

博客在中國

• 胡 泳

2005年5月24日，美國《紐約時報》(New York Times)專欄作家紀思道(Nicholas D. Kristof)從北京發回一篇有關中國博客的文章^①，用十分煽情的筆調寫道：

與國民黨展開的殊死較量，同美軍在朝鮮半島發生的激戰，以及天安門廣場爆發的大規模民主示威，最後都讓中國共產黨「倖存」下來。可是，眼下共產黨可能才遇到了真正的對手——互聯網。

紀思道說，互聯網，特別是博客，開始在中國扮演媒體監督的角色，儘管中共力圖對此加以壓制，但終將是徒勞無功的。顯然，在西方，對中國的網絡控制的關注，遠遠超過對中國互聯網整體發展的關注。西方觀察家於此容易忽略的一個事實是：在中國，沒有政府的強力推動，任何事情都不會取得顯著的進展。

2005年7月21日，中國互聯網絡信息中心(CNNIC)在京發布「第十六次中國互聯網絡發展狀況統計報告」。報告顯示，截至6月30日，中國上網用戶總數為1.03億人，其中寬帶上網的人數增長迅猛，首次超過網民的一半，達到5,300萬人。中國網民數和寬帶上網人數均僅次於美國，位居世界第二。

這一報告發布的同一天，《國際先驅論壇報》(International Herald Tribune)刊登彭博(Bloomberg)通訊社記者米勒(Matthew R. Miller)在香港發出的報導^②，指出中國和印度在網絡發展上的一個悖論：印度擁有民主的政府和自由的媒介，但印度的網絡市場卻遠遠沒有中國繁榮。印度和中國的人口差不多，但上網用戶只有2,400萬，不到中國網民的四分之一。

造成這種差別的原因在於，中國政府在網絡的基礎設施上作了大量投資。在過去五年裏，中國政府投入電

《紐約時報》專欄作家紀思道在一篇文章中寫道：「與國民黨展開的殊死較量，同美軍在朝鮮半島發生的激戰，以及天安門廣場爆發的大規模民主示威，最後都讓中國共產黨『倖存』下來。可是，眼下共產黨可能才遇到了真正的對手——互聯網。」但西方觀察家很容易忽略一個事實：在中國，沒有政府的強力推動，任何事情都不會取得顯著的進展。

* 本文寫作得到香港大學新聞及傳媒研究中心的支持和幫助，謹致誠摯謝意。

信網絡的資金達1,380億美元。2004年中國的在線收入——包括廣告、網絡遊戲和無線增值服務等等——達十一億美元，根據倫敦WPP集團媒介購買部門的預計，2005年還將有30%的增幅。

無可否認，中國政府確實對網絡實施了嚴格控制，接連不斷的禁令實際上一直和網絡的飛速發展相伴相隨。然而，中國的網絡控制和信息流動呈現出遠較西方媒介所批評的更為複雜和微妙的形態。中國政府仍在學習與互聯網這個多元、複雜的怪物相處，恰在此時，博客登場了。

中國政府確實對網絡實施了嚴格控制，接連不斷的禁令和網絡的飛速發展相伴相隨。中國普通人很難在電視、廣播、報刊上自由表達意見。在這種情況下，「人民意志」一旦發現了網絡這一嶄新的表達和傳播平台，就極為迅速地向兩個出口宣泄：對外表現為網絡民族主義；對內表現為網絡批判現實主義。恰在此時，博客登場了。

一 博客在中國的興起及其背景

中國二十五年來的改革，使人民的生活有了實質性的改變，中國的國際影響力大幅上升，中國百多年來悲情和屈辱的「第三世界」形象開始退去。根據世界銀行的統計，2004年，中國的人均國民收入為1,290美元，而印度只有620美元。中國成為一個實力正在迅速增長、逐漸改變國際力量對比的新興大國。

伴隨着這種發展，公眾對國家政治和對外關係問題的關心及參與程度大為提高。但是，改革二十五年來一手鬆（經濟）、一手緊（政治）的局面始終未曾改變。媒體資訊的審查和控制制度與正在走向全球化軌道的中國經濟形成落差。對重大問題變相的「輿論一律」依然是中國媒體的特色。當今一般中國百姓如果想要表達意見，很難在傳統媒介如電視、廣播、報紙、期刊上自由實現。在這種情況下，「人民意志」一旦發現網絡這一嶄

