

视听新媒体新闻寻租的治理

——以网络股评信息为例

石 研 张仁汉

摘 要：十八大以后，反腐浪潮日益高涨，权力寻租慢慢进入人们的视野，随着互联网的发展，权力劝阻也渗透到了网络电视和互联网电视等媒体行业，即使是在目前具有极大成长空间的视听新媒体行业，媒体利用手中的权力进行寻租行为也仍然存在。文章主要通过对网络股评信息的分析，对视听新媒体寻租的现状进行简单的剖析，探讨视听新媒体寻租的危害，探索防止视听新媒体利用权力进行寻租的有效手段，从而达到促进新媒体事业健康有序发展的目的。

关键词：视听新媒体；新闻寻租；网络股评；寻租危害；规避措施

作者简介：石 研，女，副教授，传播学博士。（浙江传媒学院 播音主持艺术学院，浙江 杭州，310018）

张仁汉，男，主任编辑，管理学博士。（浙江传媒学院 浙江文化产业发展研究中心，浙江 杭州，310018）

中图分类号：G206.2

文献标志码：A

文章编号：1008-6552（2014）05-0045-05

反腐浪潮日益高涨，权力寻租慢慢进入人们的视野，随着互联网的发展，权力劝阻也渗透到了网络电视和互联网电视等媒体行业，在目前具有很大成长空间的视听新媒体行业中也存在着媒体利用手中掌握的权力进行寻租的行为。由于广电行政机关、文化主管部门以及信息产业主管部门主要集中对视听新媒体传播内容的合法性进行监管，而对新媒体传播内容的真实性和可靠性的监管明显不够，导致视听新媒体新闻寻租现象有愈演愈烈之势。

一、视听新媒体新闻寻租的现状——以网络股评信息为例

打开财经网站，我们常常能看到股票信息和股票专家的身影，股票专家是离投资者最近的证券专业人士，这些专业人士在给广大股民提供股票市场信息的同时也给股民进行了证券和理财方面的知识普及，他们在投资理财市场中充当着意见领袖的作用，也为我国股市的健康发展起着重大作用。但是在一些财经网站的专家谈股、推荐个股之类的节目中，却常常可以看到有所谓的专家在节目中用颇具诱惑的言辞不厌其烦地建议投资者关注某几个股票。经过对同一段时期内容的对比会发现，众多网站股评节目背景几乎完全一致，只是节目中如同搞传销一样激情澎湃演讲的人不同，但推荐的股票大同小异，且提供的联系电话基本一致。这就不能不令人怀疑是一家公司制作的伪财经节目上了不同的网站。其实，这些所谓的“股票专家”充满激情但并不严肃的预测和推荐背后，往往潜藏了不少欺诈，他们与庄家尤其是“黑庄”有着千丝万缕的联系。有的他们自身就是庄家，有的是相互配合的，一个负责幕后操纵牟取暴利，一个负责在前面进行介绍宣传。

（一）华尔街的贪婪与疯狂

改革开放以来我国的股票市场快速发展，主要表现在两个方面：一是证券市场的有价证券日益增多，

越来越多的公司选择上市,随着市场的需求,也相应培养了股票分析师这样一批专业的人士,由于受到专业知识和规模化的效应,很大一批不具备股票专业知识的投资者也能进入证券市场;另一方面是由于股票分析人员的专业知识有限,他们进行投资分析的深度和广度都存在很大的缺陷,因此有价证券分析的客观性和严肃性也大打折扣。很多人为了获取证券市场的消息,不惜通过各种手段打听上市公司的内部消息,有的股票分析人员甚至在背后进行虚假的分析和宣传。而同时,“股票专家”不负责任的态度及存在的“造势”和“托市”等行为,甚至配合庄家哄抬市场价格或打压市场价格的严重违规行为使“股票专家”的“信用”也大打折扣。^[1]有的学者之前为了搞清楚股票价格变动的原因,曾经提出要通过家里股票市场狭义线性的分析新闻分析模型来进行探讨。通过大量的实验研究表明,这种设想是科学的,在所选择的样本区间范围内,新闻信息对股票的价格变动时有显著影响的,从这个方面来说,股票市场的狭义线性新闻模型是成立的。^[2]股市犹如一只在台风中挣扎的小船,外界媒体的几篇报道很容易就会对它造成冲击,这是市场面临的严酷现实。通常情况下业绩好的公司可以给投资者带来较持久和稳定的利润,但信息时代人们追求短期效应的心理,促使一些利欲熏心的专家们很容易利用网络把股票市场搞得天翻地覆。在表面上看来光明正大的股市交易,其实隐藏着不少利益之争。“股票专家”们一面在大众面前为某公司的股票叫好,一面在拼命争取这家公司的投资业务。他们通过网站大肆吹捧某些股票或公司,而网站则佯装不知地在一旁附和。在栏目中,主持人和记者在请“股票专家”们预言某几只股票的前景时,几乎从来没有问及他们自身与那些股票的发行方有什么经济联系或是他们购买了哪几只股票。当然,精明的专家们对此也会避而不谈。

