

从绿色和平组织案例看NGO与媒体在舆论监督中的“失序” ——兼论舆论监督主体 作者：李科

[摘要] 本文首先对绿色和平组织与媒体进行舆论监督的两则案例进行了介绍，分析了NGO与媒体在舆论监督互动中的失序现象及成因，得出失序的实质是利益的争夺，根源在于NGO和媒体各自合法性（主要是法律合法性与社会合法性）缺失与需求的结论。进而指出NGO与媒体进行舆论监督的合法性在于它们作为广泛民意代表的身份，强调舆论监督主体应回归于民众。其方式是通过媒体与NGO的良性互动，在舆论监督中唤起公众主体意识与公众参与意识，达到提升各自合法性以及尽可能消减伴随这一过程的“去合法化”负效应的目的，而这一切将共同推进并统一于社会民主政治进程。

[关键词] NGO 失序 舆论监督 主体

NGO(Non-Governmental Organization)，中文译为“非政府组织”，最早见于1945年签署的联合国宪章。民间组织、非营利组织（Non-Profit Organization）、第三部门（Third Sector）等用语所指称的实际含义跟NGO大同小异，在一定程度上可换用。改革开放以来，我国政治上国家权利从中央到地方的分散，经济上多种经济成分的出现，以及社会领域中个人自主性的提高，都为民间组织的产生和发展提供了条件。同时，转型期中国出现或加剧的多种社会问题，比如环境问题、失业贫困问题、社会保障问题等，也对中国民间组织的产生和发展提出了需要。

NGO在环境保护领域的活动情况比较典型。世界著名环保组织绿色和平（Greenpeace）于1971年成立于加拿大温哥华，“它以非暴力主义的工作方式，强势而卓越的媒体工作，使环境保护在大众媒体的眼中，成了一场英雄式的战斗和一场戏剧性的景象。”[1]绿色和平中国分部于1997年在香港成立，在北京和广州设有项目联络处。10多年来，绿色和平组织、自然之友、绿家园志愿者等环保NGO通过与媒体合作，共同推动了在华环保领域的舆论监督进程。[2]

媒体是公共空间的重要组成部分，让公众了解这个世界并发表意见，几乎都是通过大众媒体来完成的。仅就环保领域而言，“没有大众传媒就没有西方环保运动。媒体天性就是要寻找那些刺激的，比如传奇、丑闻，灾难，警醒的事件，而环境领域总有这样的素材可以提供”。[3]

然而，在NGO与媒体的合作中，也由于种种原因也出现了监督“失序”现象，影响了舆论监督效果，并随之产生负面的社会效应。以下分别介绍关于绿色和平组织近年来在环保舆论监督领域同媒体进行互动的两则特殊案例：

一、关于绿色和平组织舆论监督的两个特殊案例

（一）Brent Spar案例

首先是关于绿色和平组织抵制倾覆报废的Brent Spar储油平台案例：

1，案由：

在1995年的早些时候，绿色和平组织得到了皇家荷兰/壳牌公司（Royal Dutch/Shell）企图将其位于苏格兰北海地区的Brent Spar石油存储装置沉入大西洋计划的副本。

绿色和平组织的人员通过对壳牌公司提供资料的调研，指出壳牌公司在处理平台的分析报告中存在一些漏洞，比如掩盖了一些不良后果；低估了污染物的有毒性；平台上的存货数量不准确；公司对环境影响的研究存在

错误等。

“抗议者认为，壳牌公司没有恰当地考量深海处理的选择，会树立一个危险的先例。在1995年的夏天，绿色和平组织的行动主义者占据了该石油平台，目标是阻止壳牌公司移动它，同时宣传更广泛的‘拯救海洋’讯息”。[4]抗议持续了整整两天时间，一时间，原先冷冷清清的Brent Spar石油平台到处是媒体的摄像机，平台事件被媒体连篇累牍地传播到各地，事情一下子变得复杂化了。[5]

2, 波折与媒介反应:

在激烈的舆论冲突中，欧洲各大报纸的标题都把壳牌公司称为“对环境不负责任的公司”，在德国，当地组织统筹消费者对壳牌油库地联合抵制。“在这个主要的噱头面前，有关北海报废石油平台的退役问题已经较少引起注意了”。[6]

壳牌公司对绿色和平组织的声明做出反抗，并对该方案进行了辩解，试图影响舆论的方向。“这种对抗正中绿色和平组织人员的下怀，因为他们需要的是社会影响力，而不是公司的分析报告。”[7]

由于壳牌公司决定继续执行原定计划，消费者的联合抵制再度升级，“媒体也使出浑身招数挖掘壳牌公司的‘丑闻’，他们注意到，壳牌公司还隐瞒了部分事实，公司声称会产生30吨的淤泥，而实际上却有75吨；新闻界认为，绿色和平组织发现问题是合理的，因为壳牌公司捏造了事实。”[8]

整个事件在1995年6月发生戏剧性180度大转弯，壳牌公司声明在国际舆论压力下放弃对Brent Spar的深海处理计划。然而三个月后，绿色和平组织发表一份声明，声称自己错误估计了Brent Spar的储油数量，而这个错误估计被某些媒体以偏概全地当作全部事实。

“这在媒介内部引起了强烈反响，特别是一些资深新闻人员之间激愤的情绪非常强烈”。一位第四频道的新闻与时政高级组稿编辑就此评论到：“有关Brent Spar事件，我们受到了欺骗。重要的是，起初我们都曾经煞费苦心地再现壳牌公司的立场。当广播从业者们试图赋予报道一些科学理性的分析时，故事已经向着绿色和平组织的方向呼啸而去了……”[9]