新的表達和傳播平台，就極為迅速地向兩個出口宣泄：對外表現為網絡民族主義；對內表現為網絡批判現實主義。

無疑這二十五年是中國歷史上經濟增長最快的時期，同樣毫無疑問地，這也是中國人的日常生活方式和消費觀念發生巨變的時期。消費主義正在逐步確立其在日常生活領域裏的意識形態影響力。消費文化或曰大眾文化已經迅速地餵養了幾代「新人」，建構着他們感知、表達和理解世界的文化結構。在商品大潮的無可避免的衝擊下，「崇高」、「偉大」被無情地解構了，年輕人普遍顯示出對政治的厭倦和對被商品淹沒的世俗生活的親近，爭取更好的生活的世俗夢想導致了一種強烈的個體性意識的出現。在這種情況下，網絡為對現實政治不感興趣的廣大人群提供了某種精神鴉片。大多數網民上網的目的不是談論政治，而是閱讀奇聞和流言、聊天交友、抒發個人情感和玩網絡遊戲。因此，網絡在中國同時滿足了人們參與和遠離政治的欲望。

中國民用與商用化的互聯網，至今發展已逾十年。十年間，中國互聯網以最濃縮的方式經歷了一個新興產業的成長與成熟過程。從1998年到2000年令人暈眩的頂峰迅速滑落至黑暗的低谷，度過了幾年的沉寂後，2004年，互聯網公司出現了新一輪的融資、上市熱潮，中國互聯網不再單純是美國互聯網的複製。互聯網用戶的規模化增長、互聯網與移動通信增值服務市場的融合、網絡遊戲的開拓發展等等，已經使得互聯網深深地紮根於中國的土壤，有了中國特色、中國個性和中國底蘊。到2005年，中國網民突破一億大關，有一億網民的規

模做基礎，任何一個互聯網的應用，都將催生非常可觀的產業。

二 中國的三類博客

在第十六次中國互聯網發展狀況統計中，博客服務是新增加的調查內容，調查結果顯示，有10.5%的被調查者表示自己經常使用博客。

比CNNIC的統計發布稍早一些，2005年7月7日，中國社會科學院社會發展研究中心副研究員郭良發布《2005年中國五城市互聯網使用現狀及影響調查報告》。調查的目標城市為北京、上海、廣州、成都、長沙，報告對有關使用博客的情況說：「博客是最新興起的交流工具，同時具有很強的個人發布功能，它在短短時間裏得到三分之一網民的採用實為驚人，仍然在快速的擴散之中。」

上述調查說法不一，我們也很難獲得一個有關中國博客的準確數字。但毫無疑問，從2002年到2005年，中國寫作博客日誌的人群迅速增加，並開始形成一個真正的社區；軟件工具花樣翻新，博客日誌的生成和維護都變得愈來愈容易；鏈接呈幾何級數增長，出現了一批知名的博客託管服務商，微軟的「MSN共享空間」(spaces.msn.com)也在中國推出。

在前文所講的背景下產生的中國博客可以大致分為三類：

第一類是「憤青」博客。國內外的新聞媒體都注意到了活躍在中國互聯網上的「憤青」現象。作為一種稱謂的「憤青」，媒體在使用的時候常常帶有貶義。其實這是一個語義很複雜的辭彙。「憤青」並非「憤怒」與「青年」的簡單之和：這裏的「憤怒」，與個人對日

常生活的不滿無關，而是指較為明顯地流露出對某些社會制度和現象的強烈不滿；這裏的「青年」，更多的限於當代城市知識青年這樣一個特定群體。

在很大程度上，「憤青」這個詞可以當作褒義來用，也就是說，「憤青」是懂得社會的／道德的／文化的義憤、有一定見識的青年，而不是只會發泄情緒的無理取鬧者。你不能不承認，我們所處的社會當中，確實有一些讓人不得不憤怒的現象和事情。