网络在其中充当着谣言回音壁的角色,股市信息高速公路上谣言传来传去。在这个回音壁的作用下,一些谣言被传丢了,一些变成事实,还有一些则跌落到墙角。但犹如被电击一样,谣言刹那间使一些股票价格大起大落。在这个贪婪和疯狂的环境中,记者们对个股近乎随意的吹捧或贬低,销蚀着正规的新闻规范。可以说,股价的涨跌甚至在一定程度上成为由“股票专家”和财经网站共同操纵的游戏,在一片众说纷纭的喧闹声中,人们都瞪大眼睛看着股价在形形色色的所谓“意见领袖”的影响下升降。

(二) 预言的诞生与检验

1973年,伯顿·马尔基尔在著名的《漫步华尔街》一书中,绘制了一份图表,能够很好地表现每日的股票起伏。从该图表中他发现,股市涨跌的拐点恰恰和硬币随机翻转的结果相吻合。^[3]也许每天某一个股的起伏或整个股市的波动并不像投掷硬币一样简单地正面、反面非此即彼,可能并没有完全随机,但若长期地观察会发现股市的变化是随机的。如果每天投掷一枚硬币持续五、六年时间,其中或许有几天是连续正面朝上,而这就是牛市!股市短期内涨跌起伏的背后通常是有非常大的机会因素。在系统的事后分析中,可能从来没有听说过的一些机会,都会与市场波动紧密相关。

股市变化的随机性使得“股票专家”的预言不再高深莫测。“股票专家”们要拉抬某只股票的意图是十分明确的,根本不会涉及到准确的行业分析和宏观分析。再加上我国对证券分析行业监管不力,入门门槛较低,导致看不懂财务报表、谈不上专业分析的专家大有人在。如果我们把被“股票专家”们“喷”过的很多股票进行归纳,就会发现规律:这些股票一般盘子较小,股价较低,还有利空消息未出尽,涨势为无量上涨。之所以如此,是因为这样的股票小笔资金就可以拉动,这显然更为隐蔽。同时,还可以把拉升之后的下跌解释为公司新利空消息出台。^[4]“股票专家”们总是有足够的能力影响一只股票的价格升降,这和媒体的配合不无关系。财经网站总是漫不经心地吹嘘他们的每一次预言,仿佛那都已是板上钉钉的事实。那些自傲又倔强的“股票专家”们半真半假的预言一旦应验,他们可名利双收;可是一旦他们的估计后来被证明是彻底错误的,纯属一派胡言,到那个时候新闻已成“旧闻”了,没人会去理会这些事。从百说百中的“股票专家”到水准一流的经纪人,从大公司主管到众多传媒实业,罕有预言家向世人认错的事情发生。

