



深度

評論

年度回顧——2018年的全球傳媒業：悲情之下，待解的難題

從根本上來說，傳媒業只有解決了自身的難題，才能更好地抵抗外界的惡劣環境。

方可成 | 2019-01-03



2018年年末，《時代》週刊將其具有標誌性意義的「年度人物」頒給了自己的同行：來自全球各地的四位記者和一家新聞機構。他們被統稱為「守護者」。圖為卡舒吉懷疑在沙特阿拉伯駐土耳其領事館內被殺後，大批傳媒在領事館外採訪。攝：Chris McGrath/Getty Images

2018年年末，《時代》週刊將其具有標誌性意義的「年度人物」頒給了自己的同行：來自全球各地的四位記者和一家新聞機構。他們被統稱為「守護者」（the Guardians），其中最著名的是在沙特駐土耳其大使館內被殘忍殺害的卡舒吉（Jamal Khashoggi）。

這的確是這個時代全球傳媒業的一個縮影：在全球右轉、民粹主義和威權主義上升、社交媒體為虛假信息的傳播推波助瀾的背景下，真相蒙塵；而歷來以揭露和傳播真相為己任的新聞業，則面臨着越來越多不友好的勢力和人物，針對媒體機構和記者個體的暴力、壓迫、污名化達到高點。

但這又是一個過於臉譜化的縮影，它營造的似乎是一種「一致對外」、強調外部威脅的悲情氛圍：媒體守護真相，卻被「惡勢力」打壓。你可以將《時代》週刊的年度人物評選理解為一次為同行的打氣，一次對行業價值的重申。這樣的打氣和重申當然非常重要，但是並不足以展現當下傳媒業的全貌，也沒有觸及另一些根本的問題——傳媒業自身待解的難題。

從根本上來說，只有解決了自身的難題，才能更好地抵抗外界的惡劣環境。以下是筆者根據這一年來全球傳媒業的主要動向，梳理出的主要問題以及可能的機會。

沒錢：仍在探索中的商業模式

總的來說，2018年，全球媒體在「活下去」這個基礎的問題上，有所探索，有所失落，還是沒有找到確定的答案。

《時代》週刊在自己的年度人物特刊中沒有提到的一點是：這份為同行鼓勁的雜誌，其實也面臨着「自身難保」的危險。這種危險，並不來自那個宣稱以媒體為敵的總統，也不來自某位王儲或其他任何不懷好意的外部勢力，而是來自一個簡單的事實：沒錢。

以《時代》週刊為核心發展起來的時代公司（Time Inc.），曾是紙媒時代的巨頭，擁有《時代》《財富》《人物》《體育畫報》等超過一百個雜誌品牌，多份雜誌年收入過億美元。但是，如同絕大多數紙媒一樣，最近十年以來，時代公司在互聯網的衝擊之下，營收連年下跌，負債達到10億美元。

去年年底，不再賺錢的時代公司以28億美元的低價賣身，被梅雷迪思（Meredith）公司收購。梅雷迪思公司也是一家傳統媒體集團，旗下也有不少雜誌品牌（但主要是女性、生活類，而非新聞類）。它的生存狀況比時代公司要好，這主要是因為：梅雷迪思公司旗下的相當一部分資產是地方電視台。在美國，地方電視台受數字媒體的衝擊較小，依然可以獲得較多的利潤。

彭博社的專欄作家Joe Nocera悲觀地預測：《時代》雜誌可能已經時日無多。梅雷迪思公司曾經表示過對《時代》《財富》等新聞性較強的雜誌不感興趣，可能會將它們轉手賣掉，甚至停刊。這就給《時代》雜誌的未來蒙上了一層陰影。這份今年已經96歲的、世界上最具知名度的雜誌，也要敗給時代了嗎？

《時代》雜誌面臨的難題，是全球媒體的普遍困境。為了緩解囊中羞澀的窘境，今年，《連線》《大西洋月刊》和彭博社等知名媒體紛紛推出付費訂戶，連新媒體陣營的代表BuzzFeed都發布了付費會員計劃。而在華語世界中，大陸《南方

週末》於今年8月推出付費會員制；台灣《天下雜誌》則在年底發布了《數位轉型報告》，總結了轉型付費一年半以來的經驗。可以說，始於一兩年前的全球媒體付費訂戶潮，在今年達到了頂點，成為了業界公認的趨勢。今年4月，報導數字媒體的專業網站digiday將這種趨勢稱為「轉向付費」（pivot to paid）。

這也是一種很自然的轉向：商業媒體的收入主要來自廣告和讀者。現在，廣告大頭被Google、Facebook、微信、微博、今日頭條等科技巨頭吸走，媒體只能更加依靠讀者。而深受假新聞和垃圾信息困擾的讀者，也越來越有意願為優質信息付費，乃至將支持新聞業視為自身的公民責任。



