



融入全球资本主义抑或中国式的现代化进程

发布时间：2005-05-25

阅读次数：143465次

本文章来自：sjc

融入全球资本主义抑或中国式的现代化进程？ 加入世贸组织背景下中国电视业发展模式的变迁

□ 钱 忆 亲

中国入世：期待已久

在经历长达15年的谈判之后，中国终于在2001年12月正式加入世界贸易组织。这被广泛看作中国迈入全球经济体系的关键一步。

众所周知，在世贸组织的服务贸易总协定(GATS)中，中国政府尽管同意开放视听市场的某些领域，但并未就自由开放其广播电视业做出任何承诺(WTO 2001)。根据国家广播电影电视总局局长徐光春所言，这是基于两个原则：一是促进文化交流；二是保护民族文化与国家安全免受外来侵蚀(Xu, 2002)。

九十年代以来中国经济与政治的变迁

一项关于中国纸媒体1999年世贸组织报道话语分析的研究表明，“市场霸权的新自由主义逻辑与全球化为庆祝中国获取世贸组织会员资格提供了占据主导地位意识形态框架”(Zhao, 2003a, 50)。

如果中国纸媒体对于入世报道的操控与报道的同质化是令人“震惊”的(ibid., 51)，那新自由主义在中国所取得的胜利和霸权却并不那么让人惊讶。中国政府意在回应世界经济全球化所进行的经济改革，用经济学者张勇进(Zhang Yongjin 音译)的话来说，“不过是中国为协调经济政策，实践广泛应用于全球经济的经济策略，以及尝试运用‘正确的’经济行为共同准则而做出的调整”(2003, 22)。

早在20世纪80年代中期的中国，发展论的话语主体已开始从马克思主义的经济意识形态转向新自由主义框架(Ling in Zhang 2003)。80年代末和90年代初，学术讨论与政策讨论的中心议题是在理论上和实践中“如何与世界经济接轨”。1992年12月，中国正式接受市场机制作为资源分配中最重要的力量，并将经济改革的最终目标锁定在实现“社会主义市场经济”(Zhang, 2003; Jiang and Qian in Xian, 2002)。自90年代中期以来，国有企业改革的轨迹已经清楚地显现了市场自由化与私有化的倾向。

随着大型国有企业为提高效率与效益进行结构调整和缩小规模,在1997年到2001年之间,国有企业削减了超过3400万个工作岗位,占其总就业量的30.8%(Yang, 2003)。这造成了一定的社会压力。随之,中国政府通过促进市场对外开放、提高社会福利开支以及开展各项新的改革等措施力图缓解社会压力,同时对于出现的不同声音采取强硬立场,并加强对媒体的控制(Yang 2003; Saich 2001)。90年代的中国被描绘成一个经济自由化与政治威权主义混合一体的国家。2002年,由江泽民到胡锦涛的领导权更替并没有给人们带来更多对重大政治改革的期待。人们预期在90年代所奉行的领导策略将不会发生根本性的变化(Jiang, 2003)。

2002年11月8日,中国共产党十六大的工作报告^[iv]重申了在促进经济发展过程中保持多种所有制并存的重要性。与此同时,承诺进一步开放市场领域予国内非国有资本进入并逐步对外开放服务行业。报告强调要加强依法治国的力度,提高决策机制的“科学和民主基础”以及实行政企分开,使国有企业领导不再同时扮演产业规范者的角色。

毫无意外的,推广正确的意识形态和道德观念继续成为中国文化产业发展的前提条件,在此发展过程中“报纸、出版、广播、电视必须坚持正确的舆论导向”(Yang, 2003)。实际上,对于中共和政府而言,保持社会的稳定与团结是重中之重,一切形式的改革或发展都必须是在维护或巩固党的领导地位下进行的。

中国电视业的重新集中化、集团化与放松管制

中国电视政策的变化以及行业结构和运行上的调整是在经济自由化和社会张力逐渐增强的氛围下进行的。如果说商业化和结构上的非集中化是讨论80年代和90年代初期中国电视业的中心议题(Huang & Green, 2000; Wei, 2000),那么自90年代后期开始,电视网络的重新集中化、电视资源的集中以及非新闻电视频道的放松管制已经成为中国广电业发展最突出的特征了。