2005年6月10日下午，洪水沖進黑龍江寧安市沙蘭鎮小學，逾百名小學生遇難，國內輿論一片譁然，追究責任之聲四起。然而，官方卻下達禁令，嚴格控制新聞報導，中央電視台等主流媒體先是對災難保持緘默，然後又刻意低調，將新聞報導放到非常不顯眼的位置上。黑龍江省地方電視台為了給「哈爾濱洽商會」開幕營造氣氛，在當日地方新聞中對這起慘案竟然沒有報導一個字。

慘案發生後，政府當局以防止疫情擴散為由，在沙蘭鎮實行戒嚴，車輛不准進入鎮內，封鎖消息，避免媒體繼續大篇幅報導災情。與此同時，官方媒體實行輿論導向，集中報導領導人巡視的內容。當地官員則推卸責任，堅稱沙蘭鎮奪命洪水「兩百年一遇」，把洪災強調為「天災」，以掩飾「人禍」的責任。

中國很早就有古訓：防民之口甚於防川。《南方週末》記者赴災區採寫沙蘭鎮洪災慘案的報導被當局封殺。然而，這些報導很快就在網絡博客上出現；記者並且一反常例，在網上發布了〈沙蘭鎮採訪手記〉，其中說◎：

一次又一次，我們寫了稿子，留在自己的電腦裏，留在公共信箱裏。那麼

中國博客可為三類，第一類是「憤青」博客。「憤青」這個詞可以當作褒義來用。「憤怒」是指他們對某些社會制度和現象的強烈不滿。「青年」則指城市知識青年群體。2005年6月沙蘭鎮小學逾百名學生遇難，官方嚴格控制新聞報導。《南方週末》記者赴災區採寫慘案的報導被當局封殺。然而，這些報導很快就在網絡博客上出現。

多事情，過去就算了。這一次我覺得可以靈活一點，不妨從採寫技術的角度，做一點兒業務思考，跟同行交流。

在採訪手記中，記者一針見血地指出：自然災害只是沙蘭鎮洪災慘案的部分原因，「沙蘭鎮災難出現之前的核心事實是當地下層官員的疏忽冷漠，事後的核心事實則是當地官方整體上的謊言蒙蔽。」他還公布了為規避報社的風險，在自我克制的情況下沒有寫到的信息。他還秉筆直書了作為一個有話不能說的記者的痛苦④：

在沙蘭鎮，我和同事無數次被村民們嘲諷：「光採訪有甚麼用，採訪完了不播，你們都不說真話！」當時我們曾經答應他們，盡量說真話。我們會說，我們跟甚麼甚麼不一樣，我們會盡力的。因此我現在寫出這些。我不知道我是不是自己一個人在做這件事。當時在那裏採訪的記者有幾百人，如果有一天再去沙蘭鎮，希望我們都能問心無愧。羅伯特·潘·沃倫有句詩說：上帝愛世界，因它之所是。昨天我不愛這個世界，而今天我能愛這個世界一刻，區別僅僅在於自己是否努力過。

在中國國內，博客以親歷者或目擊者的身份，參與重大事件報導的例子尚不多見。但獲得信息和閱讀新聞以後發表自己的看法，在博客看來是十分正當和平常的事情。互聯網以其表達自由、交流平等的特性，構成了「憤青」的重要信息源泉和言論媒介，也是他們彼此溝通的有效渠道。他們借用互聯網這一新型傳媒為他們提供的不可多得的機會和空間，盡情地「指點江山，激揚文字」。先是BBS論

壇，後是博客，成為青年知識份子和大學生批判話語最集中的地方。

中國網民似乎比其他國家的網民更熱衷於在互聯網上談論社會、政治、經濟、軍事問題，這是因為與傳統媒體相比，互聯網是他們關於這類問題比較能夠暢所欲言的地方。由郭良主持的中國社會科學院社會發展研究中心《2003年中國十二城市互聯網使用狀況及影響調查報告》的調查驗證了這個直觀的感覺：71.8%的網民和69.1%的非網民都非常贊成或比較贊成「通過互聯網，可以有更多的機會表達觀點」；60.8%的網民和61.5%的非網民都非常贊成或比較贊成「通過互聯網，可以有更多的機會評論政府的工作」；79.2%的網民和77.4%的非網民都非常贊成或比較贊成「通過互聯網，可以更加了解政治」；72.3%的網民和73.3%的非網民都非常贊成或比較贊成「通過互聯網，政府官員可以更多地了解群眾的看法」。在這四個問題上，中國人比美國人的期待都要強烈得多。