為了緩解囊中羞澀的窘境，今年，多家知名媒體紛紛推出付費訂戶。可惜的是，這個看上去一拍即合的解決方案，並不完美。一方面，高高建起的付費牆對於媒體的公共性是一種傷害。圖為紐時網站，顯示免費閱讀限額已到，必須訂閱才能繼續閱讀。攝：Stanley Leung/端傳媒

可惜的是，這個看上去一拍即合的解決方案，並不完美。一方面，高高建起的付費牆對於媒體的公共性是一種傷害；另一方面，這種模式的可持續性值得懷疑，當越來越多媒體加入付費陣營，再慷慨的讀者也不會一一解囊相助。正如紐約州立大學助理教授Brian Moritz所言：你不能期待讀者既訂地方報紙，又訂《紐約時報》和《華盛頓郵報》，又訂Netflix，又每個月固定贊助自己喜歡的播客……

當讀者必須有所選擇的時候，「二八效應」會非常明顯：80%的收入都流向了20%的頂級媒體，它們可能因此活得不錯（《紐約時報》在過去兩年中的僱員數量從1300人增加到了1500人），但80%的非頂級媒體則會依然生存艱難。

2018年，大量傳統媒體還沒有找到出路，一批曾經炙手可熱的新媒體網站也陷入了困難。

2018年，大量傳統媒體還沒有找到出路，一批曾經炙手可熱的新媒體網站也陷入了困難。BuzzFeed、Vice等明星新媒體發現：聲勢再大，流量再多，廣告收入還是嘩嘩流入Google和Facebook等平台的腰包。這也是前者開啓付費會員計劃的原因。

更悽慘的是另一家曾經的新媒體未來之星——Mic。這家成立於2011年的美國新媒體一度光芒耀眼，估值數億美元。然而，今年11月底，幾乎所有員工全部被裁，公司以約500萬美元的白菜價出售。

寒冬之中，BuzzFeed創始人Jonah Peretti近期表示：未來可能尋求和美國「五到六家頭部的數字媒體合併」，Vice和Vox都可能成為潛在的合作對象。如果頭部的新媒體都需要抱團取暖，那麼中部和底部有多冷，大致可以想像。

新技術帶來的解法也沒有令人眼前一亮的表現。今年10月，以區塊鏈技術驅動的新媒體Civil公開募資失敗。Civil是最具野心的一家區塊鏈媒體公司，它計劃支持新一代的、無需依賴廣告的媒體創業公司。在今年9月開啓的募資中，Civil計劃籌得2400萬美元，最低目標是800萬美元。然而，一個月的募集期結束時，Civil僅僅籌到了大約140萬美元，其中還有100萬是來自Civil的直接投資方。失敗後，Civil宣稱幾周後便會再次開啓募資，但至今仍沒有音信。由於已經開始和一些地方媒體合作，Civil的募資失敗還引發了部分記者的討薪。

當然，是實驗就會有失敗，重要的是不因失敗而停止嘗試。今年傳來的一則好消息是：來自荷蘭的新型媒體The Correspondent在美國衆籌成功。這家媒體2013年在荷蘭通過衆籌成立，全部依賴會員支持，但並不設付費牆（也就是說，不交錢也能讀），也沒有廣告，內容優質，不追逐熱點，不搞標題黨，不煽動人們的情緒。它在荷蘭的成功既令人讚歎，又讓人提出疑問：是否只有發達的小國才能支持這樣的模式？2019年年中，英文版的The Correspondent將會正式發布，它已經開了一個好頭，接下來在美國的命運如何，很值得期待。

總的來說，2018年，全球媒體在「活下去」這個基礎的問題上，有所探索，有所失落，還是沒有找到確定的答案。

「封得好」：民衆對媒體管制的支持

我想重點談談硬幣的另一面：威脅言論自由的並不只是自上而下的政治力量。

2018年，全球新聞自由狀況普遍惡化。一個細節再好不過地折射了這種局面：今年8月，在記者無國界組織發布的全球新聞自由排行榜上，日本的排名前進了5名。但是《日本時報》提醒：這部分是因為其他國家的狀況變得更差了。

