環境篇】

第二章 新聞輿論監督政經之分析 41

- 第一節 研究背景與架構 42
- 第二節 新聞輿論監督發展的政治經濟環境 47
- 第三節 新聞輿論監督報導與節目的產製 51
- 第四節 新聞輿論監督產品的意識形態與權力關係 62
- 第五節 結語 68
- 參考書目 71

【內容篇】

第三章 跨地區新聞輿論監督之分析 77

- 第一節 研究背景與架構 78
- 第二節 研究設計 81
- 第三節 跨地區新聞輿論監督的表現 91
- 第四節 禁令前後跨地區新聞輿論監督的變化 106
- 第五節 結語 108
- 參考書目 123

【個案篇】

第四章 跨地區新聞輿論監督個案之分析 127

- 第一節 研究背景與設計 128
- 第二節 「新圈地運動」事件的探討 131
- 第三節 「社會底層－農民工悲歌」事件的探討 137
- 第四節 「福建三明市吃人公園」事件的探討 142
- 第五節 結語 149
- 參考書目 151

【產製篇】

第五章 影響新聞輿論監督之因素分析 155

- 第一節 研究背景與架構 156
- 第二節 研究設計 160
- 第三節 新聞輿論監督面對壓力源的分析 162
- 第四節 新聞輿論監督與立法 184
- 第五節 結語 192
- 參考書目 200



【網路監督篇】

第六章 網路論壇的輿論監督之分析 219

- 第一節 研究背景與架構 220
- 第二節 中國網際網路與線上網民的出現 229
- 第三節 網路論壇個案的背景 233
- 第四節 網路論壇的輿論監督觀察 238
- 第五節 結語 255
- 參考書目 265

【展望篇】

第七章 結論 273

- 第一節 研究發現 274
- 第二節 研究討論與建議 279
- 參考書目 289

圖表目次

表3-1	新聞輿論監督報導與跨地區輿論監督報導	91
表3-2	跨地區輿論監督報導的主要報導區域	92
表3-3	跨地區輿論監督報導主要報導領域	94
表3-4	跨地區輿論監督主要報導議題	96
表3-5	跨地區輿論監督新聞消息來源與主要消息來源	98
表3-6	跨地區輿論監督的權力主體與監督的客體對象或層級	99
表3-7	跨地區輿論監督報導的來源形式、類型與策略	102
表3-8	跨地區輿論監督報導監督的直接程度與具體對象	104
表3-9	2005年5月前、後跨地區輿論監督報導數量	106
表3-10	研究假設二到八卡方檢定分析結果	108
表4-1	「福建三明市吃人公園」事件不同媒體報導爭議點對照	146
表6-1	中國大陸地區歷年上網電腦數及用戶總人數統計	230
表6-2	網路論壇來源一覽表	236
圖5-1	媒介組織：需求和限制的來源	158
圖5-2	各種社會力影響之於媒介組織的影響關係分析圖	159
附件3-1	《南方周末》跨地區新聞輿論監督樣本清單	113
附件5-1	深度訪談與焦點團體訪談對象一覽表	204
附件5-2	新聞輿論監督相關法令一覽表	206



第一章

緒論

- * 第一節 研究動機與目的
- * 第二節 研究途徑與文獻回顧
- * 第三節 研究方法與架構

中國大陸的新聞，是否還是等同於宣傳？中國大陸是否有新聞自由？中國的新聞專業，有無任何發展的空間？改革開放三十年後，網際網路崛起，中國大陸還可以從事嚴密的新聞控制？這是本書命題的核心旨趣。



第一節 研究動機與目的

中國大陸的政治體制移植自共產國際，因此中國的新聞傳播事業，不論在理論、政策、制度與觀念各方面，均被認為仿效自前蘇聯的傳播事業。

關於各式各樣傳播制度的論述，有不少學者嚐試加以提出，但截至目前最廣泛被接受的仍屬於1956年首先由Frederick Siebert, Theodore Peterson和Wilbur Schramm所提出的「報業的四大理論」（Four Theories of the Press）。將世界上的媒體制度區分成「威權主義報業理論」、「自由主義報業理論」、「社會責任報業理論」與「蘇聯共產主義報業理論」（Siebert et al., 1963:7）。

其中，「蘇聯共產主義報業理論」起源自20世紀初的蘇聯，其理論依據是馬克思、列寧主義，傳播媒體存在目的是支援馬克思主義的體制，且為人民服務。蘇聯共產主義報業理論，相信真理只有一個，且只有一個發言人，即共產黨或黨的領袖。共產主義社會中，傳播媒介的角色被定位為集體的鼓動者、宣傳者及建設共產主義的教育者。傳播媒介具有強烈的工具性，為黨與國家服務，並且為國家所擁有，儘管理論上，共產主義宣稱人民擁有媒介，但共產黨由無產階級所組成，代表廣大人民行使所有權，因此，共黨政府控制傳播媒介，將媒介視為宣傳及煽動的工具（王毓莉，1999：19-38）。