(一) 1996-1999年间电视网络的整合集中化

1983至1996年间,电视网络分散为四级混合覆盖,同时商业化在电视体系内扩散,由此造成电视台数量的激增(Hong, 2000)。到1996年,全国的电视台数量达到880家,有线电视台1285家(Wei, 2000)。重大的结构性重组开始于1996年党中央和国务院“关于加强对报纸、出版和广播电视管理的通知”的颁布(CCP [1996] No.37)。自此,广播电影电视部(MRFT)^[v]开始对混乱的四级电视体系进行整合集中化。首先,广播电影电视部于同年下令取消国内未经许可兴建的电视台、站。其次,进行结构调整。合并县级无线、有线、教育电视台和广播电台(ibid.),以及市级、省级有线电视和无线电视台(State Council[1999]No.82)。第三,加强对县一级电视台和各种国有企业单位有线网络的节目资源的控制。前者不再大量自制和自购节目,其主要功能是传输节目,即大部分播出时间用于转播中央电视台和省级电视台的节目。而后者则被下令联入地区有线网络(CCP [1996]No.37; Guo, 2003)。通过3年的整合集中,到1999年4月,广播电影电视总局(MRFT)宣布国内的广播电视机构数量已经下降了68%(SARFT[1999]No.174)。

(二) 1998-2003年通过集团化实现媒介资源集中化

1996年,电视网络整合集中化完成。1998年,联合无锡、宜兴、江阴和西山四个城市广播、电视和有线资源的无锡广电集团公司宣告成立。以此为开

端,媒介集团化建设正式拉开帷幕(Media, 2001, Bao, 2002)。由于所有电台电视台都归国家所有,并由各类行政事业机构所掌控,集团化不可避免地由国家广播电影电视总局以及地方广播电视局组织推行,并通过行政体制而非市场机制实施完成。1999年9月,国务院82号文件([1999]No.82)首次明确要求在省/自治区/直辖市一级组建广播电视集团。2000年,国家广播电影电视总局发布了国家级和省级集团化的指导性条例,宣称集团的实质是国有机构企业化管理,同时认同集团运行上的“独立性”,推行“政府功能从集团管理中分离”。但同时又允许两种机构在领导上的重叠:政府的决策机构如中央或地方广播电视局和相同地域内的广电集团由同一组织班子领导(SARFT[2000]No.841)。

一年以后,由国务院、国家广播电影电视总局和国家新闻出版总署(SGAPP)共同签发的17号文件(CCP[2001]No.17)以及随后于2001年12月发布的《实施细则》(SARFT[2001] No.1452; SARFT[2001]No.1487),打破了之前的地域和平台的限制,允许在视听、印刷媒体和出版领域通过购买、合并、合资等方式组建跨地区、跨媒体的广播电视集团。文件要求集团要做到政企分开,通过对产权的界定实现宣传功能与商业功能在组织内部的分离。至2002年,湖南、上海、山东、江苏、浙江和其他一些省或直辖市经批准组建了20家广播电影电视集团(SARFT, 2003)。最大的“航空母舰”——由中国中央电视台(CCTV),中国中央人民广播电台及其他国家级广播电影电视制作发行公司组成的中国广播电影电视集团于2001年12月正式成立(Guo, 2003)。2003年,中国政府暂停成立新集团(Xu, 2003)。

(三) “所有权与经营权分离”名义下电视频道所有权的放松管制

对非业界的、集体以及私有资本介入电视台的放松管制一向是各方力量较量的主要阵地。20世纪90年代,“六不”媒体政策:“不允许私有媒体所有制,不允许股份制媒体机构,不允许与外资合资,不开放新闻的商品性,不讨论新闻法以及不对海外卫星电视开放市场”(Zhao, 1998, 176)明确禁止媒介领域的私有资本投资。1999年的82号文件也同样禁止广播电视和有线电视公司上市([1999] No.82)。2001年,尽管政府在媒体融资上显示出更大的灵活性,允许资本在业界自身内部以各种形式流动,允许媒介集团通过向银行借款或者发行股票和债券来吸收资本,但是,私有和海外资本仍被禁止介入广播电视频道(SARFT[2001] No.1452; SARFT[2001]No.1487)。2002年1月中旬,中宣部、国家广播电影电视总局和国家新闻出版总署联合举行工作会议继续支持这些政策,要求于2002年上半年回购、转变或者撤销出现在广电业的私有资金和海外的投资(United Daily News in Feng, 2003)。

2002年11月8日中共十六大的召开带来了转机,出台了针对文化产业要顺应市场的政策。不久以后,在2003年1月召开的国家广播电影电视工作会议上,系统内部文化机构的改革被提到日程上来。2003年下半年,党中央发布的《关于文化体制改革试点工作意见》将文化体系分为两个部分——为“公共利益”服务的文化机构,及追求商业利益的文化产业。同时鼓励经营部门从广播电视台剥离,组建公司,参与市场竞争,同时保证非经营部门事业机构的本质和运行(Xu, 2003)。