3, 评价:

然而，当时新闻媒介在整个事件中，对于绿色和平组织所供消息的质疑以及在平衡报道方面，是否真如这位编辑所说作了“煞费苦心”的努力呢？我们不妨从其他声音中寻找线索。

“在这个争论中，全国性电视台非常严重地依赖由绿色和平组织提供的未经处理的事件镜头，因为这节省了它们的时间和金钱——特别是在新闻预算处于某种压力之下的时期。”[10]“当绿色和平组织常常成功地赢得与运动相关的报道的时候，它一般不是被记者用对待官方消息来源同样的方式接近的。相反，它倾向于依靠利用生动的视觉影响作为制造公众抗议的“信号”，着力将这个议题推上政治议程。对于一个环境组织来说，要求和保障合法性是一项比仅仅去赢得媒介关注艰难得多的任务。”[11]

一方面，绿色和平组织作为一个环保NGO，难免会从自身组织利益出发为媒介提供信息源；另一方面，由于该组织在传播运作中具有先天话语源优势（绿色和平组织在阿姆斯特丹拥有自己的传播机构[12]），追求轰动性与时效性的新闻媒介很可能被其所供信息所左右。

（二）广州超市“毒蔬菜”案例

第二则案例与绿色和平组织在中国的活动及其相关报道有关。

1, 案由:

2006年6月12日，绿色和平组织召集全广州各大媒体，发布了一个“广州三大超市蔬菜农药检测报告”，指出了百佳、万佳、家乐福三大超市所销售的蔬菜和水果中存在农药残留超标等食品安全问题，并就此呼吁三家超市即刻撤回有问题的蔬果。

6月14日，农业部农药残留监督检验测试中心(广州)、农业部蔬菜质量监督检验测试中心(广州)、广东省农药检定所等官方检测机构对抽样过程和检测结果的科学性、真实性和公正性提出质疑，[13]并声称消费者无须恐慌。

2, 媒介反应:

6月13日，香港《文汇报》等媒体公布了绿色和平组织的报告结果。

6月14日，《南方都市报》以《农药残留比例该信谁？》为题，就事件关涉方各家说法作了比较平衡的报道。

6月15、16日，《南方日报》发文《蔬果农药残留检测结果宜冷静看待》等，立场偏向官方。

6月17日，半岛网等纷纷转载了来源于东方网《绿色和平组织在广州制造食品安全事件赚知名度》一文。

7月14日，《中国绿色时报》持文《绿色和平可信不可信？》，基本站在绿色和平组织一方。

然而比照当时整个新闻界的反应，广州《信息时报》的表现可谓独树一帜，相当惹人注目：

6月15日，《信息时报》在头版刊出醒目的导读《权威机构专家质疑绿色和平检测方式》，并在A3版刊登整版组稿：《“毒蔬菜报告”发布亲历记》、《别打着民间的名义哗众取宠》等。

6月17日,《信息时报》刊登了一组标题相当夺目的稿件:《看“绿色和平”如何制造事端——从“亨氏婴儿米粉含转基因成分”再到“三大超市蔬果农药超标”》《绿色和平的一贯做法意欲何为》、《“绿色和平甚至干涉公司运营”》, 整组稿件倾向性旗帜鲜明。

尽管该报在所刊稿件中自称是“本着慎重的负责任态度”、“本着新闻的求真原则, 不愿意为‘抢新闻’而将疑点重重的报告登出来误导市民”, 我们仍能在其报道中发现无处不在的充斥着强烈感情色彩的表达: “制造食品安全事件”、“假新闻”、“制造恐慌”、“欺骗民心”、“骗取消费者信任”、“完全不可信”、“极不光明”、“极不光彩”、“始作俑者”……

3, 评价:

纵观新闻界对此次事件的报道, 较之Brent Spar案, 整体上比较注重平衡, 能够发出较为多元的声音, 这也许同十年后互联网媒体技术的进步有关。然而, 不难看到其中仍然存在大量“失序”现象, 比如《信息时报》在报道中完全“一边倒”向官方立场, 并置新闻基本的客观性、平衡原则不顾而大肆使用过激表达。

又有人就此在网上发文《<信息时报>遭时评家猛烈抨击 被指违背专业原则》《<信息时报>是份烂报纸》等引起激辩, 再次加深了此次舆论监督事件中的失序。绿色和平组织所提出的食品安全问题本身, 因舆论导向的偏离而悄然退出人们视野。

二、NGO与媒体在舆论监督中的“失序”问题分析

从以上两则舆论监督案例可以看出, NGO与媒体在监督中均存在“失序”的可能, 即由于舆论监督过程操作缺乏秩序规范, 对被监督对象实情进行有意或无意地扭曲从而引起信息失真。从其实质看, 是一个利益争夺的过程; 从根源来看, 源于媒体与NGO各自合法性(缺失与需求)的问题。

(一) 新闻媒体:

对于新闻媒体来说, 及时获取具有轰动效应的新闻信息, 是其在巨大市场竞争压力下生存的重要手段。为了抢占受众市场, 新闻媒体往往自封为“民众喉舌”。而以环保NGO为代表的源自“民间”的原发性声音, 特别能够迅速挑起关注于民生新闻的媒体敏感的神经。某些媒体在急功近利的心态驱使下, 对于民间一方(如某一NGO)提供的信息不加理性考量便迅速充当其扩音器, 结果很可能是以自身的话语优势, 迅速抢夺当事者另一方或双方的话语权, 导致了舆论监督的失序与偏差。