二、视听新媒体新闻寻租的危害

作为股票市场的投资者利益受损的原有有很多，但最为根本利益受损在于信息的部队称，作为股票专家具备专业的股票知识，掌握的投资市场的有效信息也相对比较充分，而普通的股票投资者拥有的普票知识比较缺乏，他们所能接触到的投资市场的信息也是比较有限的，因此普票专家要比普通股民在普票市场交易中更加容易获得利益。^[5] 从他们行骗圈钱的伎俩中，不难看出，财经网站在其中扮演了反面角色，甚至很多财经网站明知道“黑嘴”们是骗人的，但是他们并没有拒绝这些黑嘴进入节目，并且实际上充当了这些黑嘴牟利的工具。“黑嘴”们也深谙媒体在树立个人形象、制造舆论、说服受众方面的强大影响力，不惜采取多种方式占领这一舆论阵地。联办节目、承包专栏，在媒体权威、专业、真实的幌子下，媒商联合从事着见不得阳光的黑色交易。媒体本身越权威，它所具有的影响力就会越大，“黑嘴”们的收益也会随之愈加丰厚。在这个过程中，财经网站的从业者就可以利用手中的媒介权力得到潜在的非正当利益，券商则通过非法违规支付利益的形式求得新闻资源的使用权，或按其意志进行使用，双方构成了一种获得“租金”出让新闻时段、版面与支付“租金”获得新闻资源或按其意志支配的设租与寻租的关系。

租金最为原始的概念是出租土地的收益，但是随着经济的发展，租金的内涵和外延逐渐扩大，租金通常也意味着出租任何一种有价值资源要素的收益，租金作为一个最为常见的经济概念出现在现代经济学中。租金来源于自然界中稀缺资源的某一（些）属性，这一（些）属性的作用为人们所发现并加以利用，能给人们带来效用，因而便具有了价值，这一价值经由市场交易确定价格，这个价格也就是该资源最原始的租金。通过利用资源来获取租金的行为叫做寻租，这种租金的本身来源是产生负面社会价值的事物。^[6] 设租是指政府或官员利用手中的权力干预市场，导致新的经济租金的形成，为某些市场主体创造寻租机会的行为。^[7] 随着寻租理论的介入，经济学研究对象由资源在生产领域的配置问题，逐渐扩展到了资源在生产和非生产领域之间的配置问题，为解释政府公共领域内权力腐败等一系列问题提供了理论基石。本文所论的新媒体虽然不同于行政机关，但由于拥有新闻发布的话语权和行业垄断的地位，所以也容易发生利用所掌握的信息资源、经济资源、品牌资源去参与商品交换和市场竞争，以谋取金钱或物质利益。在解释视听新媒体行业的腐败问题的时候，也同样可以利用寻租理论，寻租理论也为分析这种腐败现象提供了全新的理论武器。所谓的新媒体新闻寻租，指新媒体从业人员利用新闻发布、信息传递以及舆论监督的权力，转移财富分配，为团体或个人谋求不正当利益，获得、索取好处的一种行业腐败行为，这种新闻媒体的寻租同时也对其他相关的社会利益造成了一定的损失。^[8] 具体来说这种寻租行为具有的危害性表现在：

（一）扰乱正常的市场竞争秩序

市场经济的最基本的特征就是能够展开充分竞争来实现有限资源的最佳配置，这是价值规律的作用体现，只有通过市场有效充分的竞争方能淘汰那些产能低下的企业，然而权力寻租行为却极大地阻碍了市场的公平竞争。因为寻租的运行方式跟平常竞争的活动原理是完全相反的，在那些具备深厚的寻租背景的财经信息中，他们成功的很重要的是原因就是他们能够充分利用新闻霸权带来的优势，并不是通过产于充分公正的竞争来获取的。很多比较大的广告企业经常把一些没有价值的新闻信息放在某些大型的网站媒体的首页，他们通过大量的投放广告的数量来实现对稀缺资源的获取，从而增加他们在跟其他企业竞争中的优势。这种做法可以从博弈论的“负和博弈”的理论去解释，这种竞争方式给整个社会造成的损失要远远大于他们给社会带来的益处，导致了社会资源的极大浪费，也使整个市场经济的发展处于不良状态。

（二）损害媒体的公信力

寻租不仅为影响市场经济的健康发展，同时也会影响新闻媒体的公信力，权力寻租行为从本质将是特权来干涉新闻媒体的自由，权力的作用使得新闻媒体在传播信息时可能会处于一种扭曲的状态，不会从社会公共利益的处罚去传播信息，而是代表着社会特定全体和阶层的利益。这样权力就会绑架欣慰媒体，从