与其他国家相似,中国电视业的重组最终走向了电视频道所有权的放松管制。国家广播电影电视总局于2004年2月10日颁布的《关于促进广播电影电视

业发展的意见》是中国政府迈向自由开放电视市场的最大一步。首先，该政策向私有、集体和海外资本打开了电视制作市场之门。在保证国内控股的前提下，国有制作公司能够与海外合作伙伴建立合资公司制作电视节目。其次，它强调市场机制在分配资源上的作用，提升广播电视机构的公众导向，同时将公众等同于消费者。正如《意见》中所提出的，“一切都必须考虑公众，即消费者是否接受并满意”(SARFT 2004, emphasis added)。

再者，它细化了媒介机构内部的剥离，允许非播出部门和除新闻宣传部门之外的所有其它制作单位从现行机构中分离，按“现代企业”管理模式运行，并完全自负盈亏。有资格的外国公司将可以在这些企业中占有少数股份，这些企业将来可以在国内或者海外股票市场上市(ibid.)。

最为重要的是，中国政府第一次将广播电视频道的所有权由国有模式转变为国有资本控制模式，并宣布在保证国家对频道频率所有权的前提下，大多数电视/广播频道包括体育、电影、综合娱乐、音乐、生活、财经、科教频道都能够转变为由电台、电视台控股的股份公司，负责频道的日常运行，吸纳国内私人企业和集体企业的资本，并可以在国内或向海外出售股份(SARFT 2004; Zhu, 2004)。尽管如此，政府保留了国家对于新闻宣传类频道的所有权，继续控制广播电视信号传输设施，同时继续对所有类型的节目实施检查监督。

国家广播电影电视总局的一位高级官员在接受华尔街日报的采访时声称，放松管制正是“按照[国家]所有权与经营权分离的原则”(Zhu, 2004)贯彻执行的。然而，如果按照他的逻辑——广播电视的所有权即指电子频率的所有权，那么世界上大多数广播电视机构都是国有的。据他所言，没有将新闻宣传类频道的所有权放松管制是为了继续“实行公益服务”，为了“将党和政府的声音传达给千家万户”，为了“将中国的声音传向全世界”。

解构重组

通过对我于2002-2003年间收集的个人访谈资料[iv]、政府政策文件以及学术文献的整理分析，发现进行当中的电视业重组是基于以下五方面的原因：

首先，重组与中国的社会经济转型这一宽广的背景密切相联。到2001年，由计划经济向混合所有制的“社会主义市场经济”的转型使得包括私人 and 集体非公有制经济在全国国民生产总值的增长中占据了43个百分点(Lian, 2002)。中央电视台的一位官员质疑：“中国仍然是社会主义国家吗？”[v]而伴随经济转型出现的是在社会及媒介文化领域中消费主义的膨胀。就当今电视业和广播电视政策制定者而言，满足人民群众的需求等同于“满足消费者的需求以及为消费者提供优质的产品和服务”(SARFT, 2004)。

其次，包括私人投资商、地方的媒介精英和跨国媒介公司在内的不同的利益集团为了增加其自身财富，达到规模经济效应及扩张市场也在其中推波助澜[vi]。对经济利益的追逐，这股推动90年代商业化和新世纪媒介资源集中化的源动力，正在成为塑造中国电视体制架构的最稳定的影响力。如果20世纪90年代，市场力量是由官僚威权的中国政府通过党国所有制体系加以消化吸收，而在这一体系中政府“有足够的灵活性保持在政治控制之下强劲的商业发展”(Ma, 2000, 28)。那么在新世纪的初始，随着市场放开和频道放松管制，市场力量正在得以加强、突出，最终可能会彻底揭开其冷酷的面纱。

再者，将非政治性部分剥离是为了提高机构运行的自主性而进行的电视

台自身的机制转型。因为中国所有地方电视台都归属政府的行政管理体制之下,电视台对员工的流动少有发言权,对于员工工资的釐定缺乏灵活性。事业单位“现代企业”式的管理使电视台能够采用有效的人力资源制度和薪金制度聘用人员,并对工作出色的员工加以奖励。

另外,广播电视业的重组直接关系到转型社会中政党的政治需求。1983年以来电视系统结构上的复杂化已经削弱了中央对于地方电视台——尤其是自治区和县一级电视台的控制(Huang and Green, 2000)。控制权的整合集中化与集团化将广播电视业重塑为金字塔型结构,有助于巩固中央对广电业的控制。由于各个集团监管着其旗下的各地方电台电视台和报纸的日常运行,中央政府只需密切关注各个集团的运行即可。