在中國現時的政治環境下，人們通過網絡言論平台更多地在涉及對外關係、台灣問題以及弱勢族群正當權益問題上發表意見。好的一面在於，這或許開啟了社會政治參與的一種新形式，不足的地方則是，網絡上充斥着大量幼稚和偏激的言論，批判情緒還沒能上升為系統化的思考，網民也沒有養成通過理性討論來進行判斷和解決問題的習慣。

第二類是「小資」博客。「小資」即小資產階級、小布爾喬亞，這個一度被主流意識形態大加批判的歷史辭彙，被賦予了某種新的文化意義。那些在中國城市寫字樓裏忙碌的「白領青年」們在「小資」的旗幟下，找到了

在中國，博客參與重大事件報導的例子尚不多見。但獲得信息和新聞以後，互聯網以其表達自由、交流平等的特性，構成了「憤青」的重要信息源泉和言論媒介。網絡言論多是涉及對外關係、台灣問題以及弱勢族群權益問題。這或許開啟了社會政治參與的一種新形式。網絡上充斥着大量幼稚和偏激的言論，網民也並沒有養成通過理性討論來進行判斷和解決問題的習慣。

歸屬感和身份定位。作為身份認同機制的「小資生活」大致包含了如下內涵：一定的經濟實力、生活的穩定感、物質享受和精神享受同時「品牌化」、敏銳的時尚意識，還有一點點「多愁善感」。它是中國市場經濟活躍、都市文化發育、審美文化消費浪潮興起過程中的一種產物。如果沒有中國社會的多元化，沒有社會的自由度和公共空間的開放，就不會存在「小資」。所以，「小資」的出現也是一種好事，表明中國人的都市生活愈來愈豐富，自由選擇的空間愈來愈大。

同時，「小資」之所以在今天成為一種生存方式，反映出在一種看得見、摸得着、感受得到的現世生活中，宏大的理想、莊嚴的終極價值在走向失落。正如一個「小資」寫作者所說：「每每有人跟我提高尚、崇高、神聖、理想等詞的時候，我總是想知道在他的殿堂中，給不給我上廁所。」意識形態集權和精英主義理想遭到了空前的肢解。它們要麼被「小資」愛情所軟化，要麼被一種轉瞬即逝的都市時尚所取代。

人們總是喜歡將「小資」和「憤青」對立起來，「小資」重時尚和生活，「憤青」重言論和思想。但其實二者的差別並沒有那麼明顯。他們都是從大眾中剝離出來的個性化的產物，而且他們是可以彼此轉化的。在有愈來愈多有形／無形的禁區管制着「憤青」時，不「小資」，還能怎樣？

在中國的圈子裏，反政治的(anti-politics)氣氛是存在的。大多數中國博客最關心的是個人情感，擁有250萬博客的中國博客網(www.blogcn.com)是用戶量最大的中文博客託管商，它就以年輕女性寫的心情類文學作品為主，甚至作品風格都很相

似。而且，促使博客真正在中國廣為傳播的也是這一類博客，因撰寫私人性愛日記而轟動社會的木子美是中國第一個具有全國聲名的博客。此後，出現了「竹影青瞳」的私情告白，「芙蓉姐姐」的顧影自憐，還有「菊花姐姐」、「流氓燕」、「紅衣教主」等等，以及全體「超級女生」預備隊，博客真正為中國大眾所認識和接受，竟然是通過這樣一個匪夷所思的過程。