在當今世界的新聞自由排行榜上，一個國家好像是在順水行舟，不退則進。當那麼多國家都在變差的時候，「基本不變」竟成了一種進步。

對新聞自由的一大威脅力量是遍布全球的強人領袖：美國的特朗普、俄羅斯的普京、中國的習近平、土耳其的埃爾多安、沙特的穆罕默德·本·薩勒曼、捷克的澤曼、斯洛伐克的菲喬、匈牙利的歐班……他們是自由媒體的打壓者，不能容忍異見。記者無國界組織在發布今年的新聞自由排行榜時還提到，各國的媒體管制模式可能存在互相影響和學習。「習近平治下的中國，正在亞洲輸出它的新聞和信息嚴管模式，中國對批評和異見的打壓為其他位於排行榜底部的國家提供了支持，例如越南、土庫曼斯坦和阿塞拜疆。」而今年在香港發生的《金融時報》駐港記者馬凱被拒續簽工作簽證及被拒入境一事，亦引發了人們對言論自由狀況的擔憂。



今日世界的政治強人，大多走的是民粹主義路線。他們對自由媒體的打壓，固然是為了削弱監督和反對的力量，但也是煽動和迎合了民眾中的反媒體情緒。圖為一名參與特朗普集會的志願者嘗試擋住一名攝影記者的鏡頭。攝：Evan Vucci/AP

上面這幾段講述的故事也是《時代》週刊封面文章塑造的主要框架。但是在這裏，我想重點談談硬幣的另一面：威脅言論自由的並不只是自上而下的政治力量。

實際上，今日世界的政治強人，大多走的是民粹主義路線。他們拋出的觀點和政策，大多以迎合民衆意見為出發點。對自由媒體的打壓，固然是為了削弱監督和反對的力量，但也是煽動和迎合了民衆中的反媒體情緒。

蓋洛普和奈特基金會於今年9月聯合發布的調查報告顯示，美國民衆對新聞媒體的信任度連年走低。有69%的美國人說，他們對媒體的信任程度在過去10年間降低了，只有4%的人說他們的信任度提高了。而且，在那些信任降低的美國人中，有30%的人（也就是全體美國人中的21%）表示：他們的信任不可能再恢復了。

特朗普對媒體施以攻擊，將他自己不喜歡報導都污名化為「假新聞」，這當然在一定程度上助長了美國部分民衆的反媒體情緒。但這更可能是一個雙向的關係：因為社會上已經存在這樣的情緒，因此特朗普會採用這樣的策略，而這樣的策略又進一步加強了反媒體的情緒。

在中國，雖然具體的環境完全不同，但我們同樣能感受到反媒體的情緒。一方面，這種情緒是過去幾年來持續污名化的結果——和「公知」一樣，部分媒體成為污名化的主要對象。筆者曾經在《南方週末》擔任記者，至今仍然常常會在微博上發表言論後遭到「一看博主是前南方系記者，就明白了」這樣的攻擊——言下之意，南方系及其記者都是不值得信賴的，是已經「臭掉」了的。

但另一方面，民衆對部分媒體內容的反感並非沒有道理，這些民衆也不是「五毛黨」，他們反感的原因是部分媒體的表現確實不佳。例如，前段時間被關閉的9800多個微信公號中，有一些公號確實做了不地道的事情，包括傳播假新聞、洗稿等。今年5月，「二更食堂」在滴滴乘客遇害後使用露骨和惡俗的語言描述事件，擊穿了道德底線。這些公號做過的事情，在一定程度上增強了民衆對媒體管制的支持心理，為更嚴格的管制提供了理由。

儘管業內人分得清自媒體、營銷號和正規媒體的區別，可是普通民衆不容易分清，政府則可以故意不分清。所以，我的建議是：在當下的環境中，媒體行業內更應該形成一種氛圍，重申專業主義和職業操守。

一些人可能會認為，媒體行業這麼大，「二更食堂」做的事情，不應該由其他正規媒體背鍋。然而，儘管業內人分得清自媒體、營銷號和正規媒體的區別，可是普通民衆不容易分清，政府則可以故意不分清。所以，我的建議是：在當下的環境中，媒體行業內更應該形成一種氛圍，重申專業主義和職業操守，應該與各類營銷號劃清界限，不要去跟它們合作，更不要將它們請為座上賓，甚至包裝為新時代的代表。

當民衆因為反感二更食堂而喊出「封得好」的時候，其他連帶遭殃的媒體是沒有多少發聲機會的。媒體行業能做的，就是及早與這些低質、煽情內容的生產者割席而坐。

通過今年在美國發生的一個案例，同樣能夠觀察到媒體自身堅持原則、言行一致的重要性。

11月初的中期選舉之後的一場記者會上，特朗普因為不喜歡CNN記者的追問，要求撤銷其白宮記者證。CNN隨後起訴特朗普，奪回了記者證。這是美國新聞自由、司法獨立的體現。但是，正如Vox的一篇文章分析的：其實，特朗普和CNN