另一方面,由于中央政府的合法性和地位的稳固程度在很大程度上建立于政府所提供地方的资源以及从地方所获得的支持之上,因此互惠互利是必需的选择(Tang, Li and Kwok, 2000)。与国有企业改革过程中出现的趋势相类似,地方媒体精英的经济野心迫使中央政府不能再忽视对于建立“现代企业制度”的呼声。受2002年11月召开的十六大前后市场开放大气候的影响,国家广播电视总局在海外资本介入广播电视节目内容制作方面有所松动,并允许国内非国有资本介入电视频道。不过,对于中共和中央政府而言,与经济利益相比,政治和社会的稳定才是政策制定中的首要原则:“稳定压倒一切”(Zhu, 2003, 37)。正如国家广播电影电视总局办公厅主任朱虹在访谈中所言,媒体改革直接关系到国家安全和社会的稳定,因而中共和政府在媒体政策上将坚持“四个不变”的原则:“媒体作为党和人民的喉舌的性质不能变,党管媒体不能变,党管干部不能变,[媒体]正确的舆论导向不能变”(Zhu, 2004; Xu, 2003, 7)。即便是广播电视频道实现由事业转向企业,其运行所有权实现放松管制,中共仍然能够通过新闻检查制度过滤新闻内容。除此之外,经营实体高层管理者的任命仍然掌控在中共手中。中国国际电视总公司(CITVC)的一位管理层人士在一次访谈中强调:“虽然私人资本目前可以进入[频道运作],但大门仍把持在政府手中。[媒介机构的]高层管理人员由政府任命,监审力度由政府控制。...所有节目在播出前后都必须经过审查。...赚钱是第二位的,如果节目没有满足[政府的]要求,这名CEO毫无疑问将被解职,而审查该节目的官员也会离职。结果造成制作人员会主动进行自我审查,而且他们[比政府]更加小心谨慎”。^[vii]

人们预计中国政府将继续收紧其对新闻宣传类节目的控制。新成立的中央电视台新闻频道的一位高级记者谈到:“[所有变化的]前提条件在于政府的[政治]利益和地位不能改变。尽管[运行]形式和[节目]模式改变了,但是要求和原则并没有改变。因此,这里并没有什么特别的东西”。^[viii]

20世纪90年代,中国电视业争端的核心表现在党的意识形态需要与媒体的市场需求之间的矛盾。而未来中国电视业的发展将依赖于意识形态、市场和各个利益集团经济力量之间的相互影响和相互作用。其间,政党将“积极运用经济的、法规的和行政的手段加强宏观管理”(SARFT, 2004),如通过控制广告市场以影响媒体的收入。^[ix]中国似乎正从军事管制时期台湾电视业曾经实行的“国家合作主义”(state corporatism)模式中吸取经验和教训,通过在政府主导、寡头垄断的媒介市场实行“以周期性的运用压制与吸收相结合的手法为标志的结合(*incorporation*)政策”(Lee, 2000, 125, *Italic original*),控制其主要“喉舌”和政

治敏感内容,并在非政治领域允许“有限的多元化”;同时保证私有的或集体所有的媒体在政治或是在经济上从属于党和政府。在威权主义制度下,正如一位自由派的传媒学者所承认的,“商人们将不会愿意为了经济利益而置政治风险于不顾”。[x]

从国际传播的角度来看,媒体全球化的影响以及政府希望积极参与全球化并从中获利的企图加速了市场自由开放政策的实施。认为中国电视业的市场自由化是“自发的”,是基于以下原因。众所周知,自关贸总协定谈判最初,即1993年的乌拉圭回合谈判,由于世贸组织成员国尤其是法国政府出于对保护本国文化认同的考虑而提出反对,视听业[xi]就被排除在自由贸易条款之外。2000年1月召开的西雅图部长级会议也因为吸引了上万名反对跨国公司所领导的全球化和自由化的示威者而引人注目。2003年9月的坎昆(Cancun)部长级会议因为发展中国家对发达国家所提出的要求感到不满而再次不欢而散(Financial Times, 16, Dec, 2003)。虽然针对视听业的最优惠国待遇(MFN)的豁免将于2005年到期,但直至2001年底,“在关贸总协定谈判中,很少涉及或预定会涉及能够转变广泛传播环境的进展”,“ .并且由于各种政治、策略和组织上的原因,谈判目前正在以其缓慢的速度、小心翼翼地进行着”(Freedman, 2002, 10)。在143个世界贸易组织成员国中,只有两个国家----美国和中非共和国----已经在视听业所有从属条款上做出承诺,有7个成员国在“广播电视服务”条款上做出承诺,但没有一个欧盟国家做出任何承诺。其中主要原因在于,相对于采取防御性政策(如保护主义)所获得的利益,只有少数国家能通过进攻性的(如自由主义的)政策,拥有更多的利益。基于美国在国际视听市场的统治地位,从经济角度来说,人们预测自由化的唯一赢家非她莫属。因此,大多数世界贸易组织成员国都宁可采取“防御性”的策略,而且并不准备商讨这一议题。鉴于目前中国服务业出口利益报(见下表),在短期或者中期以内,关贸总协定谈判将不会成为导致中国视听市场自由化的巨大压力的来源。

表一:中国服务业出口额与在世界总量中所占的比重 (1985-2001)