而影响到新闻媒体的信息采集和信息传播,最终损害全社会的公众利益,权力寻租者得到极大利益,随之而来的是社会公众被大量负面、过剩的信息所污染。这种行为在一定程度上降低了新闻媒体的公信力。如经济新闻与商业广告的混淆,使财经记者不再是独立的财经记者,而成为“版面补白人”,名义上是独立的编辑部门,事实上却与广告、发行部门俨然一体了。

(三) 不利于公共生活道德水平的提升

在一个道德水平比较高的公共生活中,参与公共生活的各方利益都不会受到明显的伤害,但是在寻租的过程中,在资源分配的过程中不会多劳多得,而是那些寻租的主导者没有付出相应的劳动却获得了较高的利润。这种现象严重削弱了市场机制公平竞争的基础,孕育了“商人型记者”,导致了新闻从业者的腐败,广大民众对道德水准日益下滑的新闻媒体也越来越没有信心。在权力寻租的过程中,很多参与市场竞争的商人慢慢远离市场竞争的环境,变成了拥有特权的权力阶层,他们在社会上发挥的作用并不是积极向上的,相反却起到了一种不道德的示范作用,造成了社会公共道德的丧失。

(四) 造成了社会资源的损失

社会资源往往是有限的,权力寻租过程中往往会造成这种资源的浪费和损失,权力寻租不是社会生产性资源的分配,资源的权力的干涉下的一种流动。这种流动不可能带来资源总量的增加,相反却会加剧社会福利的净损失。在寻租活动中,遭受损失的是分散的公众、寻租行为的失败者以及一些没有进行寻租的企业或个人。寻租过程中的成本则被转移到产品成本中,被间接地强加于社会公众;对于那些不成功的寻租者,其进行寻租所花费的各种费用是明显的;想要在竞争中谋取利益的企业会越来越多,他们必然想方设法展开寻租,这必将引发第三方资源配置的扭曲。总之权力劝阻的成本相对较高,这种高成本的背后是社会有效资源的流逝和广大公共利益的受损。

三、规避新闻媒体行业权力寻租的路径选择

媒体权力介入市场经济是新媒体寻租行为赖以存在的前提。在新闻媒体发展过程中,市场与媒体的有效的结合是媒体发展的各种奇迹的原因,一方面媒体的最终目标是实现市场和商业方面的利益,正是这种新媒体对经济的介入和利益的追组,才使得权力拥有了介入市场的机会,另一方面媒体对市场获取自身的广大消费全体具有很强大的吸引力,只有媒体的介入和宣传,才能是的产品生产、消费、在生产和在消费能够得到顺利的运转。

新闻媒体行业的寻租本事是新闻媒体权力和经济利益之间的中交换,最为通俗的理解就是权钱交易,这种交易的主体主要由两个方面组成,一是寻求新媒介支持的市场经济主体;二是掌握媒介资源的新媒体从业者。这两个主体的共同作用就是利用各自的特点将权力和经济利益有效的结合起来,从而能够满足各方的需求。对媒体权力约束不力以及媒体权力与经济资源间的直接联系,是新媒体寻租行为产生的根本原因。孟德斯鸠在《论法的精神》中指出:“一切有权力的人都爱滥用权力,这是万古不变的经验。防止权力滥用的方法就是用权力约束权力,权力不受约束必然产生腐败。^[9]那么在规避权力劝阻的路径选择中主要有三个方面的行为选择,一是完善相关的法律法规,增加权力寻租的风险和成本,另一方面,实行新闻、经营“两分开”,建立租金的消散机制,使寻租者的寻租预期下降。

(一) 加大设租成本和风险

在学术界有的学者认为有效遏制权力寻租的方式是通过完善相关的法律法规,将新闻媒体的权力也关进制度的笼子。在目前形式下就应该加强法律法规的建设,利用法律的强制力来保证新闻媒体的权力不会被滥用,同时对新闻媒体的从业人员要加强设定权力寻租的风险,使其不敢设租,对那些已经发现的寻租腐败行为给予严厉打击。只有他们设租的行为减少了,那些寻租者也丧失了一些寻租的机会,权力寻租的现象才会减少。