都很享受現在互相開戰的狀態。



11月初的中期選舉之後的一場記者會上，特朗普因為不喜歡CNN記者的追問，要求撤銷其白宮記者證。CNN隨後起訴特朗普，奪回了記者證。圖為二人在記者會上對峙。攝：Mandel Ngan/AFP/Getty Images

特朗普享受這種狀態，自然是因為他對媒體的攻擊引發了他的鐵桿選民的共鳴，同時依靠製造敵人，他也能鞏固自己的支持率，這是有威權傾向的領導人屢試不爽的法寶。而CNN享受這種狀態，則是因為他和特朗普之間的緊張關係能夠帶來收視率，而收視率就意味着廣告、意味着收入。特朗普團隊的Kellyanne Conway曾經發明「另類事實」的說法，是製造和傳播假新聞的代表人物，但她實際上依然是CNN的常客，被邀請在CNN的各種節目中表達常常極具爭議的觀點。

Vox的文章認為，如果你是真的想要傳遞真相、讓民衆獲得更好的信息，那麼你就不應該讓一個常常撒謊的人成為節目常客。CNN的收視率衝動，其實和今天很多媒體的流量衝動一樣，都是會獲得一時的紙面成績，但終究可能會失去人心的。

媒體將自己包裝成被打壓的正義鬥士是容易的，但是要做到言行一致、堅守專業主義的價值，則沒那麼容易。而一旦做得不好，就有被人借題發揮的可能。在這個管制升級、公衆不信任媒體的時代，媒體和媒體人都應該更有潔癖，否則，你會因為別人做的醜事而髒了衣服。

2018年，在自上而下的打壓管制和自下而上的反感情緒夾擊之中，傳媒行業跌跌撞撞，但混沌之中，一條清晰的專業界限可能會逐漸顯露，專業主義作為職業準則可能會被重新重視。

人的價值：在機器的時代越來越重要

「解決問題的新聞（solutions journalism）」這個概念越來越普及。它指的是：不僅報導問題，而且報導人們為了解決問題而作出的努力和成果。

2018年的傳媒行業，依然在嘗試人工智能，但受限於技術本身的發展水平，以及在媒體內部具體應用時產生的諸多問題，今年並沒有太多重要的進展。人們唯一能想得起來的人工智能新應用，大概是新華社推出的「AI合成主播」，不過其表情和語氣依然僵硬，與人們想像中人工智能的能力依然相距甚遠。

今年3月，人工智能在傳媒領域應用的先行者——美聯社發布了一本報告《[指南：如何讓新聞編輯室為人和機器做好準備](#)》，較為全面地介紹了人工智能技術的發展對新聞業帶來的改變和挑戰。這份指南最後的落腳點是人的重要性：人工智能是無法創造出「新聞感」的，它們只能放大編輯記者已有的新聞感。在美聯社，機器的作用是幫助記者更好、更高效地講故事。「隨着人工智能越來越重要，媒體裏的人所扮演的角色也就越來越重要。」



Sogou 搜狗

AI 合成主播



The development of the media industry calls for continuous innovation

中國國營媒體《新華社》與搜尋引擎《搜狗》合作開發的全球第一個「人工智能主播」。網上圖片

對科技的崇拜的確在退潮。牛津大學路透新聞研究所今年開啓了一項「[新聞創新研究項目（Journalism Innovation Project）](#)」，發布了一份研究報告，主標題就是：是時候遠離那些「炫酷的東西」了嗎？

「炫酷的東西」說法來自美國的新媒體記者Kim Bui。她說，媒體可能普遍患上了一種「炫酷科技綜合症（Shiny Things Syndrome）」，也即，喜歡追逐那些最新的、看起來閃閃發光的新技術，但卻忘記了另一些更根本的東西。

提出「炫酷科技綜合症」的人，並不是說不應該嘗試新技術，而是說：不應該將技術置於新聞創新的中心位置，不應該讓炫酷的東西喧賓奪主了。那麼，應該將什麼置於中心位置呢？這份研究報告給出的答案是：受眾，你所服務的人。

的確，比起機器的頓足不前，今年傳媒行業對人的價值的重視倒是成為了一個熱點。業界越來越形成這樣的共識：媒體要更深入地思考自己能給受眾帶來什麼？用接二連三的壞消息轟炸受眾的手機屏幕，真的好嗎？在全世界範圍內，都有越來越多的人因為看新聞而產生焦慮心理，因此患上「新聞疲勞症」，進而成為迴避閱讀新聞的人。

於是，「解決問題的新聞（solutions journalism）」這個概念越來越普及。它指的是：不僅報導問題，而且報導人們為了解決問題而作出的努力和成果。這些新聞告訴我們：瞧，有那麼多人在做着讓世界變得更好的事情，這個世界並沒有你想像的那麼喪，你也可以去做更多。