单位:美元 百万

| 年份 | 服务业出口额 | 占世界总量 (%) |
|------|--------|-----------|
| 1985 | 2925 | 0.77 |
| 1990 | 5748 | 0.73 |
| 1995 | 18430 | 1.55 |
| 1998 | 23879 | 1.79 |
| 1999 | 26165 | 1.9 |
| 2000 | 30146 | 2.06 |
| 2001 | 32903 | 2.26 |

数据来源:全球贸易统计数据, WTO, 2001, 2002. 数字来源于中国 (2002)

有趣的是,一名在传统民主国家接受教育的访谈对象宣称“[政府的改革政策]目标在于‘走出去’,扩大中国在世界范围的影响,改革的动力则是要使国家变

得更加现代化,更加强大,提高国家在世界舞台上的地位”。对此我感到惊讶,因为这番话听起来如同政府的爱国主义宣传口号一般。但是作为一名在海外学习的中国人,我理解这样的想法的来源。正如张勇进(音译)在其关于中国经济转型的研究中所指出的,假如中国经济和中国政府融入全球新自由主义意识形态,资本主义以及世界秩序是“积极主动的”,那么人们理应意识到,在某种程度上中国与世界经济的“融合”与“顺应”同样也是“外部力量迫使的”(2003)。借用罗伯特·考克斯(Robert Cox)的话:

世界霸权的意识形态与政治力量限制了目前世界秩序所能容忍的政府形式。奖励与惩罚相结合的形式——对顺应“既存意识形态与政治架构”的国家给予援助同时让不顺应的国家政治动荡不安——强化了这种顺从性。

(1987, 266)

一位接受访谈的国家广播电影电视总局官员抱怨现存的国际传播架构极其不公正。他说东欧集团解体之后,西方一方面在意识形态上压制中国,另一方面又指责中国不够开放。因此,中国不得不采取防御性政策,推行一种渐进式的改革以保证社会的稳定和国家安全。[xii]

20世纪90年代初,上百个海外卫星电视频道的讯号溢入(Spillover)中国,其中大多数是非加密频道,只要拥有适当的设备任何人都可以很容易地接收到这些节目(Cao et al., 1997)。另外,从海外进口的电视剧数量激增。这些都引起了政府当局对于国家传播主权和民族文化特别是社会稳定的极大关注。非法设立的电视台在许多地方出现,试图通过播放盗版节目和转播海外卫星频道而在广告市场中分得一杯羹(Cao et al, 1997, Huang in Huang & Green, 2000; Zhao, 1998)。因此,中央政府开始考虑收紧对各市(县)电视台的控制权。这正是1996年促使政府实施整合集中化政策的最重要的动因之一。

前广播电影电视部社会管理局局长李克汉在1995年的一次讲话中称,政府把提高国内广播电视节目看作是解决上述问题最根本的途径,同时也寻求扩大中国广播电视机构在世界上的影响。另外,政府也意识到卫星技术在二十一世纪的重要性,并将通过积极发展卫星广播电视来推广中国的传统文化(Li in Yan, 1998)。1996年,中央电视台台长杨伟光谈到:

“海外节目大量涌入某一地区将影响当地受众的价值观,并会促使当地文化殖民化”。“尽管目前我们[中国]宣布不会对外开放自己的广播电视领空,但是如果我们自己的节目数量极少,而且节目质量不高的话,观众们很难不去选择观看海外的节目……为了抵抗海外电视的冲击,我们必须实现节目多样化。国内的电视节目应该成为满足国内观众需求的首选目标”。(1996, 4)

在这样的历史背景下,人们不难想象中国政府为什么会如此迫切地利用私有和国家资本以及“引入”海外资金,先进的技术设备和专业人才,构建自己的世界级的现代媒体与对手相抗衡,同时继续将新闻宣传类节目与放松管制远远拉开。

人们基于“信息的自由流动”和民主的观念或许会对此提出异议。但是,“自由”的信息流动真的存在吗?这一议题真的就如同集权/威权主义对抗民主媒体制度的冷战意识形态那般简单吗?对此我持怀疑态度。首先,即便西方媒体有着相对高层次的独立性和新闻专业性,但国际传播框架,尤其是国际新闻的覆盖和报道存在着明显的失衡现象。事实上,以美国和英国为基地的媒体机构制

和发布着全球绝大部分的新闻和时事节目,同时设定着国际新闻议程。例如,美国有线新闻网国际频道(CNN International)和英国广播公司世界频道(BBC World)是世界范围内的记者和新闻机构获取重大新闻报道的最经常来源。二者对于国际新闻事件的报道左右着全球成千上万的受众对世界的看法。其次,国内市场的放开、国际视听产品流动的持续失衡以及跨国媒体公司势力的增强,已经再次引起中国以及其他亚洲和欧洲国家对于西方媒体(主要指美国)对本国文化和社会带来的灾难性影响的关注(Banerjee, 2002; Chadha and Anandam, 2000)。