从另一层面分析, 这同新闻媒体自身的合法性问题密切相关。所谓“合法性”, 第一种是“合法律性”, 指符合法律的规定(legality); 第二种是“正当性”“合理性”, 表示行为或事物的存在符合某种实体或程序的价值准则, 为人们所认可进而自愿接受或服从(legitimacy)。[14]对于新闻媒体来说, 其合法性除了来自法律所明确规定的活动范围外, 也同样源自其所承担的某些社会职能、所具备的某些社会功能以及与民意的符合。

特别是在新闻法制尚不健全的国家, 新闻从业者的采访权、知情权、表达权等基本权利无法真正从宪法上得到保障, 所谓的“媒介审判”现象时有发生, 新闻官司不断。归根结底, 是其“合法律性”层面的合法性不足的问题。而新闻法制的建设并非短期就能实现, 因此通过与民间(如NGO)信息与舆论互动, 使自身“社会合理性”层面的合法性得到提升, 是我国媒体当下的现实选择。

此外, 由于我国的制度体系中司法不享有独立地位, 新闻媒体独立的合法地位更难由此确定。故从社会获得合法性尤为重要, 这也是某些所谓“民生媒体”格外倚重民声的根源。在民主政体下, 对于政府来说, 影响政府决策的最重要因素之一, 是社会舆论的压力。从这个角度看, 舆论压力推进民主与法治进程, 亦有利于新闻媒体获得自身独立的“合法律性”的合法地位。

由此, 当下新闻媒体的利益(如经济等其他层面利益), 更表现为通过对自身合法性地位的争夺来获取和保障。但在此过程中, 由于媒体行为的不成熟, 又可能导致新的问题。比如, 在广州“毒蔬菜”案例中, 《信息时报》通过明显失衡的“攻击性”报道, 在不排除获取某种政治合法性企图的怀疑外[15], 在自己的版面大肆进行自我宣传, 其社会层面的合法性亦由此消减。

(二) NGO:

对于NGO来说, 尽管代表来自民间的声音, 但由于其成立时固有的特定成员来源、组织宗旨等组织特性, 每一NGO都有各自独特的利益诉求, 即个别NGO的声音不一定代表整个社会的声音, 而是很可能仅仅代表其中的某少数利益团体或个人。这一点, 非常容易被媒体所忽视。为了获得资金来源等实际利益, NGO通常会努力采取媒体公关策略, 以弥补其在政府财政支持方面的空缺或不足。在媒介报道方式上的不同倚重, 甚至一些看似极端的吸引媒体注意的做法, 都反应了非政府组织在竭力获取组织利益和增加自身合法性资源方面明显的策略倾向。

在Brent Spar案例中, 就有学者指出绿色和平组织对其环境议题存在“过度提炼”(overgeneralising)的问题。“绿色和平组织对环境力量问题的关注是经过筛选的, 它没有包括宽泛的环境议题, 而是主要集中在具有国

际意义的少部分环境议题之上。……绿色和平组织一直可以指望从媒体那里得到支持。……新闻记者认为自己代表了广泛的公众，而他们常常带着善意的同情心来报道环境议题。但是，绿色和平组织将他们与新闻记者的合作带到了一个新的水平……新闻记者常常提前得到通知，并且被邀请登上绿色和平组织的船只，现场报道他们的生活。最重要的是，绿色和平组织还提供生动的图片，这符合了媒体的胃口。在电视发明之后，他们现在越来越重视图片，而不是文字或者口头报道了。” [16]

针对在Brent Spar案例中绿色和平组织最终承认自己提供了错误数据，有学者认为“这点正击中了绿色和平组织独特性的核心，就是因为这一特性，绿色和平组织将自己视为是反抗特权利益、守护真理的化身” [17]。即，绿色和平组织出于自身宗旨和利益发起这场舆论监督活动，但由于操作过程欠缺严谨、规范，在事实上至少消减了自己在社会层面的合法性。

还有研究者进而从其他角度对绿色和平组织的合法性进行攻击，认为绿色和平组织在提供对问题的解决方法方面十分薄弱，协调性的方法和管理的概念在这个组织的文化中是被痛斥的。通常，绿色和平组织的运动提倡一种彻底的禁止：禁止核试验!禁止捕鲸!禁止将石油钻探设备沉入海底!然而，大部分环境问题都不能以这种彻底的方法解决。” [18]

值得注意的是，除了媒体在舆论监督过程中对NGO的自我利益诉求所引发的舆论偏向应持有的警惕性不足外，新闻媒体也很可能刚好利用公众对这一点的疏忽，与NGO在利益上进行不正当“合谋”，从而牺牲社会整体的利益。

比如，NGO之间先天资源分部的不平衡亦可能加重其舆论监督的“去合法化”结果。“拥有支薪雇员、最庞大的年度预算以及全国范围的运作的组织，更有可能制作正式的宣传材料，从事新闻管理，吸取外界营销的专门知识以及追踪媒介产品……这些发现表明，媒介正加剧而不是缩减了富有资源的组织与其他组织之间的传播鸿沟。” [19]

特别是在西方，每个NGO之间的利益诉求或宗旨并不必定一致，有的甚至是完全相反的，这样，占有更大媒体资源与政府资源的NGO，在舆论引导中将占有先天优势。由于大众传媒对信息的传播放大作用，这种声音资源的差距很可能形成“马太效应”，从而加剧舆论“公共领域”的失序。

而在国内，由于本土NGO的情况比较特殊，它们在与媒体进行舆论监督的互动过程中又呈现出其特殊性，尤其体现在其合法性层面。有学者指出，“法律合法性、政治合法性、行政合法性、社会合法性是中国非营利组织存在与运作的合法性的四个方面”。[20]具体来看：