此外，Siebert等學者提出的四大報業理論，雖廣泛地被引用，但由於電子媒介的興起與世界政治經濟局勢的急遽變遷，四大報業理論已未能精確解釋所有國家的傳播體系，也因此，陸續有學者嘗試提出修正或增補四大理論之論述。學者McQuail 曾在1983年提出補充四大理論的「發展媒介理論」（Development Media Theory）和「民主參與媒介理論」（Democratic-Participant Media Theory）（McQuail, 1994: 131-132）。

早期從事中國大陸新聞傳播制度的相關研究，均採取上述的體制分類，認為中國大陸採取的是「蘇聯共產主義報業理論」（李瞻，1973：50；呂郁女，1992：20-21）。也有研究者針對中共的傳播改革提出分析，中共的新聞傳播制度除了採用蘇聯模式的「共產主義傳播理論」外，更結合中共領導人毛澤東與鄧小平的傳播思想，形成具中國特色的傳播理論，同時也顯現出「發展媒介理論」重視經濟發展的某些意涵（王毓莉，1999：34-38）。

中共自1978年底十一屆三中全會，為改善經濟停滯不前，並開始致力於提升生產力，從事經濟建設，因而決定實施「改革開放政策」。中共的改革開放政策係由，以階級鬥爭為綱，轉移到以經濟建設為中心。此一轉變使傳播的內容與對象均產生變化，傳播事業也不得不隨之進行相關配套的改革。

而中國大陸的大眾傳播事業，在市場經濟時期，被列入「第三產業」¹（國家統計局課題組編，1994：121-122）。大眾傳播媒介被認為應橫跨「經濟基礎」與「上層建築」兩個領域（孫旭培，1993；王毓莉，1994）。然而在中共要求「加快發展第三產業」的

¹依據中國大陸的分類，「第三產業」指廣義的工、農業以外的其他行業，包括四個層次：(1)流通部門；(2)為生產和生活服務部門；(3)為提高科學文化和居民素質的部門；(4)社會公共需要服務的部門。大眾傳播事業屬於第三層次的範圍。

政策下，中國大陸的傳播事業必須自負盈虧、積極創收，因而加速了傳播產業的發展。因此，市場機制在此情形下被引入大眾傳播事業領域，大眾傳播媒介也漸成經濟實體，邁向商業化與企業化道路（童兵，1993；潘忠黨，1997：112）。

一、新聞改革與傳媒商業化的衝擊

改革開放政策確實使得中國的傳媒發展迅猛，改革開放之前的新聞體制，呈現高度集中的特點。新聞媒體被定位為黨的耳目喉舌，是階級鬥爭的工具（田中初，2005：24）。在管理體制上，由中央集權，媒體的組織與運作由各級黨委直接掌控，新聞媒體只要考慮政治宣傳，不必考慮經濟效益。

然而，中國大陸的新聞事業在發展過程中，曾進行三次新聞改革：第一次在延安整風時期，以1942年延安「解放日報」的改版為標誌；第二次在中共第八次代表大會以後，以1956年「人民日報」的改版為標誌；第三次則在中共十一屆三中全會以後（潘家慶，1997：9）。然而這三次的改革中，以十一屆三中全會後的第三次改革，較為全面性。

大陸學者李良榮將十一屆三中全會後，中共的新聞改革分成五階段（李良榮，1995：56-61）：

第一階段自1979年初至1982年，此階段主要為改變原先「報紙是階級鬥爭工具」的媒介定位，認為新聞事業應為一種以刊登時事為主的大眾傳播事業，因此，新聞媒介有其自身的規律，應照媒介的規律行事。第二階段自1983年至1986年，此階段中國大陸自國外引進「資訊」的概念，由於此概念乃強調傳播媒介的傳播資訊功能，與中共原來將傳媒視為宣傳工具的定位有所不同，因此，引起中國大陸傳播理論與實務界的論爭。不過，「資訊」的觀念目前已



被中國大陸普遍的接受。

第三階段自1987年至1989年上半年，此階段提出新聞的輿論監督，將中共的新聞改革推向最高峰。而中共中央也在1989年，將新聞傳播媒介的改革，正式列入黨的議程中。但是，此波新聞輿論監督改革因觸及中共的政治改革，其衝擊最終釀成著名的「八九民運」中，直接要求新聞自由的運動訴求。第四階段自1989年下半年至1991年，歷經「八九民運」後，中共中央開始重申黨報黨性原則的權威性，並且強調「一個中心、兩個基本點」的重要性。換言之，中共認為中國大陸的新聞傳播改革，應適合中國國情，應堅持正面宣傳為主的宣傳方針。

第五階段自1992年迄今，自從1992年鄧小平南巡談話後，中國大陸的改革開放更進一步深化，而傳播改革也得到更新的發展，新聞媒介屬性被重新界定，傳播媒介的經濟面向，得到前所未有的重視。