第三類是商人博客。對於博客淘金者來說，還有比擁有1.03億互聯網用戶和3.35億手機用戶的中國更吸引人的市場嗎？愈來愈多人開始談論博客商業化，國內幾個博客網站如博客網(www.bokee.com)、中國博客網和BlogBus紛紛獲得風險投資，前兩家網站都提出「2008年去Nasdaq上市」的口號。目前的問題在於，博客服務商還沒有解決如何盈利的問題。博客是一種正在席捲全球的現象與力量，在中國的蔓延速度驚人，如何把超強的人氣所蘊含的商業價值變為商業利益，始終是互聯網行業的一個經典命題。

到2004年底，中國博客群體大部分是學生和女性，2005年在博客商業化的進程中，這兩個群體得到進一步擴大，也就是說商人博客在想方設法地吸納「憤青」博客和「小資」博客。博客網的改版就是明證，它在新域名推出後，大量增加生活化、娛樂化的內容，以便推動博客大眾化階段的到來。他們不但「收編」了木子美當市場經理，還拉攏了竹影青瞳、流氓燕、芙蓉姐姐等「網絡女紅人」，並且還推出一個「超級女聲重裝上陣」的活動……這招致了一些「老博客」的反對，反對者最重要的一個理由就是博客的商業化將會嚴重侵害博客崇尚自由的精神本質。

在中國的圈子裏，反政治的氣氛是存在的。擁有250萬博客的中國博客網就以年輕女性寫的心情類文學作品為主。因撰寫私人性愛日記而轟動社會的木子美是中國第一個具有全國聲名的博客，此後出現了「竹影青瞳」、「芙蓉姐姐」等等。博客真正為中國大眾所認識和接受，竟然是通過這樣一個匪夷所思的過程。

三 中國政府對待博客 的態度和做法

自1994年國務院公布《中華人民共和國計算機信息系統安全保護條例》以來，中國已經先後制定了六十多個旨在控制互聯網內容、表達行為的法律，初步確立了一整套調整網絡空間行為的法律規範體系。從總體上看，中國法律對互聯網上自由流動的信息和言論表達提出了嚴格要求，政府的有關機構也在貫徹這些規定方面花費了大量人力物力，以保證政府倡導和立法機構制定的這些法律和法規能夠在現實生活中得以全面實施。專門監控網絡過濾和審查的大學合作機構「公開網絡倡議」(The OpenNet Initiative)稱中國「運行着世界上範圍最大的、技術先進的、覆蓋面最廣的網絡過濾系統」，這一系統由「同樣複雜的法律法規體系」所支撐。

中國是少數以獨立的法律來控制網上言論的國家之一。這些法律規定實際上還是把互聯網等同於傳統媒體，就像對待傳統媒體一樣來對待互聯網；在某些方面，對網絡信息傳播的監管和限制，還超過了對於傳統媒體的監管和限制的力度。這主要表現在以下幾個方面：

首先，《互聯網出版管理暫行規定》以一個不符合國際慣例的擴大化的「互聯網出版」概念，來解釋和約束網絡世界的複雜行為：它不區分經營性與非經營性的互聯網信息提供者，不堅持複製發行這一「出版」概念，更不區別自己的作品與他人的作品，將幾乎一切有選擇性的登載和發送作品的信息傳播行為均納入「互聯網出版」的主體審查制度。

其次，政府不僅全面控制與互聯

網有關的基礎設施建設，而且還通過專門的法律，使政府有關部門可以直接介入對網絡內容的控制和管制。

《互聯網信息服務管理辦法》和《互聯網電子公告服務管理辦法》明確規定：欲從事互聯網信息服務，須向主管機關申請，核准後方能實行經營性信息服務，而非經營性信息服務也需要備案後方能實行。對於電子公告(BBS)部分亦規定：未經專項批准或專項備案手續，任何單位或個人不得擅自開展電子公告服務。