中国电视“现代化”的后果

探讨中国电视发展的核心在于解答对中国电视而言究竟“现代化”真正意味着什么这一问题。

对政府官员以及媒介研究学者和机构来说,现代性只不过仅仅意味着最为成功的商业模式,诸如美国在线-时代华纳、迪斯尼和新闻集团等世界级跨媒体集团。追赶先进最有效的方式就是照搬、模仿或者移植他们的模式,包括其技术、管理,尤其是其商业运作行为如频道专业化、所有权的集中化和市场垄断化。尽管对于其中某些模式是否符合中国国情现在下结论还为时尚早,但是很明显的,一些模式是以牺牲国家以及视听业和公众的长远利益的情况下被广泛采用。以频道专业化为例,尽管在整合集中化的政策下国内电视台数量已经从1996年的880家缩减到2001年的357家,但是以频道专业化为名,电视频道的数量五年间却迅速从983个增加到2194个(China Broadcasting and Film Year Book 1997; Huang and Wang, 2003)。平均来说,每家电视台有6个免费频道,播出950万小时的节目。相对于两百万小时的国内整体制作容量来说,这意味着重复的机率非常之高。根据2003年中国电视报告所提供的数据,190家电视台播出的大约40-50%的节目属于重播节目(Huang and Wang, 2003)。其中许多频道都毫无效益可言。2003年,中央电视台拥有13个频道,但其80-90%的广告收入都来自于中央一频道,而这一广告收入占据了中央电视台整体收入的90%以上及中国电视业全年广告收入的大约三分之一。[xiii] 由此不难想象其他12个频道的经营状况。2004年,中央电视台新增了两个频道。公开的理由是为满足细分的受众市场,而背后真正的动机则出自其及早占领不同受众市场的野心,这样使其在与省台卫星频道的竞争中占据有利地位。此外,中央电视台也想借此机会培养市场,为将来由免费电视向付费电视转移打下基础。一家国家电视台会如此浪费国家和人民的资源以满足自身的经济利益,着实让人难以置信。

在中国电视界,衡量现代性的标准仅仅取决于媒体或产业通过反竞争手段获利的程度多少。因此,现代主义已经被商业主义所取代,如中国政府和中央电视台广告部所提倡的满足消费者[观众]需求,“把消费者[广告商]的需求放在第一位”(SARFT, 2004; Guo, 2003)。为了提高频道的收视率,以牺牲多元化和节目创新为代价,节目同质化已经成一种现象,这在省级卫星电视频道和小众频道中尤为突出。在生存压力下,大多数省级卫星电视频道都依赖于播放电视剧和娱乐节目提高其收视率和增加广告收入(Zuo and Wang, 2003; Lu, 2003)。[xiv] 在中国,不难看到这样一种现象:一位住在像北京这样大都市的观众,饭后打开电视机,手拿遥控器,在无数的电视频道中搜索,寻找不同的电视节目。然后他/她会发现可供选择的余地很小,他/她所能做的是要么在湖南卫星频道观看电视连续

剧A片的第4集, 要么在安徽卫星频道看该剧的第10集。或许我有些夸大其辞, 但是节目同质化的确是目前中国电视业所面临的一个严重的问题。

现在再以中央电视台西部频道为例进一步探讨经济利益导向的现代化所可能带来的后果。为响应中央政府“西部大开发”的号召, 并“让世界了解中国西部, 让中国西部走向世界”, 中央电视台于2002年5月12日成立了西部频道。最初的设想是让该频道着重于为欠发达的西部地区提供新闻和信息节目(Zhao, 2002), 但成立不久, 中央电视台就将该频道剥离, 转交由其全资拥有的中国国际电视总公司按商业模式进行管理。[xv] 中央电视台在第一年向中国国际电视总公司注入了7000万人民币作为西部频道的启动资金, 第二年将注入资金减少到3000万人民币。而在第三年, 中央电视台打算不再做财政投入, 中国国际电视总公司将逐步全权掌管该频道的运作, 自负盈亏。[xvi] 西部频道的一位高级编辑告诉笔者, 对于一个日播出17小时节目的新频道来说, 每年7000万的预算是远远不够的。为了在商业竞争环境下生存, 西部频道的大多数节目都是免费从中央电视台其他频道节目库中获得, 其中80%的节目与西部无关。为了节省开支, 自频道开播以来最初的400名员工中已经有将近一半流失。2002年7月进行的一项研究表明, 49%的西部频道节目是娱乐节目, 新闻和信息类节目仅占37%。而在这37%的节目中, 重播率是非常高的(Zhou, 2002)。对于中国国际电视总公司而言, 拥有西部频道意味着它实际上将成为以中央电视台为母公司的又一家商业电视运营商。将来如果需要的话, 公司可以将中央电视台拥有的股份出售给其他合作伙伴或者让公司上市, 因为政策已允许这样做。在制作方面, 中国国际电视总公司可以决定制作策略和节目内容, 中央电视台仅在一些基本原则如不允许播放暴力和色情节目方面进行监督。对于中国国际电视总公司来说, 其主要重心与其说是扮演为“西部大开发”作贡献的角色, 不如说是按照市场法则对西部频道进行运作并争取盈利。[xvii]