改革開放後，中國的新聞傳媒經營制度，由「事業單位事業型管理」向「事業單位企業型管理」變革。而中共改革開放政策採取政「左」經「右」的改革方式，反映在平面媒體中，採取嚴管新聞編採部門，放寬業務部門；而廣電事業的改革中，新聞性節目仍維持高度的掌控；至於非新聞性節目，則給予較多自主經營的空間，也因此非新聞性節目，已形成一個節目交易市場（王毓莉，1998：31-44）。

雖然中共對於新聞的管制仍然嚴苛，但由於新聞媒介的第三產業屬性，媒體被要求「自負盈虧」，因此，新聞媒體必須在官方宣傳任務與閱聽眾的需求之間，尋求平衡點，同時注意新聞媒介的「社會效益」、「文化效益」、與「經濟效益」。而中國政府在政治體制改革下，中央權力下放地方後，地方諸侯經濟坐大，貪腐事件層出不窮，因此，反貪腐成為政治改革的核心重點。

在政治改革支持新聞媒體監督貪腐事件與傳媒商業化的雙重邏輯下，「新聞輿論監督」（News Supervision by Public Opinion）在中國大陸的出現，可以被理解為，在對的時機與對的需求點上。然而，由於中國大陸新聞傳媒的特殊角色，除了需遵守商業生存邏輯，因其產權仍屬於國家，所以，新聞輿論監督的出現，便對政治、經濟、社會三者產生莫大衝擊，經常需要與商業利益與國家新聞管制，做不同的碰撞與妥協。

二、新聞輿論監督與新聞自由的撞擊

學者馮建三（2008：186-187）指出，中共目前仍堅持傳媒是黨的喉舌，而輿論監督的出現一方面是基於現實壓力，另一方面也來自於黨政中央的主觀意願，輿論監督是黨政行政權力的延伸，特別是2004年黨內監督條例，將它列為十種反腐敗與監督機制之一以後，更是如此。不過他認為，輿論監督與主流新聞學（如傳媒作為第四權）或邊緣新聞學（如發展新聞學），並不是沒有對話空間，而西方傳媒的新聞產製知識，對於輿論監督的討論，並非完全沒有參考餘地。

追溯新聞輿論監督源起，必須從西方的新聞出版自由談起。自從1644年，J. Milton在《論出版自由》中提出了「自主原則」，後來兩位英國作家於1720年以「加圖」（Cato）為筆名，寫下了一系列為「資訊自由流通」辯護的文章，並斷言政府自由與出版自由共存亡。他們指出，言論自由是「每個人的權利，只要一個人不用它來危害和支配別人就行」。他們影響了美國人，使其將言論自由寫進憲法。西方人把言論自由的法律可追溯到中世紀的英國《大憲章》和十七世紀的《權利法案》，但真正明確保護言論自由的法律是1791年批准生效的美國憲法第一條修正案，規定國會不得制定



法律剝奪言論或出版自由。此一條款成為新聞自由史上的里程碑（Altschull, 1995:1）。

西方對於新聞媒體的基本定調，始自「自由主義的報業理論」，提出「觀念的自由市場」的概念，認為檢驗真理的最好方式，是讓思想在意見自由市場中，經過公開競爭的過程，獲得最後認可（Siebert, Peterson, & Schramm, 1963: 7；Altschull, 1995: 12-17, 23）。

美國民主之父T. Jefferson也說了一句有名的話：「如果由我來決定，我們是要一個沒有報紙的政府還是沒有政府的報紙，我將毫不猶豫地選擇後者。」這段語錄被美國新聞界、以及其他崇尚新聞自由地區的媒體與政治人物，當作典範不斷地複製著（Peterson, ed., 1984 / 劉祚昌、鄧紅風譯，1993：1325）。然而，民主制度透過在法律上保障的言論自由和新聞自由，成為大眾傳播事業發展的精神搖籃，大眾傳播媒介除了作為一種新崛起的政治因素和獨立的政治勢力，本身又成為維護和擴大新聞自由中，最積極的力量。

民主政治必須使政治事務公開化、透明化，使公民在充分瞭解情況的條件下作出的決策。它還要使政府官員處於公眾的監督之下。現代民主社會實現政治的透明化，主要是透過大眾傳播媒介。在美國，輿論的形成依賴新聞媒介向公眾所提供的內容，而民主政府相當程度上，是建立在輿論的基礎上，並以公眾得到公正和充分的資訊為前提（Cummings & Wise, 1985: 223）。

在民主政治體制下，公民有知情權（the right to know），而政府和官員有告知的義務（obligation to inform），透過新聞媒介的監督，可使政府施政更透明化。美國也透過具體的立法，以迫使聯邦政府向新聞界和公眾開放更多的資訊。1966年，「資訊自由法」（Freedom of Information Act）即為一例。

中共自1978年十一屆三中全會，決定實施改革開放政策後，中