今年8月，谷歌在美國推出了一項新功能。在所有搭載了谷歌語音助手的設備上，你都可以對它說：「Hey Google, tell me something good」。然後，它就會向你播報一條符合「solutions journalism」定義的好消息。比如，底特律是一個因為製造業衰落而陷入凋敝的城市，有一則新聞說，當地的居民把廢棄的停車場變成養蜂場，創造了不少就業機會。類似的新聞還有：如何用電腦遊戲來讓更多人可以參與到城市規劃當中來；冰島用了怎樣的方法來減少青少年飲酒的問題；佐治亞州立大學如何基於對過往數據的分析，來幫助學生的學業，避免他們退學.....

谷歌官方解釋說：之所以要推出這項功能，並不僅僅是想要減輕人們的壓力和焦慮感，更是因為這類新聞對社會有積極影響，它們會激勵我們更積極地去面對各種問題和挑戰，能夠促進人們之間的對話——不僅是關於「哪裏有問題」的對話，更是關於「可以怎樣變得更好」的對話。

這並不是什麼高精尖的科技，但這種思維模式的轉變對傳媒行業的影響，可能並不亞於人工智能。

這類新聞將人從「生存模式」（survival mode）轉向「解決問題模式」（problem-solving mode）。在「生存模式」之下，我們時刻警惕着周圍的壞消息，在緊張焦慮之中疲於防守和抵抗；而在「解決問題模式」之下，我們相信世界會變得更好，我們也知道可以通過怎樣的路徑去解決問題，我們互相激勵，行動起來。

谷歌語音助手向大家播報的這些好消息，來自一個叫[Solutions Journalism Network](#)的組織的篩選。這個非營利組織的宗旨就是將提供社會問題解法的「solutions journalism」發揚光大。現在，這個組織正在變得越來越有影響力。前不久，BBC總裁託尼·霍爾宣布：BBC也將在2019年引進更多solutions journalism的報導，呼籲更多人能夠在關注問題的同時，更多地關注解法，關注人們的行動。

這並不是什麼高精尖的科技，但這種思維模式的轉變對傳媒行業的影響，可能並不亞於人工智能。

多元傳播主體：壓抑當中的機會

在今天的中國，具備承擔新聞業使命能力的已經不僅僅是那些持有國家牌照的機構媒體。

雖然2018年的傳媒業總體氛圍壓抑，但依然有令人眼前一亮的作品和項目。

從全球範圍來看，對#MeToo運動以及相關性別議題的持續報導都是今年最重要的報導主題之一。今年4月頒發的普立茲新聞獎中的最高獎——公共服務獎毫無懸念地授予了《紐約時報》和《紐約客》。去年10月，這兩家媒體揭發好萊塢大佬哈維·韋恩斯坦性侵醜聞的兩則重磅報導，正式拉開了全球反性侵#MeToo運動的帷幕。

今年10月，在#MeToo運動一週年之際，各家媒體均推出了總結和盤點。彭博社基於美國案例的數據梳理顯示：過去一年間在美國媒體上被公開指控性侵或性騷擾的人物達到429人。而這還是一個比較保守的估計，危機諮詢顧問Davia Temin的統計是超過800人。從時間上來看，今年的新案件報導一直沒有中斷過。

《衛報》在今年10月的一篇總結文章中說：「me too」這個簡單而有力的表達，促使社交媒體上形成的一種團結力量，幫助人們開始談論自己的經歷——這種經歷不僅是充滿痛苦的，而且被有意掩蓋或無視了很多年。一代又一代的女性被告知：不要談論這些事。現在，這個禁忌的話題終於被擺上了檯面，並且獲得了全球性的參與。