在法律合法性层面，目前依照1998年颁布的《社会团体登记管理条例》与《民办非企业单位登记管理条例》，对NGO的成立和监管分别实行分级登记管理体制和双重管理体制。这一管制的后果是，“自下而上由民间人士成立的NGO很难找到业务主管单位，因为很少有政府部门愿意为它们承担责任和风险。大多数的NGO也因此无法在民政部门注册登记而成为合法的社会团体，而只能以其他注册形式存在，比如正式注册的社会团体的分支机构，机关、团体、国有企事业单位的内部团体，商业注册的团体，或者干脆以非正式的志愿者组织存在” [21]。

由于国内大多数NGO严格说来仍是以“非法”的地下身份存在，造成了其舆论监督中的种种问题。以广州“毒蔬菜”案为例，《信息时报》对绿色和平组织的评价是：“绿色和平一次次地进入公众和媒体的视野，每次都不啻在食品安全问题上抛下了一记重磅炸弹。然而，最终……‘不了了之’便是他们最后的法宝。反正在中国他们没有登记注册，也就没有人会追究他们的责任”。[22]尽管《信息时报》这一评价可能含有自身价值倾向，但也在某种程度上说明NGO在我国的尴尬身份影响了其舆论监督效果。

在政治合法性层面，目前我国在很大程度上“仍是一个由权力中心决定制度安排的基本框架并遵循自上而下制度变迁原则的国家”，“在政府与非政府组织的互动过程中，二者处于明显的权力不对等地位。政府往往可以通过垄断性地制定规则，如非政府组织的进入和规模限制、资金获取途径的设置障碍，单方面决定非政府部门的生存空间和行动权利。” [23]政府在资源、制度供给等方面对NGO的重重控制，亦造成了在舆论监督过程中NGO对政府的依赖和独立性缺失，这将难以避免地影响NGO对政府进行舆论监督的效果。

在行政合法性层面，我国NGO往往依赖“官方”和“民间”的“双重渠道”去获取“体制内”和“体制外”的“两种资源”，以满足“社会”和“政府”的“双重需求”。其活动领域也只能是“社会”和“政府”共同认可的“交叉地带”，[24]较难形成在社会问题上对行政部门的制衡力量。这种“官民二重性”的后果是：“严重地制约了NGO的自治与自主，妨碍它们从官方性向民间性的结构性转换，降低它们的社会合法性，从而影响社会非营利组织的长远发展和政府职能的真正转变，最后造成“双损”的局面。” [25]

在社会合法性层面，一方面，计划经济所造成的单位人现象仍然存在，公民意识不足，我国NGO的公民基础相对薄弱；另一方面，西方国家NGO遍布全球的会员就是其最大的合法性来源，也是其敢于和能够与政府讨价还价的基础。而中国的NGO由于政治方面的原因，则常常采取一种自我限制的发展策略。

由此，我国本土NGO通常的做法是一方面是往往通过寻求一定程度的国家权威支持和认可，借助官办、半官

办社团的行政网络，[26]来弥补自身法律程序的缺失所造成的合法性不足；另一方面加强同媒体的合作，除了借助媒体进行公关宣传外，也向新闻媒体提供舆论监督消息来源。本土NGO与媒体最为典型的一种特殊合作方式是开办“记者沙龙”，其中的成员大多即是环保NGO成员，又是媒体从业者[27]；而在许多环保NGO中，有不少成员的身份就是职业记者[28]，即“双栖记者”。

“在一个公众参与机制相对健全的国家，一个组织的社会动员手段有多种，当NGO发起一个议题的时候可以用倡导的手段、反对手段、遏制手段等”，而在我国当前制度环境下，仍有不少问题最终是倚重于行政机制去解决的；中国的各级媒体与政府各级行政地位具有相当的联系，“其它的手段都不容易使用，因此只有与媒体合作，通过媒体去放大NGO声音，这点可行性更大一些。”[29]

然而NGO与媒体之间这种以增进彼此合法性为目的的互动，刚好在某种层面上正消解着彼此的合法性：媒体与NGO从业者过分亲密，甚至呈现交叠的状态，使NGO在发展过程中可能因过分倚重媒体而逐渐丧失自身成长的内生力，而国家对媒体管制政策的突然变动也可能使其难以快速适应外界变化；此外，媒体与NGO不能保持必要距离，就难以在舆论监督过程中坚持客观的立场，以至于最终沦为利益集团的传声工具。其舆论监督的失效性表现在：共同成为所谓的“政府喉舌”与“市场喉舌”，即哈贝马斯提出的“双重封建化”（或“再封建化”），而非整个社会的喉舌和良心。

上述诸多原因都导致了NGO与媒体在参与舆论监督过程中各自合法性不断提升又不断消解的两个几乎同时进行的过程。这种背离，很容易导致舆论监督的失序和失效。

三、舆论监督主体回归：NGO与媒体的互动

以上我们讨论了舆论监督过程中，新闻媒体同作为民间声音组成部分的NGO在舆论监督互动中，因各自固有的内在规定性（各自利益诉求与合法性需求问题）以及互动过程中欠缺规范等原因造成的舆论监督失效现象。反观之，那么NGO与媒体各自进行舆论监督的内在合法性又分别在何处？两者在舆论监督互动过程中，如何在力求减少“去合法化”负效应的同时，更多地满足增进彼此利益与合法性的需求呢？

媒体与NGO的合法性，都共同源自它们是广泛民意的代表，两者都有助于社会中各利益主体发出他们自己的声音。“新闻舆论监督，并不是来自新闻本身，而是来自新闻背后需要表达的民意，这是政治化、公开化的要求，也是这个进程中公民知情权、批评自由权的各种需要。”[30]