前文提到的我国一些财经网站普遍存在的利用媒介权力设租的情形正是由于我国金融市场发展较晚，其基础设施建设尤其是相关的法律法规尚不完善。从法律上来说，这种虚假陈述行为属欺诈行为，导致投资者损失的，应当追究法律责任，依法赔偿。《股票发行与交易管理暂行条例》、《禁止证券欺诈行为暂行办法》以及《关于发布报刊刊载失实报道处理办法的通知》等法律法规对宣传误导的责任追究已经有了一些明确规定，然而大众传媒故意误导投资者和社会公众的事件仍经常发生，受害股民依法维权的过程十分曲折，这一定程度上暴露出相关法律制度的诸多缺陷。比如法律依据欠缺，举证困难等等。因此进一步建立健全法律法规，从维护金融市场秩序和广大投资者利益的角度出发，认真落实责任追究制度，进一步加强对大众传媒的监督就显得尤为迫切。

（二）建立租金消散机制

权力寻租的另外一个根源就是目前新闻媒体从业者的采编新闻和经营的模糊界限。早在1903年，普利策对这种情况就提出警示：商业主义在报业经营中占有合法地位，但它仅限于经理部门，如果它侵犯了编辑权，那将成为必然的堕落和危险。^[10]切实做到“两分开”，必须在编辑和广告业务之间构筑一道“防火墙”。为了确保二者的分离，在管理制度设计上，要将编辑和经营彻底隔离。《新闻周刊》记者盖里·杰拉德在很早之前就把新闻和广告之间的关系比作“教会与国家的分离”。^[11]在《财富》杂志社，总编辑是“教会”的最高首脑，总裁是“国家”的首脑，但是在他们二者之上的首脑是董事长。“教会”与“国家”是两条并行不悖的纵向管理系统，总裁与总编辑平起平坐，互不隶属。“教会”不需要考虑经营，只专注于按照新闻的专业主义原则和理念办出一本读者信任的、最好的杂志；“国家”则负责市场推广和赚取利润，他们决不、也无法对“教会”施加任何影响。《财富》的董事长认为，编辑和经营之间的成败互为因果，二者在一时一事上可能是有矛盾的，但只要将“读者至上”奉为最高原则，其他一切问题都会迎刃而解。可以发现，国外成功的媒体都是自始至终固守“两分开”原则，将编辑和经营分开，可避免它们相互干扰，就失去了寻租的机会和土壤。因此，新媒体严格实行采编与经营的分离制度（新闻报道活动与经营活动分开，新闻采编队伍与经营队伍分开），不给记者摊派广告任务，也不给经营人员提供版面、时段等新闻资源，采编和经营分离开，各司其职，或许能从根源上遏止以牺牲新闻价值换取经济主体利益的寻租行为。

参考文献：

- [1] 成立芬. 股市黑嘴谁来管 [J]. 财经界, 2001 (Z1): 92-93
- [2] 黄忠. 新闻对上海股票市场股价影响的实证分析 [J]. 统计与信息论坛, 2005 (1): 86-89.
- [3] [美] 伯顿·G. 马尔基尔. 漫步华尔街 [M]. 张伟译. 北京: 机械工业出版社, 2008.
- [4] 警惕股市黑嘴 [J]. 金融博览 (银行客户), 2008 (9): 35-36.
- [5] 刘韬. 股市不容黑嘴兴风作浪 [J]. 人民论坛, 2001 (11): 28-29.
- [6] Gordon Tullock. The Economics of Special Privilege and Rent-Seeking [M]. Boston Kluwer Academic Publishers, 1989.
- [7] 刘启君. 寻租行为的经济分析 [M]. 武汉: 华中科技大学出版社, 2008: 144.
- [8] 王博. “新闻寻租”何以成为“常规行为”——从制度经济学视角解读新闻寻租 [J]. 兰州学刊, 2008 (12): 168-169.
- [9] 何清涟. 现代化的陷阱——当代中国的经济社会问题 [M]. 北京: 今日中国出版社, 1998.
- [10] [美] 丹尼斯·布里安. 普利策传 [M]. 曹珍芬译. 北京: 中国财政经济出版社, 2004.
- [11] 庞瑞锋. 财经新闻道——对话美国顶尖财经媒体高层 [M]. 广州: 南方日报出版社, 2008.