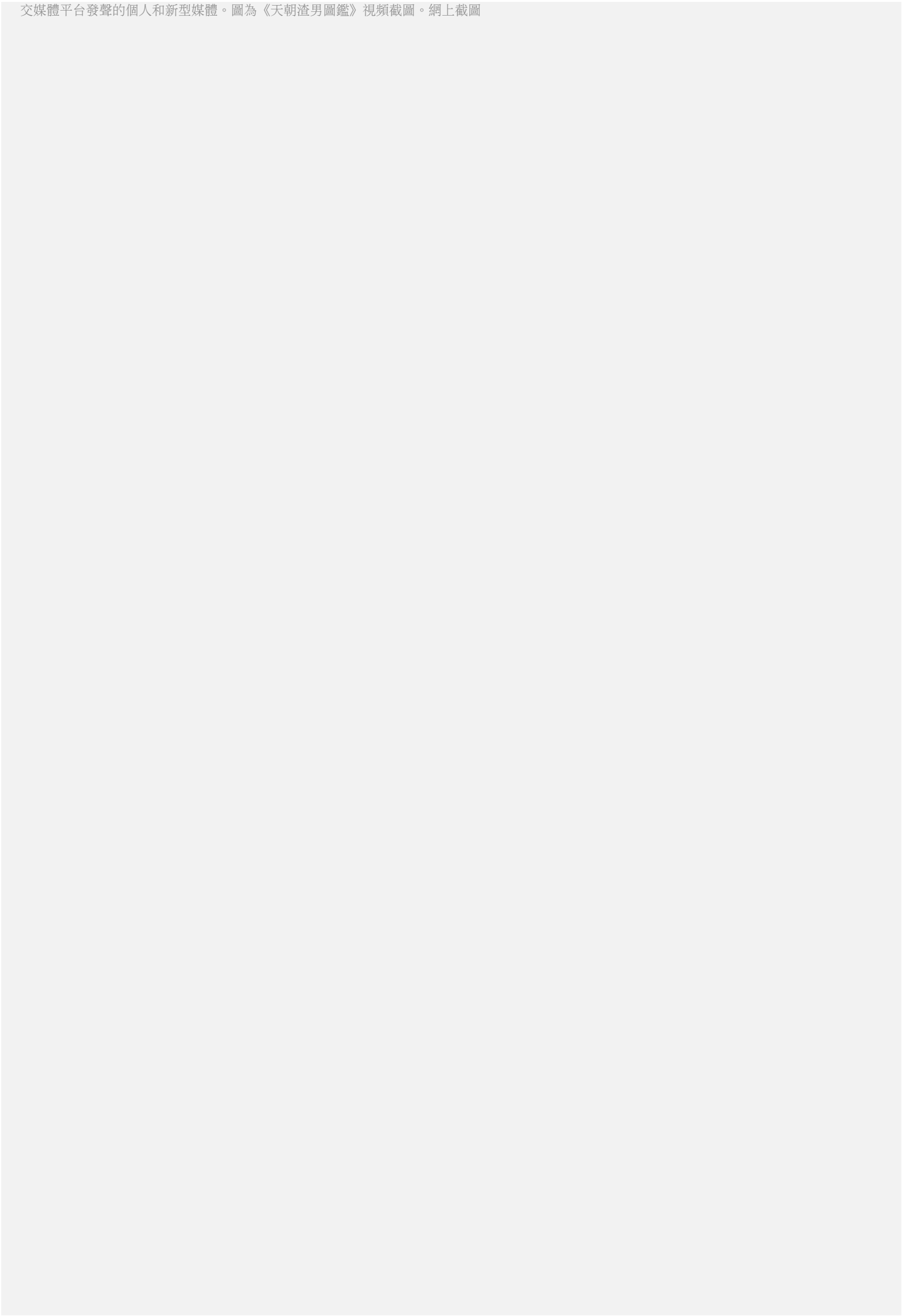
在一些媒體，對於性別議題的報導已經常態化，並不止於調查性騷擾和性侵事件。《紐約時報》去年年底任命了一個新的「性別編輯」（Gender Editor）。在她的帶領下，今年該報的「性別計劃（Gender Initiative）」發展很快，成為別具一格的新版塊。

中國的狀況則更有意思：在#MeToo運動中，儘管也有重要的調查報導出爐，但由於新聞管制等原因，發揮最重要作用的並不是大媒體，而是依靠社交媒體平台發聲的個人和新型媒體。



中國的狀況則更有意思：在#MeToo運動中，儘管也有重要的調查報導出爐，但由於新聞管制等原因，發揮最重要作用的並不是大媒體，而是依靠社

交媒體平台發聲的個人和新型媒體。圖為《天朝渣男圖鑑》視頻截圖。網上截圖



前者的代表包括：舉報朱軍性騷擾的弦子和她的朋友麥燒；用一份酷似論文的紮實材料舉報學誠性侵的幾位「博士僧」；專注於性騷擾案件報導的獨立記者黃雪琴；在微博開設「I'll be your voice」專欄，為性侵受害者提供發聲平台的清華大學新聞與傳播學院副教授常江；改編《芝加哥》音樂劇選段製作《天朝渣男圖鑑》的音樂人徒有琴；講述了自己遭遇性侵後艱難維權之路的作家淡豹；以及其他很多積極參與傳播和為受侵害者提供平台的意見領袖。

後者的代表則包括：「不務正業」、開設了性別話題專欄的科技媒體虎嗅；「回聲Huisheng」、「女性共學社區」、「尖椒部落」、「土豆公社」等小團隊運營的非營利公號；整理了中國#MeToo事件資料庫的matters；等等。