在本研究进行过程中, 许多受访者都不断强调电视的政治和经济作用。然而, 我疑惑的是, 那么中国电子媒体所应承担的其他社会和文化的责任又在哪里呢?

首先, 20世纪80年代末中国电视业引入市场机制和广告制度, 造成地方电视台运行自主性以及由政府讨价还价能力的提升。在市场的洗礼中, 电视媒体的作用发生了改变, 并被政府重新定义为不仅仅是党的“喉舌”, 而且是为人民提供信息和娱乐的渠道。某种程度上, 与政治无关的节目内容掌控在握有实权的管理精英手中(Ma, 2000; Yin, 2000)。同时, 政治权力对媒体的渗透无论是在威权的中国还是在民主的英美体系中都一直存在。西方媒体除了在制度上是独立的, 另一明显不同之处在于, 在中国, 政治上的控制是直接而明晰的, 而在后者其政治力量的介入却是隐蔽的并通过运用经济力量来达到其目的。

其次, 电子媒体在承担娱乐大众、使消费者满意并“加强”党和国家的政治团结的责任之外, 更承担着重要的社会和文化功能。在目前严格的新闻检查制度下, 中国记者很难做到公正地报道新闻, 为国家的民主化进程贡献其力量。但是, 中国媒体宣称是要为社会主义服务, 为人民服务, 促进“社会主义精神文明”建设。因此媒体有责任向大众提供高质量的节目内容, 通过提倡创新和创造为丰富和发展社会的文化资源出力, 满足不同层次人群的多样化需求, 鼓励对社会问题的深入分析和讨论。

但是,自90年代末以来,电子媒体一方面以抵制威权政府的政治控制为名合理化其追求经济利益的行为。另一方面,片面解读入世的意义并夸大海外跨国媒体公司对国内电视业的影响,首先通过所有权的集中和集团化加快其资本积累的速度,再而要求放松管制和私有化。因此,国内的媒介市场表面上已开放,但实际上,将来少数几家媒体集团将借助其经济实力而非行政地位支配市场。用赵月枝的话说:这里只有赤裸裸的资本逻辑的最赤裸裸的表现。就这些中国媒体的领导者而言,历史和意识形态在媒体政策领域业已终结。人们所需要做的只是效仿“海外电视”的发展模式,高喊“与世界接轨”的政治口号,促使中国步上跨国资本主义的轨道。(2003, 64)

抛开社会责任,中国电视业的现代化已经转变为经济效益导向,节目制作非政治化以及市场的垄断与集中。随着放松管制的深入,如果没有规范的管理,电视业有可能出现国有企业改革过程中曾出现过的国有财产的“自发的私有化”。同时,各种社会的、经济的和政治的压力使得政府当局在广播电视政策的制定过程中转而倾向于市场力量,但同时保留对新闻和时事节目内容的严格控制。尽管至80年代末期以来,国家政策制定中经济目标取代社会和政治目标的倾向在世界上并非独一无二,正如其他国家都出现过类似现象(Cuilenburg and McQuail, 1998),但是中国电视业存在的问题在于政府和电子媒体都已丧失了责任感。换言之,在经济改革进行20年之后,国内没有一个单独为提供公众利益而服务的政府机构存在。相反,各种各样的组织和政府部门无视所担负的职能,利用或滥用权力追逐自身的利益。“中国这一状况的实质就是公信力的危机... (Li, 2002, 9)。由于没有独立的半官方机构对媒体实施监督和规范,因此不少学者专家呼吁进行进一步的改革,尤其是将政党和政府、政府和市场的角色和功能区分开来,以实现社会稳定和民主,促进经济的进一步发展(Li, 2002; Xian 2002, Bian, 2002)。

结 论

经济自由主义学派认为,中国电视业所出现的问题是不完全的市场自由化所造成的后果。他们相信中国广电业的核心斗争将在媒体的政治宣传功能与其经济和娱乐性质之间继续进行。而市场被看成是与政府控制相抗衡的力量。他们承认自由市场的负面影响,但却辩解说,首先中国电视业还未跨过商业化的门槛,其次市场力量有助于向更大范围的受众提供信息,并促进文化的多样性。基于政府的政策正向适应市场的方向转变,他们对于中国电视业的发展前景持乐观态度。[xviii]