再次，針對網絡新聞的管制發布了《互聯網新聞信息服務管理規定》，明確了「互聯網新聞」是指時政類新聞信息，包括有關政治、經濟、軍事、外交等社會公共事務的報導、評論，以及有關社會突發事件的報導、評論。對「互聯網新聞信息服務」的界定，則包括通過互聯網登載新聞信息、提供時政類電子公告服務和向公眾發送時政類通訊信息。將時政類BBS、短信列為互聯網新聞的兩大類，這是以往沒有的。根據此規定，非新聞單位設立的互聯網新聞信息服務，應當經國務院新聞辦公室審批；新聞單位設立的登載超出本單位已刊登播發的新聞信息的互聯網新聞信息服務，也應當經國務院新聞辦公室審批，而且此種單位應當是中央新聞單位，省、自治區、直轄市直屬新聞單位，以及省、自治區人民政府所在地的市直屬新聞單位；僅登載本單位已刊登播發的新聞信息的互聯網新聞信息服務，應當向國務院新聞辦公室或者省、自治區、直轄市人民政府新聞辦公室備案。

除了規章的限制，中國還在互聯網上設置了過濾系統。這種過濾遍及應用、接入點、ISP和骨幹網等各個層面，影響到網站、電子郵件、論

中國「運行着世界上範圍最大的、技術先進的、覆蓋面最廣的網絡過濾系統」。中國是少數以獨立的法律來控制網上言論的國家之一。《互聯網出版管理暫行規定》以一個不符合國際慣例的擴大化的「互聯網出版」概念，將幾乎一切有選擇性的登載和發送作品的信息傳播行為均納入「互聯網出版」的主體審查制度。

壇、大學BBS、即時通信、搜索引擎等各種類型的信息傳播。過濾的內容包括色情、法輪功、政治話題、少數民族話題等等。

隨着博客成為中國互聯網信息傳播的重要管道，有關部門已經將博客服務提供商(BSP)納入了互聯網內容服務管理的軌道。2004年3月，因博客討論的內容「出軌」，中國的三大BSP服務商blogcn.com、blogbus.com和blogdriver.com曾被短暫關閉。此後，中國的BSP都安裝了內容控制的軟件，並僱有專門員工對博客日誌進行動態的刪節和處理。

2005年，有非常明顯的跡象表明，政府在博客的控制上投入了更大的資源。「MSN共享空間」開始審查中國博客作者內容，對諸如「自由」、「民主」和「人權」等詞語進行檢查，微軟稱，作為一家跨國企業，其運作過程必須符合當地法律。一些國外的BSP接連被封：全球著名BSP服務商TypePad所提供的博客服務中，採用*.blogs.com二級域名的博客自6月21日起已被大陸屏蔽，如同之前長期遭屏蔽的*.blogspot.com的博客一樣。一周之內，Blogsome和Weblog.us也面臨了同樣的命運。

從3月到6月，關於《非經營性互聯網信息服務備案管理辦法》的爭論在互聯網上特別是眾多博客網站上蔓延開來。3月20日起正式實施的這一辦法，規定非經營性網站在一定期限內必須進行備案，未及時備案將關閉網站並可罰款一萬元。非經營性網站包括個人網站和個人獨立的博客日誌。《管理辦法》要求提供真實的個人資料，每年審核並且信息內容必須「合法」。新浪科技概括說：境內網站將有自己的「身份證」——備案登記

號^⑥。大量博客對此持恐懼和抵觸心態，認為備案帶來了網站所有者的實名制，備案後要將備案電子驗證標識放置在網站指定位置，還要鏈結到信息產業部備案管理系統以供查詢。這樣一來，網站管理者的身份一查即清，有利於當局對言論的控制。

凡此種種，都造成了對憲法確立的言論自由和通訊自由的侵犯，和對學術交流、信息傳播及電子商務活動的重大制約。

四 博客對中國社會的作用

儘管中國博客的發展很迅猛，但它對過億的網民仍然是一種嶄新的溝通和交流工具。

從中國目前活躍的博客群體來看，博客現象的興起代表着平民的崛起。過去的主導話語是國家主義的和精英主義的，而博客話語則是市民主義的，話語權力發生由集中走向泛化和分散。人民網的一位網友如此說^⑦：

信息化和民主化帶來的一個重要歷史性成果，就是平民取得了話語權，官員、記者、專家一統天下「喉舌」的時代——結束了！所有的「特權話語階層」人士，都必須適應這個平民話語的時代。

平民獲得了自己獨立的言說權力之後，「民意」開始在中國當代社會現身。由於大陸始終未能建立起一個能夠準確檢測民意和充分表達民意的機制，博客等網絡交流手段成為社會傳遞民意的有效途徑。