新闻媒体在舆论监督中具有合法性，一方面，源自它能很大程度上代表广泛的公众声音——舆论具有的公众性特征，指的就是舆论反映公众意见的程度。另一方面，它代表但不能代替公众。陈立丹指出“媒介作为一种人群的自为组合，是‘模拟公众’，不能作为真正的舆论主体。”[31]因此，这里强调舆论主体的回归，就是指新闻媒体应该将话语权交还于民。

从国家与社会的纵向关系来看，“国家与社会的关系应该是一种合作的、积极互动的关系，媒体是国家跟社会合作互动的重要领域”[32]；而从社会横向来，看，“各种话语的互鉴成为民主的重要因素”，“媒体应该是社会的守望者和社会议题的传播者，把话语权还给大众，平衡而公正地对待冲突和争议的双方，社会主人的发言权才能得到根本保证”[33]。由此可见，媒体与各NGO对社会个阶层的话语代表越广泛，在保持自身独立性的前提下与国家进行互动的可行性越强，其政治与法律方面的合法性越充足。

将舆论监督权力回归民众，其理由还在于：

一是从监督成本上考虑，“每一层监督关系的形成都势必要求还有另外一个机构来对这种监督进行监督，要阻止这种监督关系‘无限扩大’的基本措施在于让最关键的利益相关者公民本身参与到监督中来。”[34]

二是从新闻媒体的法律地位考虑，“我国现有法律对于新闻媒介在舆论监督中的禁止性规范较为严密，对公民的名誉权、人格权、隐私权的保护性条款已比较完善，但是对于新闻媒介实施舆论监督所应具备的采访报道权、批评权还没有形成明确的法定权利，舆论监督权显得不够完备”，“新闻工作者在舆论监督中遇到新闻侵权诉讼时，只能以个人的公民权、依据民法应诉。一旦面对地方保护主义作祟或监督时遭遇暴力，面对被监督者的巨大压力或不当的权力干预，记者可能选择放弃，从而削弱了舆论监督的效力。”[35]

在舆论监督诸多难题之中，地方保护主义是当前阻挠舆论监督的主要障碍。仅仅依靠个人或个别媒介的力量，难以对公权力进行有效的监督。因此有必要归权于民，形成多元的舆论监督主体，发挥舆论监督的整体合力。而社会中各NGO发出自己的真实声音，本身就是配合媒体进行舆论监督的一种有力形式。

此外，由于目前我们的媒体并不独立于政府，党政相关部门对新闻媒体的监督是一种上对下的行政组织监管关系，而不只是依法管理关系，要根本改变这种状况，需要监察主体归位。人民必须派出自己的监控、督察新闻监督者的监察队伍，排除被监督者对新闻舆论监督者的非法干预与抵制。即，“建立监督新闻媒介的社会机制”，解决“主体缺位”的问题。[36]

最后，公民个人作为舆论监督主体，通常受传播技术、财力或必要的渠道限制，以及因为个体势单力薄缺少倚靠等原因，往往难以在舆论监督中发出真实的声音。“当主流媒体在寻觅报道时，较松散的草根网络往往因为没有事先指定的发言人而常常处于不利地位”。[37]比如，在“传播中，农村处于弱势地位，最大的问题在于农民没有自己的组织。”[38]因此，公民背后作为其利益代表的组织的力量成为问题关键，这也为舆论监督中NGO的作为提供了合法的依据。在某种程度上，NGO更贴近民间的声音，并且比公民个人更有能力发出代表自身利益的合法声音。NGO与媒体在舆论监督中有序、有效地互动，本身就是舆论监督主体真正回归于民的一种重要形式。

但同时，应力求减少这一互动过程中，NGO与媒体双方合法性同时消减的负效应。负效应首先源自双方与政府的暧昧关系，缺少各自成长必需的独立性。解决这一问题的关键是：NGO与媒体在互动中唤起公众的主体意识。通过唤起公众共同参与到社会舆论监督过程，最大限度地调动社会资源、最大限度地代表社会广泛的利益主体，共同监测、守望社会变化发展中的种种现象，共同推动社会问题解决机制的制度化、法制化、常态化进程。“人民群众真正实现表达权利与意志的自由，就要在民主与法制的轨道上保障监督，‘使民主制度化法律化’。”[39]

而NGO与媒体舆论监督作用最重要的体现，正是在于对公民主体意识的培养。公民主体意识是指公民关注公共事务、监督权力运作、维护自身合法权利的意识。“能够自主表现或表达，具有自主意识。这是能够视为舆论主体的必要条件。否则，公众意见也许并不是真正来自公众。”[40]从传统社会向现代社会转变的最重要的内在标志不是别的东西（如社会成员的教育水平和文化素质的提高），而是公民意识的成长，即公民权利意识和责任意识的增长。[41]建立与发展各种沟通的渠道，不断扩大公众舆论监督的参与度，是唤起公众公民主体意识的有效方式，[42]也是进而培养NGO与媒体成长所必需的独立性的可行手段。

NGO与媒体舆论监督互动中的“去合法化”行为，还源自媒体、各NGO之间以及NGO与各公民个体之间各自利益诉求差异本身。这就要求媒体在与社会互动进行舆论监督时，同包括NGO在内的每一社会利益主体保持相等的观测距离。罗尔斯（John Rawls）提出“无知之幕”理论，要求各方从生活中的真实情况，退回到一个消除了所有角色和社会差异的隔离物后面的“原始位置”，去选择保护弱小的一方。因为，“只有当忽视一切社会差别时，正义才出现。”[43]可以说，媒体与NGO在舆论监督中的合法性正根源于这种对社会公正的追求中。