继承批判传统的学者们则持相对悲观的态度。他们认为中国的媒体改革正在与社会主义理念背道而驰,电子媒体业的重组过程已呈现出倾向资本主义和政治经济利益相互合法化的趋势。借助这种合作,政府和资本将互惠互利以实现其利益最大化——党和政府对意识形态的继续掌控以及在政治保护下经济利益与政治权力结合以共同谋求更大的回报。他们预计,国内的政治和经济利益集团未来将与海外企业联合成为主导中国的力量(Hu, 2003; He, 2002, 29)。

[xix]

持同情态度的观察家们,基于发展过程的非线性而批判自由派的观点。他们认为,在中国已经出现了“后资本主义”和高度现代性的症状,表现在媒体业则是商业化的扩散。他们维护政府对于媒体管制必要的合法性,认为在党和政

府的控制之下,公众参与公共事物的讨论已有所增加。他们倾向于认为商业化并不会必然导致民主。有时候,遵循市场逻辑要比由政府规范更糟糕。他们对电子媒体社会责任的缺失感到不满,更倾向于在中国电视业采用类似公共广播服务(Public Broadcasting Service)模式或者社会市场模式(Social Market) (Feng, 2003)进行管理。[xx]

尽管各方对于中国电视业的发展前景的看法大相径庭,但却一致认为中国电视业正在进入体制转型阶段。所出现的问题是自由主义已经不仅在政府的传播政策制定过程中而且在学术和报道话语方面占据主导的作用。对市场力量的过分强调将最终毁灭实施类似公共广播服务模式的可能性。正如人们所观察到的,目前中国还没有出现足够的关于公共广播服务模式的公开讨论。[xxi] 所以应该立刻展开一场关于中国电视体制调整的严肃而公开的讨论。

注释:

[i] 中国同意将每年进口海外电影的数量增至 20 部并允许股权不超过 49% 的海外投资介入影院; 海外投资商被允许以合资的方式发行视听产品如录像带, VCD, DVD 等, 而且可以开办广告公司。在电信领域, 海外公司能够投资增值服务项目如与互联网服务提供商(Internet Content Provider)及互联网内容提供商相关的商业项目。

[ii] 该报告被公认为勾画了中国21世纪政治经济和社会发展蓝图。

[iii] 1998年改名为国家广播电影电视总局(SARFT)。

[iv] 2003年8月至11月我在在北京、上海、广州和香港对大约40位中国政府官员, 电视业和学术界人士进行了访谈。

[v] 2003年9月在中央电视台进行的一次个人访谈。

[vi] 来自于我的访谈数据。由于胡(2003)和赵(2003)已经对这一议题进行了精彩的分析, 我就不再作详细叙述了。

[vii] 2003年9月18日我与一位国际电视总公司(CITVC)管理层人士的访谈。

[viii] 2003年9月20日在北京进行的个人访谈。

[ix] 2003年9月9日在中央电视台进行的个人访谈。

[x] 2003年9月8日在北京与一位媒体研究专家的访谈。

[xi] 世界贸易组织将视听服务定义为传播服务的从属部分(其他还包括邮政、快递及电信服务), 并进一步将视听服务分为六个分支: 电影与影带制作及发行服务; 电影放映服务; 广播电视服务; 广播电视传输服务; 录音; 其他视听服务(Freedman, 2002)。

[xii] 2003年9月18日在北京与一名国家广播电影电视总局官员的访谈。

[xiii] 与中央电视台广告部一位有关人士的访谈。

[xiv] 2003年10月22日在上海与一位频道总监的访谈。

[xv] 西部频道的运行部在成立之初便已经从中央电视台剥离出来, 其编辑部在2003年也进一步剥离出来了。

[xvi] 根据2003年9月9日与西部频道一位高级编辑以及2003年9月18日与中国国际广播电视总公司的一

位管理层人员的访谈。

[xvii] 同上。

[xviii] 2003年8月23日和9月8日在中国人民大学与两位媒体学者的访谈。

[xix] 2003年9月17日在北京与一位学者的访谈。

[xx] 2003年9月28日在北京及2003年12月在香港分别与两位媒体学者的访谈。

[xxi] 2003年8月至12月间在北京, 上海, 广州, 香港和澳门与媒体学者们的访谈。

[关闭本页](#)

本网版权与免责声明：

①凡本网注明“本文章（新闻）来自：SJC”的作品，版权均属于本网，如需转载、摘编或利用其它方式使用上述作品，请在使用时注明“来源：武汉大学新闻与传播学院（<http://journal.whu.edu.cn>）”。

②凡本网注明“本文章（新闻）来自：XXX（非本网）”的作品，均转载自其它媒体，转载目的在于传递更多信息，并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。