在如此廣泛而多元的主體推動之下，中國女性被壓抑已久的聲音終於迎來了一次集體訴說的機會，我們見到了一次前所未有的大討論。儘管具體的案件在法律上還沒有明確結果，但一場全民性別平權教育已經在發生，特別是在年輕一代當中。

這正體現了數字媒體的魅力。很多年前，當人們在給予互聯網天真美好的設想時，強調的就是它給予每個人發聲的機會，能夠提供一個公共的平台，承載多元的傳播主體，而不是被少數媒體和個人壟斷輿論。從這個意義上說，即便是引發了巨大爭議的劉瑜，亦是這場多元討論中重要的主體，她的文章激發的後續討論具備非常重要的公共意義。

類似的「多元傳播主體」現象，也體現在2018年中國影響最大的一則調查報導上，那就是微信公號「獸爺」揭露疫苗醜聞的《疫苗之王》。由於事關孩子的生命，獸爺的調查幾乎人盡皆知，引發了全民怒火。在巨大的民意壓力下，習近平和李克強均作出批示，要徹查並嚴懲責任人。

《疫苗之王》這篇報導的意義，不僅僅在於它所引發的強烈社會反響，也在於它的作者和所刊發的媒體——它並不是正規機構媒體的作品，刊發它的「獸樓處」只是一個房地產細分領域的公號。儘管文章作者「獸爺」是曾經供職於《南方週末》的調查記者，但這篇文章的推出完全是獨立於正規機構媒體生態之外。類似的，丁香醫生在年底推出的《百億保健帝國權健，和它陰影下的中國家庭》也是由前媒體人在新型機構作出的具備重大影響力的報導。它足以說明：在今天的中國，具備承擔新聞業使命能力的已經不僅僅是那些持有國家牌照的機構媒體。

傳播主體的多元化意味着新的機會和可能性。一個直觀的比喻是「打地鼠」遊戲：當地上只有很少的一些洞時，打地鼠是簡單的；但當地上的洞非常多的時候，要想不讓地鼠鑽出來就成了難以完成的任務。我們可以看到，中國政府已經在試圖減少「地洞」的數量——從今年11月開始，一個身份證號碼只能註冊一個微信公號。然而，除非完全禁止普通人在社交媒體上開設帳號，地洞是封不盡的；而如果禁止普通人開設帳號，社交媒體也就沒有了存在的意義。這種內在的矛盾張力，在壓抑的環境中撐起了難得的空間。

科技巨頭有點煩：平台霸權出現鬆動

總結2018年的全球傳媒業，還有一個不能不提的角色，那就是手握各類平台的科技巨頭。

上文提到，媒體普遍在「缺錢」的困境中掙扎。若論造成這種狀況的直接「責任人」，那就是以Google和Facebook為代表的科技巨頭了，它們以一種近乎「降維打擊」的方式摧毀了媒體依賴廣告的收入模式。

2018年，科技巨頭和媒體之間的力量差距依然是懸殊的。社交媒體平台依然牢牢把控着人們獲取信息的主要渠道，媒體依然只能以寄人籬下的身份與平台合作，做一個話語權不大的內容提供方。科技巨頭一聲令下發展視頻，媒體便集體轉向視頻；而當科技巨頭發現這條路沒有預想中順利，準備掉轉船頭的時候，媒體蜂擁而上的「轉向視頻」戰略便面臨着

巨大的困境。

儘管平台主導、寡頭壟斷的局面一時難以打破，但2018年的一個顯著變化是：平台不再是所向披靡、堅不可破的形象。這一年，科技巨頭們實在是有點心煩。



2018年4月10日，Facebook 創辦人兼行政總裁朱克伯格出席美國國會參議院聽證會。攝：Brendan Smialowski/AFP/Getty Images

在美國，Facebook的扎克伯格和Google的皮猜都坐上了國會聽證席，接受議員們的長時間提問。雖然普遍老邁的議員們鬧出了不少笑話，比如質問扎克伯格為什麼iPhone上會蹦出自己的照片，但是將他們推上聽證席的，是議員們身後洶湧的民意。2016年美國大選中氾濫的假新聞、各大平台上愈演愈烈的仇恨言論、用戶隱私被泄露的「劍橋分析」事件、谷歌為中國市場開發「閹割版」搜索引擎的「蜻蜓計劃」，都成為人們對科技巨頭們不滿的原因。

今年3月，科技媒體《連線》雜誌的封面人物呈現的是臉上傷痕累累的扎克伯格。它將Facebook近期的經歷總結為「地獄般的兩年（two years of hell）」。