作为社会的守望者，媒体具有充当整个社会（包括强势者与弱势者）共同传声器的功能。然而，这种“公正性”也是辩证的：既有社会资源占有不公是客观事实，当媒体退到“无知之幕”之后，是该“等距”地观测并为社会中利益所在的每一方发出声音呢，还是首先更倚重于对弱势群体的话语救助？这也是媒体在与NGO进行互动时首先应该考量的问题。

把媒体当作救助手段往往是因为民意表达不畅，司法独立性不够，而传媒毕竟不是弱势群体的代言人。这种观点与罗尔斯的“无知之幕”理论（强调对弱势群体话语的优先救助）看似冲突，其实两者的鸿沟在民主社会的进程中，应该是一个不断缩小的过程——而这依赖于社会中多元利益主体的分化与自身独立性的不断提升。

社会主体的异质化程度不仅是人的主体性水平的标志，而且是社会的发达程度及其运行效率的标志。[44]利益与文化价值观的多元化已经使中国呈现出高度分化的趋势，各阶层的利益主体都有自己不同的利益诉求以及对同一件事或同一政策的不同反映。若不能通过广泛的舆论渠道了解社会的意愿和实际需要，可能无法进行公平合理的政策供给和利益调整，就会加大社会的不公平，激化社会矛盾。[45]

把舆论监督话语权还给大众，应尽量减少这一过程中造成的新的不公和“再封建化”，包括：由于媒体自身特殊利益诉求和社会资源分布不均这一客观现实造成的话语主体发声能力不平衡；以及各话语主体由努力证明自身合法性而带来的特定话语框架[46]。通常可采取的措施是在强调媒体对以NGO为代表的民众声音保持客观、平衡的距离同时，亦强调加强社会对媒体进行舆论监督行为的监督，比如建立弱势群体监督媒体的机构。国外有专门的媒介监督机构，“弱势群体监督媒体有否对该群体的负面报道、歪曲报道等”。[47]

总之，将舆论监督权回归民众，即，让媒体同社会中以NGO为代表的各阶层各利益主体保持等距，同时通过媒体与NGO互动，唤起公众主体意识，唤起公众参与社会舆论监督的热情，并在这种有序、规范、可行的良性互动中，不断提升公众参与舆论监督、发出真实声音的能力，以提升媒体与NGO共同的合法性，并尽可能地减少其中“去合法化”的负效应。而这一切，共同推进并统一于社会民主政治进程：在07年的厦门PX事件、08年的“周老虎”事件等媒体、NGO与公众三方展开的舆论监督互动中，我们看到了一些希望。

Abstract: This article introduced two cases related to the Greenpeace and the media's role in the consensus supervision. By analyzing the anomie phenomenon, as well as its formation, appeared in the interaction between the Non-Governmental Organization (NGO) and the media, the author came to the conclusion that the essence of such chaos condition laid in the struggle for interests. Such struggle was due to the lack of legality and legitimacy, and the desire for both. Furthermore, since the NGO and media's legitimacy existed in their identity as the public representatives, the author emphasized that the subject of consensus supervision should return to the public. Through their positive interaction, the NGO and the media could arouse people's Citizen's consciousness and Public participation, thus fulfilling the aim of elevating both sides' legality and legitimacy while reducing the negative effect of delegitimacy simultaneously in every possible way. All of these together will propel and finally be unified in the democratic process.

[注释]

[1]刘海英：《加强中国环保NGO与媒体的合作》，中国草根组织学习网，<http://bbs.learning.ngo.cn>，2007-01-18。

[2]注：绿色和平官方网站 (<http://www.greenpeace.org/china/zh>) 对此作了详细介绍：“2007 成功劝说中国最大的家居建材零售商百安居 (B&Q) 承诺在中国不销售任何可能来自非法采伐的木制品，并保证到2010年其在华所销售的全部木制品来自于经过认证的可持续的森林资源。……成功推动香港特区立法会大比数通过议案，严格监管食物中的残余农药。香港政府承诺制定农药残余标准，订立《食物安全法》并以规管蔬果为优先处理项目。……通过媒体揭露大量对环境有害的“洋垃圾”从英国出口到中国。中国国家环保总局表示将严格控制对环境有害的“洋垃圾”的进口。”

[3]刘海英：《加强中国环保NGO与媒体的合作》，中国草根组织学习网，<http://bbs.learning.ngo.cn>，2007-01-18。

[4]艾莉森·安德森 (Alison Anderson)：《环境行动主义与新闻媒介》，载于《新闻、公共关系与权力》(News, Public Relations and Power)，Simon Cottle主编，李兆丰、石琳译：复旦大学出版社2007年3月第1版，165。

[5]《壳牌：尴尬的石油平台》，<http://www.jrj.com>，2007年11月07日，原载于《商界评论》。

[6]艾莉森·安德森 (Alison Anderson)：《环境行动主义与新闻媒介》，载于《新闻、公共关系与权力》(News, Public Relations and Power)，Simon Cottle主编，李兆丰、石琳译：复旦大学出版社2007年3月第1版，166。

[7]《壳牌：尴尬的石油平台》，<http://www.jrj.com>，2007年11月07日，原载于《商界评论》。

[8]《壳牌：尴尬的石油平台》，<http://www.jrj.com>，2007年11月07日，原载于《商界评论》。

[9]Rose, C. (1998) The turning of the spar. London: Greenpeace .

[10]艾莉森·安德森 (Alison Anderson)：《环境行动主义与新闻媒介》，载于《新闻、公共关系与权力》(News, Public Relations and Power)，Simon Cottle主编，李兆丰、石琳译：复旦大学出版社2007年3月第1版，165。

[11]Hansen, A. (2000) "Claims-making and Framing in the British Newspaper Coverage of the Brent Spar Controversy", in S. Allan, B. Adam and C. Carter (eds) Environmental Risks and the Media. London Routledge, pp.55-72.