中國很少有「新聞自由」的提法，人們更習慣的是「輿論監督」一詞，但傳統媒體的輿論監督環境在不斷惡

博客現象的興起代表着平民的崛起。過去的主導話語是國家主義的和精英主義的，而博客話語則是市民主義的，「民意」開始在中國當代社會現身。當局對「民怨沸騰」的危機感十分強烈，政府要擺脫這種困局，辦法之一就是通過自由開放的媒體，提供有效的渠道讓公民參與國家事務。

從2003年開始，互聯網已經開始對中國輿論生態產生巨大衝擊，形成了網絡媒體上的「輿論監督」比傳統媒體的「輿論監督」來得更猛烈。博客作為一種高度個性化的新媒體，能夠鼓勵健康的個人主義的成長，推動中國社會養成自由表達的習慣，和聽取自由表達的習慣。

化。民意表達的另外一些渠道也不通暢，「上訪」經常遭受打壓，遊行示威、集會請願等，更是禁忌重重，「門雖設而常關」。自由公正的選舉更是遙遙無期。由於在現實社會中缺乏一套能充分容納民意表達、並將民意反映到公共政策和公共事務的決策和裁判中去的機制，大陸也就存在一種制度性的不穩定因素。對「穩定壓倒一切，責任重於泰山」的不斷強調，實際上既意味着當局對「民怨沸騰」的危機感之強烈，也意味着一種嚴重的政治焦慮。

政府要擺脫這種困局，辦法之一就是通過自由開放的媒體，鼓勵社會的良性互動，加強政府與百姓之間的直接溝通，提供有效的渠道讓公民參與國家事務。從2003年開始，互聯網已經開始對中國輿論生態產生巨大衝擊，形成了網絡媒體上的「輿論監督」比傳統媒體的「輿論監督」來得更猛烈、更尖銳的局面。博客的出現無疑會進一步促進公共論壇的形成和公共討論的發達。

同時，與傳統媒體相比，博客所表達的觀點和所體現的態度都更為複雜化和多元化。必須看到，處於轉型期的中國，經濟成分和社會構成都不再是「鐵板一塊」，傳統的意識形態已不能完全適應新的形勢，而新的思想信仰和價值觀念尚未完全形成。對這種新舊雜陳的局面，中國的受控媒體給出的描述和判斷往往是單一的、簡單化的，無助於形成對中國未來發展至關重要的批判的、創造性的、在思想上自主的個體。與之相反，博客作為一種高度個性化的新媒體，能夠鼓勵健康的個人主義的成長，推動中國社會養成自由表達的習慣，和聽取自由表達的習慣。

博客提高了中國社會的寬容度，而在一個充滿分歧和對抗的社會，寬容就是最偉大的美德。應力爭在此基礎上，構建一種嶄新的政治文化，使得曾經遭到極度否定的人的價值和權利——信仰和思想的權利、言論表達的權利、個人安全和尊嚴的權利、結社的權利、擁有財產的權利，等等——成為中國社會生活和政治生活的基石。

所以，我們可以認為，博客的興起，是中國公民社會成長的表現之一，更多個人通過網絡加入到公共領域中，有利於發揮公民享有的憲法權利，促進中國迫切需要的民主進程。

註釋

① Nicholas D. Kristof, "Death by a Thousand Blogs", *The New York Times*, 24 May 2005.

② Matthew R. Miller, "A Censored Market That Delivers", *International Herald Tribune*, 21 July 2005.

③④ 〈南方週末未能刊發的兩篇沙蘭鎮水災報導記者採訪手記〉，見 www.cncitizen.org/article.php?articleid=1406。

⑤ 〈網站將有「身份證」 六月未備案者將被關閉〉，見 <http://tech.sina.com.cn/i/2005-05-27/1641620215.shtml>。

⑥ 朱衛華：〈別拿「網絡民族主義」說事兒〉，見 <http://opinion.people.com.cn/GB/40708/3203547.html>。

胡 泳 中國人民大學國際關係學院政治系博士生，從事網絡研究十年，著有《網絡為王》等，譯有《數字化生存》等。