在國會聽證席上。扎克伯格對議員們說：「我們應該對我們平台上的內容負責嗎？答案是很明確的：需要。」這是一個有標誌性意義的說法。他知道，「我只做一個平台，大家在平台上做什麼跟我無關」、「我只專注技術」、「我只關心效率和連接度」已經很難充當擋箭牌了——公眾不買賬，監管者也不會視而不見。新媒體Axios和調查公司SurveyMonkey今年2月發布的一份調查顯示：有超過半數（55%）的美國人希望科技巨頭得到監管，這比3個月之前提高了15個百分點。

在中國，幾大科技巨頭悉數被網信辦約談，多款流行app都遭遇了短期下架的處罰，今日頭條旗下的「內涵段子」更是直接被突然關閉，網遊因為成癮問題面臨監管大棒，騰訊等科技公司的股票價格顯著下跌。儘管中國針對平台的管制措施是威權式的，但它和美國一樣反映出的是：2018年，平台的政策風險顯著上升。

在歐洲，針對平台的監管以立法的方式走在了世界前列。今年5月份開始實施的《通用數據保護條例》（General Data Protection Regulation，簡稱GDPR）被稱為「史上最嚴格的隱私保護法」，是數字時代最重要的立法之一。它顯著增強了對用戶數據的保護，對平台使用用戶數據的方式進行了諸多限制。在這個「數據即是石油」的年代，GDPR在保護用戶權利的同時，也直接指向了科技公司的命脈。

立法是重要的，但真正的變化還需要全社會的意識覺醒、形成共識。今年11月，萬維網（World Wide Web）之父Tim Berners-Lee發出了新的倡議：一個叫做#ForTheWeb的契約（contract）。這個契約旨在保障個人權利，減少網絡帶來的負面影響。Tim Berners-Lee將其稱為「萬維網的大憲章」。

英國大憲章（Magna Carta）是一份簽訂於1215年的重要文件，它的起因是對國王的反抗。大憲章對國王的權力進行了限制（任何人，包括國王，都不得凌駕於法律之上），確立了「正當法律程序」的條款，保障了貴族享有的政治權利與自由，並確保了教會不受國王的控制。它成為了日後英國政治秩序的基石，也對全世界很多國家的政治秩序提供了啟發，帶來了深遠影響。

類比之下，這份萬維網大憲章的背景，就是對以互聯網巨頭以及某些國家政府為代表的力量進行反抗，對它們的權力加以限制，保障普通用戶的權利和自由，並希望能夠成為今後互聯網發展的一個重要參照準則。

這份萬維網大憲章的背景，就是對以互聯網巨頭以及某些國家政府為代表的力量進行反抗，對它們的權力加以限制，保障普通用戶的權利和自由，並希望能夠成為今後互聯網發展的一個重要參照準則。

Tim Berners-Lee在接受《衛報》採訪時說，「很多年以來，人們都覺得，萬維網上美妙的東西將會佔據主流，我們將擁有一個更少爭端、更多理解、科學更發達、民主更牢固的世界。然而，最近幾年的新聞讓人們感到幻滅。目前，科

技連接起人性的方式是以一種反烏託邦（**dystopian**）的形式運行的。網絡暴力、偏見歧視、意見極化、假新聞，很多東西都壞掉了。這個契約要做的就是讓網絡真正為人性、科學、知識、民主服務。」

根據**Tim Berners-Lee**的設想，這項「萬維網大憲章」有三大目標：每一個人都能以負擔得起的價格上網；每一個人都在網上感到安全、被歡迎；為每一個人賦權。這也呼應了2012年倫敦奧運會開幕式上的那一幕：**Tim Berners-Lee**出現在場地中央，在鍵盤上敲出一行字，大屏幕上顯示出「**This is for everyone**」。

2019年，萬維網將迎來30歲生日。30年前，**Tim Berners-Lee**將自己的這項發明免費送給了世界，這是一份給每一個人的禮物。30年後，我們的數字世界能否恢復「初心」，能否以一個為世界創造更多美好而非醜惡的形象再出發？這也是廣義的傳媒行業需要共同解答的難題之一。

（方可成，賓夕法尼亞大學傳播學博士候選人）

方可成

媒體行業

評論

如果你喜歡
就分享給更多人吧



延伸閱讀

李宇森：文藝政治本為兩生花——從文化史思索文藝的公共性

文藝政治本為兩生花，同樣講求價值和創造，且立足在公共性之上。

朱順慈：指尖上的自由？——在網絡世界謹言慎行的年輕人們

總結十次訪談，受訪的中學生習慣看別人的留言，卻不想其他人看見自己最真誠的想法；他們知道有很多發表意見的途徑，但為了避開衝突和被起底 供詞 的風險，寧願不說，或者用搞笑好玩的方式來說。