[12]注：该传播机构拥有一套完整的室内摄影、录像与摄制电影能力，包括一个数码录音棚、三套编辑设备、一个小的电视演播室和胶片档案馆。艾莉森·安德森对此评价道：“绿色和平组织利用媒介对全球市场施加压力已经驾轻就熟，在许多方面它的举动像一个跨国公司。它在全球拥有近30个办事处……新闻部门24小时运转。”

[13]注：质疑主要是针对绿色和平组织在本次检测中所使用抽样采集方式的样品代表性不强的科学性问题的科学性，以及采用欧洲检测标准而非国内标准的公正性问题。

[14]参见谢海定：《中国民间组织的合法性困境》，《法学研究》，2004，第二期。

[15]注：有人以《广州某“时报”的做法意欲何为》为题，称“有关报道署名‘时报记者组’，其实是当地某政府部门的通稿”。<http://www.sohoxiaobao.com>，2006年6月19日。

[16]Cf. Karen Oslund, "Protecting Fat Mammals or Carnivorous Humans? Towards an Environmental History of Whales", *Historical Social Research* 29, 3, 2004, pp .63—81.

[17]Cf. Anna—Katharina Wöbse, "Die Brent Spar—Kampagne. Plattform für diverse Wahrheiten" Frank Uekötter and Jens Hohensee (eds.), *Wird Cassandra heiser? Die Geschichte falscher Ökoalarme*, Stuttgart, 2004, pp.139—160.

[18]弗兰克·奥古特著，张莉译：《世界范围内的环境保护主义：一种不同的观点》，《中国历史地理论丛》第21卷第1辑，2006年1月。

[19]大卫·迪肯（David Deacon）：《非政府组织与媒介》，载于《新闻、公共关系与权力》（*News, Public Relations and Power*），Simon Cottle主编，李兆丰、石琳译：复旦大学出版社2007年3月第1版，144。

[20]高丙中：《社团的兴起及其合法性问题》，<http://www.chinanpo.org>。

[21]Zhao, Xiumei, 2001, "The Nonprofit Review", Vol.1, No.2, 134.

[22]李龙：《看“绿色和平”如何制造事端》，《信息时报》，2006年6月17日。

[23]张曙光：《张曙光经济学书评集》，四川人民出版社，1999。

[24]康晓光：《转型时期的中国社团》，《中国青年科技》，1999年第10期。

[25]郭小聪，文明超：《合作中的竞争：非营利组织与政府的新型关系》，《公共管理学报》，2004第1期。

[26]注：借助官办、半官办社团建立的工作网络来运作，是一种基于政府行政体系而建立的网络。这种方式就好像是政府资源的二次分配，官办、半官办社团是第一次分配的受益者，NGO是第二次分配受益者。“自然之友”的‘绿色希望行动’项目就是一个这样的例子。

[27]注：清华大学公共管理学院NGO研究所副所长邓国胜指出：“中国媒体本身出现了NGO化——媒体记者的NGO化，通过参加沙龙等形式，这些媒体记者储备了大量的社会资本与资源，使得在接触到一个公众性事件时，马上能呈现一种漩涡式的舆论效应，迅速得到全国各地的响应”。

[28]注：比如汪永晨是中央人民广播电台的记者，同时也是中国最早成立的环保NGO之一——“绿家园志愿者”的召集人。

[29]《中国的环保NGO和新闻媒体在推动流域管理和环境保护公众参与中的作用》，来源于上海绿洲网环境资源中心，<http://www.greensocc.org/>，2006-12-22。

[30]杨名品：《新闻舆论监督》，中国广播电视出版社，2001年版，第11页。

[31]陈力丹：《舆论学——舆论导向研究》，中国广播电视出版社1999年版，第26页。

[32]同上。

[33]刘建明：《新闻学前沿 新闻学关注的11个焦点》，北京：清华出版社，2005年4月第一版。

[34]郭立场：《外部监督”的主体应该扩大到公民》，2007年08月26日，新华网 来源：《法制日报》。

[35]田大宪著、刘路主编：《新闻舆论监督研究》，中国社会科学出版社，第145页，2002年5月第一版。

[36]参见阮志孝：《谈我国大陆媒介的监督组织与监察机制》，《新闻记者》，2006年第11期。

[37]艾莉森·安德森（Alison Anderson）：《环境行动主义与新闻媒介》，载于《新闻、公共关系与权力》（*News, Public Relations and Power*），Simon Cottle主编，李兆丰、石琳译：复旦大学出版社2007年3月第1版，170。

[38]参见李良荣主编：《为中国传媒业把脉——知名学者访谈录》（其中对姜义华的访问一节），复旦大学出版社，2006年10月第一版，第95页。

[39]《解放思想，实事求是，团结一致向前看》，《邓小平文选》第2卷，第146页。

[40]陈力丹：《舆论学——舆论导向研究》，中国广播电视出版社，1997年版，第12页。

[41]王雄：《新闻舆论研究》，新华出版社，2002年版，第279页。

[42]注：比如，1986年通过的《匈牙利人民共和国新闻法》就规定，机关、组织、团体和个人有向新闻单位提供情况的义务：“必须通过提出建议、向新闻机构提供必要的情况从绿色和平组织案例看NGO与媒体在舆论监督中的“失序”——兼论舆论监督主体回归 和材料来帮助进行真实、准确和迅速的报道”。参见刘为民译：《法学译丛》1987年第3期。

[43]参见胡兴荣：《新闻哲学》，北京：新华出版社，2004年9月第一版，74~75。

[44]胡兴荣：《新闻哲学》，北京：新华出版社，2004年9月第一版，112~113。

[45]参见李良荣主编：《为中国传媒业把脉——知名学者访谈录》（其中对王金红的访问一节），复旦大学出版社，2006年10月第一版，第258页。

[46]注：社会学家和哲学家指出：“任何一个宣传自己说为社会服务的机构，都可能要主张一种道德尊严和权威。否则他就不能证明自己所干的事是正当合理的。”见胡兴荣：《新闻哲学》，北京：新华出版社，2004年9月第一版，第345页。

[47]譬如少数民族会有专门机构来监督媒体有否歪曲报道少数民族的形象；国外同性恋组织会抗议有些媒体专报道同性恋中的谋杀案，还有对妇女的报道等。参见李良荣主编：《为中国传媒业把脉——知名学者访谈录》（其中对胡守钧的访问一节），复旦大学出版社，2006年10月第一版，第169页。

[参考文献]

- [1]赵秀梅.中国NGO对政府的策略：一个初步考察[J].开放时代,2004-6.
- [2]刘海英.加强中国环保NGO与媒体的合作[Z].中国草根组织学习网.<http://bbs.learning.ngo.cn>, 2007-01-18.
- [3]绿色和平官方网站[Z].<http://www.greenpeace.org/china/zh>
- [4]艾莉森·安德森（Alison Anderson）环境行动主义与新闻媒介.[A].Simon Cottle.新闻、公共关系与权力（News, Public Relations and Power）[C].李兆丰、石琳译注.上海：复旦大学出版社，2007-3.
- [5]壳牌：尴尬的石油平台[J].商界评论.
- [6]Rose, C. The turning of the spar.[Z]London: Greenpeace,1998.
- [7]Hansen, A. “Claims-making and Framing in the British Newspaper Coverage of the Brent Spar Controversy”, in S. Allan, B. Adam and C. Carter (Eds) Environmental Risks and the Media. London Routledge, 2000(55-72).
- [8]谢海定.中国民间组织的合法性困境[J].法学研究，2004.
- [9]大卫·迪肯（David Deacon）.非政府组织与媒介.[A].Simon Cottle.新闻、公共关系与权力（News, Public Relations and Power）[C].李兆丰、石琳译注.上海：复旦大学出版社，2007-3.
- [10]Cf.Karen Oslund,"Protecting Fat Mammals or Carnivorous Humans? Towards an Environmental History of Whales", Historical Social Research 29, 3, 2004,(63—81).
- [11]Cf Anna—Katharina Wöbse, "Die Brent Spar— Kampagne. Plattform für diverse Wahrheiten" Frank Uekötter and Jens Hohensee (eds.), Wird Cassandra heiser? Die Geschichte falscher Ökoalarme , Stuttgart,2004, pp.139—160.
- [12]弗兰克·奥古特.世界范围内的环境保护主义:一种不同的观点[J].张莉译注.中国历史地理论丛，2006-1.
- [13]高丙中.社团的兴起及其合法性问题[Z].<http://www.chinanpo.org>.
- [14]Zhao Xiumei.The Nonprofit Review [J].2001(134).
- [15]李龙.看“绿色和平”如何制造事端[N].信息时报,2006-6-17.
- [16]张曙光.张曙光经济学书评集.[M]四川:四川人民出版社，1999.
- [17]康晓光.转型时期的中国社团[J].中国青年科技,1999-10.
- [18]郭小聪，文明超.合作中的竞争：非营利组织与政府的新型关系[J].公共管理学报,2004-1.
- [19]中国的环保NGO和新闻媒体在推动流域管理和环境保护公众参与中的作用[Z].上海绿洲网环境资源中心，<http://www.greensocc.org/>，2006-12-22.
- [20]杨名品.新闻舆论监督[M].北京：中国广播电视出版社，2001(11).
- [21]陈立丹.舆论学——舆论导向研究[M].北京:中国广播电视出版社,1999(26).
- [22]刘建明.新闻学前沿 新闻学关注的11个焦点[M].北京：清华大学出版社，2005-4.
- [23]郭立场.外部监督的主体应该扩大到公民[J].法制日报.
- [24]田大宪著、刘路主编.新闻舆论监督研究[M].北京:中国社会科学出版社，2002-5(145).
- [25]阮志孝.谈我国大陆媒介的监督组织与监察机制[J].新闻记者，2006-11.
- [26]李良荣.为中国传媒业把脉——知名学者访谈录[M].上海：复旦大学出版社，2006-10.
- [27]解放思想，实事求是，团结一致向前看[A].邓小平文选第2卷[C](146).
- [28]王雄.新闻舆论研究[M].北京：新华出版社，2002（279）.
- [29]刘为民译.法学译丛[J],1987-3.
- [30]胡兴荣.新闻哲学[M].北京：新华出版社，2004-9.

回首页

上一篇: 去“故事”的底层

下一篇: 破解史诗和口头传统之谜——《口语文化与书面文化》评析

>> 相关文章

- 舆论监督在中国
- 以创新提升电视新闻的舆论引导能力
- 权威媒体在和谣言的博弈中如何胜出——河南“钴60事件”的启示
- 突发公共舆论事件的“结”与“解”——杭州“飙车案”报道启示
- 事业单位明年全面实施绩效工资，五成网民表担心
- 舆论监督与社会共识
- 解惑式报道与舆论引导力
- 地市党报舆论引导的“四个统一”

发表评论



- 尊重网上道德，遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

点 评: 字数0

用户名: 密码:

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .