



ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

ទៅ ក្រុង ស៊ី អ៊ី

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

វិទ្យា បុគ្គលិក

បណ្ណាល័យ បុគ្គលិក



จากใจผู้เขียน

ผู้เขียนปิดงาน เจาะลึกสื่อจีน ในระหว่างวันหยุดตรุษจีน ต้นกุมภาพันธ์ 2006 ครบกำหนด 3 ปีของการเขียนหนังสือเล่มนี้ และครบหนึ่งปีที่ผู้เขียนมาปักหลักเขียนอยู่ที่ปักกิ่ง

ผู้เขียนจำเป็นต้องขีดเส้นตายให้กับหนังสือเล่มนี้ ไม่ให้ลากยาวเกินกว่า 3 ปี เพราะรู้ว่าจีนไม่กำหนดจุดจบ ก็ไม่มีวันจบ เพราะเหตุใดหรือ? เพราะสื่อเป็นสถาบันสำคัญสถาบันหนึ่งของสังคม การเคลื่อนไหวของสังคมดำเนินไปพร้อมกับการปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ของสื่ออยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมจีนภายใต้ระบอบปกครองสังคมนิยม สื่อเป็นเครื่องมือทางการเมืองโดยตรงของรัฐ จึงย่อมพลิกผันไปกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมตลอดเวลา ยิ่งเมื่อจีนเปิดประเทศดำเนินการปฏิรูปทางเศรษฐกิจ สื่อมวลชนจีนถูกกำหนดให้บทบาทหนักขึ้นกว่าเดิม คือต้องทำหน้าที่ให้ทิศทางเศรษฐกิจและการเมืองไม่ให้ยิ่งหย่อนกว่ากัน สื่อมวลชนทั่วประเทศจึงตั้งกองอยู่ในสภาพที่กวัดแกว่งอย่างรุนแรงตลอดเกือบ 30 ปีที่ผ่านมา

ก่อนหน้านี้ ผู้เขียนมีความคิดว่าจะปิดเล่มอยู่หลายครั้ง แต่ไม่สำเร็จ เมื่อพบว่า ความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนจีนยังไม่หยุดนิ่ง แม้การปฏิรูปสื่อจะดำเนินมาเกือบ 30 ปีแล้วก็ตาม แต่นโยบายของพรรคคอมมิวนิสต์จีนในการบริหารและกำกับดูแลสื่อยังไม่ชัดเจนถึงที่สุด ยังอยู่ในกระบวนการของการปรับทิศจับทางอยู่ ซึ่งในฐานะผู้วิจัย จะปล่อยให้การเปลี่ยนแปลงที่มีนัยยะสำคัญเหล่านั้นเกิดขึ้นโดยไม่ได้รับการกล่าวถึงไม่ได้ นั่นคือ งานวิจัยชิ้นนี้ต้องใช้เวลาในการติดตาม ปรับแก้ ยกร่างใหม่ ครั้งแล้ว ครั้งเล่าไม่ต่ำกว่า 5 ครั้ง

ตั้งแต่ปี 2004 เป็นต้นมา เมื่อพายุฝนที่ซัดกระหน่ำอย่างไม่ค่อยมีกัณขีทางผ่านไป เราก็เริ่มมองเห็นชัดขึ้นแล้วว่า รัฐนาวาสื่อของจีนกำลังถูกชักใบพายหน้าไปเข้าฝั่งที่ตรงจุดไหน ตลอดปี 2004 และ 2005 สถานการณ์สื่อทั่วประเทศช่วยยืนยันให้เกิดความมั่นใจว่า ทิศทางใหญ่ของสื่อมวลชนจีน ไม่น่าจะมีการพลิกผันไปจากที่เป็นอยู่ในขณะนี้มากนัก จะมีก็แต่เพียงติดตามดูต่อไปว่า นาวาสื่อฝูงใหญ่ซึ่งมีนายท้ายเรือคนเดียวกันฝูงนี้ จะพายหน้าโดยพร้อมเพรียงสู่ปลายทางที่รัฐชี้แนะไว้แล้วอย่างไรเท่านั้น

เจาะลึกสื่อจีน เป็นงานวิจัยขนาดใหญ่อีกเล่มหนึ่งของผู้เขียน และเป็นงานวิจัยชิ้นสุดท้ายที่จะฝากไว้ให้กับวงการวิชาการของไทย ย้อนหลังไปเมื่อ 8 ปีก่อน ธรรมเกียรติ กันนริ นักเขียนอิสระที่ผู้เขียนให้ความเคารพนับถือคนหนึ่ง กล่าวในโอกาสที่ผู้เขียนมอบหนังสือเรื่อง "สื่อมวลชนในญี่ปุ่น" ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ผู้เขียนใช้เวลาทำอยู่ 2 ปีให้ว่า "ที่จะทำงานวิจัยอะไรก็ตาม แต่ที่ต้องทำวิจัยเรื่องสื่อมวลชนจีน เพราะถ้าพี่ไม่ทำก็จะมีใครทำ"

ลำพังคำพูดเพียงไม่กี่คำของเพื่อนที่มีอายุอ่อนกว่า 2 วัน คงไม่ถึงกับทำให้ผู้เขียนกระโดดขึ้นมากับปากกา แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าในคำพูดไม่กี่คำนั้นมีแง่คิดที่เป็นสัจจะแฝงอยู่ไม่น้อย และเพราะเหตุนี้ สื่อมวลชนจีนจึงถูกจัดเข้าอยู่ในบัญชีรายชื่องานวิชาการ ที่ผู้เขียนตั้งใจว่าจะต้องทำให้ปรากฏขึ้นในชีวิตนี้

ผู้เขียนเป็นอาจารย์สอนวิชาสื่อมวลชนระหว่างประเทศ ที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นอาจารย์พิเศษสอนให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนอีกหลายแห่ง หลักในการสอนนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยของผู้เขียนก็คือ จะต้องให้อ่านหนังสือมากๆ ส่วนเวลาเรียนในห้องนั้น เป็นเวลาสำหรับการอภิปรายแลกเปลี่ยนแง่คิดความเห็น แต่น่าเสียดายที่นักศึกษาไทยยังไม่ได้รับการฝึกให้รักการอ่าน ยิ่งเป็นตำราภาษาต่างประเทศด้วยแล้ว มันคือยาขมหม้อใหญ่สำหรับพวกเขาดีๆ นี่เอง ประสพการณ์จากการสอนของผู้เขียนเอง การมอบงานให้นักศึกษาอ่านหนังสือภาษาอังกฤษแล้วมาอภิปรายกันในชั้น เกิดสัมฤทธิ์ผลน้อยจนไม่น่าเชื่อ เพราะนอกจากเด็กไทยทุกวันนี้ไม่รักการอ่านแล้ว ทักษะในการอ่านภาษาอังกฤษก็นับวันแย่ลง อ่านภาษาอังกฤษไม่แตก จับความไม่ได้

การผลิตตำราที่เป็นภาษาไทยจึงเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของครูบาอาจารย์ แต่ก็น่าเสียดายอีกเช่นกัน ที่ฝ่ายอาจารย์เองก็ผลิตตำราภาษาไทยออกมาน้อยมาก ชำร่วยผู้เขียนยังได้ยินกับหูอยู่บ่อยๆ จากเพื่อนอาจารย์ว่า การให้นักศึกษามหาวิทยาลัย โดยเฉพาะระดับปริญญาโท อ่านตำราภาษาไทย "เป็นการดูถูกนักศึกษา"

แต่ผู้เขียนชอบอยู่กับความจริง ทุกวิชาที่ผู้เขียนสอนจะต้องมีรายชื่อนี้หนังสือภาษาไทยให้นักศึกษาอ่านประกอบ อีกทั้งตัวเองก็ถือเป็นความ

รับผิดชอบที่จะต้องผลิตตำราภาษาไทย ที่มีเนื้อหาครอบคลุมขอบเขตรายวิชานั้นๆ เป็นแนวทางให้ผู้เรียนยึด

นอกจากตำราพื้นฐานเล่มใหญ่เรื่อง “โลกของการกระจายเสียง : จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์” พิมพ์ในปี 2003 แล้ว ก่อนหน้านี้ ผู้เขียนก็ได้ค้นคว้าวิจัยและเขียนหนังสือเกี่ยวกับสื่อมวลชนประเทศต่างๆ อีกหลายเล่ม อาทิ สื่อมวลชนในญี่ปุ่น สื่อมวลชนในอเมริกา สื่อมวลชนในอังกฤษ สื่อมวลชนในลาว จึงเป็นธรรมดาที่สื่อมวลชนในจีน ก็จะต้องเป็นอีกเล่มหนึ่งที่จะไปช่วยเพิ่มความรอบด้านให้กับองค์ความรู้ด้านสื่อมวลชนระหว่างประเทศ

ผู้เขียนเริ่มต้นงานวิจัยสื่อมวลชนจีนปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2003 ด้วยการเดินทางไปหาซื้อหนังสือที่ฮ่องกง ความตั้งใจในตอนนั้นก็คือ ฮ่องกงเป็นแหล่งรวมข้อมูลจากทุกฝ่าย ทั้งฝ่ายจีนเองและฝ่ายตะวันตก ทั้งข้อมูลภาษาจีนและภาษาอังกฤษ

การเดินทางครั้งนั้น ผู้เขียนพบว่าข้อมูลภาษาอังกฤษจากค่ายตะวันตกที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชนจีนมีน้อยมาก คงได้มาแต่เพียงหนังสือภาษาจีนจำนวนหนึ่ง ซึ่งก็มีส่วนช่วยกรุยทางให้กับการก้าวเดินสู่ระบบสื่อมวลชนของจีนได้บ้าง

เดือนตุลาคมปีเดียวกัน ผู้เขียนพร้อมสามี (นิรันดร์ อุดมฉันท) เดินทางไปเก็บข้อมูลที่กว้างโจว เซียงไฮ้ หังโจว และปักกิ่ง เป็นเวลาเกือบหนึ่งเดือน ได้ข้อมูลมือหนึ่งจากการเยี่ยมชมหน่วยงานสื่อ การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารองค์กรสื่อ การเปิดรับสื่อ การสังเกตสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับการทำงานของสื่อ รวมทั้งข้อมูลมือสองจากเอกสารและหนังสืออีกเป็นจำนวนมาก

ปี 2004 ผู้เขียนใช้เวลาตลอดปีกับการอ่าน รวบรวมเรียบเรียงความคิด และเฝ้าติดตามการพัฒนาเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนจีนจากเอกสาร หนังสือ และเว็บไซต์จำนวนนับไม่ถ้วนอย่างต่อเนื่อง

ปี 2005 ผู้เขียนหักมุมชีวิตตัวเองด้วยการรับจ้างรัฐบาลจีน กินตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญประจำสถานวิทยุระหว่างประเทศของจีน (China Radio International - CRI) ในกรุงปักกิ่ง ปักจี้ที่ช่วยให้ตัดสินใจเปลี่ยนเส้นทางชีวิต ในครั้งนั้น มีปักจี้เรื่องโอกาสที่จะได้ใกล้ชิดแหล่งข้อมูล เพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์เป็นองค์ประกอบด้วย

เจาะลึกสื่อจีน เป็นความพยายามของผู้วิจัยที่จะทำให้เป็นหินปูทางก้อนแรกๆ สำหรับการก้าวเดินไปสู่ความเข้าใจที่ลุ่มลึกขึ้นเกี่ยวกับระบบสื่อมวลชนของจีน แนวทางการวิจัยจึงคำนึงถึงภาพรวมที่มีความครบถ้วนรอบด้านทั้งในมิติของเวลา (time) คืออดีตต่อเนื่องถึงปัจจุบัน และในมิติของการกินพื้นที่ (space) คือครอบคลุมสื่อทุกชนิดทุกประเภท ผสมผสานกับการวิเคราะห์สังเคราะห์ด้วยภูมิปัญญาส่วนตัวของผู้วิจัยเอง และเนื่องจากได้พิจารณาตัวที่จะเป็นหินปูทางก้อนแรกๆ ผู้วิจัยจึงย่อมมีความชอบธรรมที่จะได้รับการอภัยจากผู้อ่าน หาก **เจาะลึกสื่อจีน** เล่มนี้จะมีความขรุขระไปบ้าง วกวนบ้าง ขาดความสมบูรณ์ในบางแง่บางมุมไปบ้าง ฯลฯ

เจาะลึกสื่อจีน คือสิ่งพิสูจน์พลังกายและพลังใจครั้งใหญ่ที่สุดของผู้เขียน มันไม่เพียงแต่ดูดซับพลังทั้งกายและใจของผู้เขียนตลอด 3 ปีไปเท่านั้น หากยังดูดซับด้วยปริมาณที่เท่าๆ กันจากบุคคลที่สองที่อยู่ใกล้ชิดที่สุดกับผู้เขียนไปด้วย เพราะลำพังความสามารถด้านภาษาจีนของผู้เขียนคนเดียวคงไม่รอ่านับภารกิจอันท้าทายที่คุณธรรมเกียรติฯ ฝากฝังให้เป็นแม่นมั่น

คุณนิรันดร์ อุดมฉันท์ คือบุคคลที่อยู่เบื้องหลังผลงานวิชาการทุกเล่มของผู้เขียนที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น เป็นผู้ที่คอยให้การหนุนช่วยด้วยกำลังกายและกำลังใจอย่างทุ่มเทและเสียสละ แต่ทุกเล่มที่ผ่านมา ผู้เขียนยังไม่เคยให้เครดิตแก่ชื่อนิรันดร์ อุดมฉันท์เลย ด้วยถือว่าเราสองคนเป็นเสมือนหนึ่งบุคคลเดียวกัน หากแต่ครั้งนี้ ฝีมือผู้เขียนจะไม่เอ่ยอ้างถึงเขาในฐานะผู้ร่วมวิจัย ก็คงเป็นการผิดมารยาททางวิชาการ จนอาจกลายเป็นการหลอกลวงผู้อ่านอย่างชนิดที่ให้อภัยไม่ได้

ร้อยละ 99.9 ของข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้มาจากแหล่งข้อมูลภาษาจีน การค้นหา การอ่าน และการแปลถ่ายทอดให้ผู้ร่วมวิจัยอีกคนหนึ่งรับรู้โดยเท่าเทียมกัน กระทำผ่านคุณนิรันดร์ฯ ทั้งสิ้น คำพูดที่ว่า “ยืมจมูกคนอื่นหายใจ” เป็นความรู้สึกของผู้เขียนตลอดเวลา 3 ปีที่ชุลออยู่กับงานชิ้นนี้ โชคดีเหลือเกินที่คุณนิรันดร์ฯ ไม่ใช่ “คนอื่น” **เจาะลึกสื่อจีน** จึงสามารถออกมารับใช้ท่านผู้อ่านได้อย่างที่เห็น

พลังใจอันแน่วแน่ในการทำงานชิ้นนี้ ยังพิสูจน์ให้เห็นจากความไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคขวากหนามทุกอย่างของเราสองคน **เจาะลึกสื่อจีน** เป็นงานวิจัยที่ผู้เขียนทำด้วยงบประมาณส่วนตัว แม้จะถูกเมินเฉยจากแหล่งทุนที่ควรให้การ

สนับสนุน แต่เราทั้งสองก็ตัดสินใจเดินทางด้วยตระหนักชัดแก่ใจในคุณค่าของงานที่ตัวเองกำลังทำอยู่

ผู้วิจัยขอขอบคุณหน่วยงานสื่อมวลชนจีน เพื่อน ๆ สื่อมวลชนจีน นักวิชาการจีน ที่ให้ข้อมูลอันมีค่าแก่งานวิจัยนี้ ขอขอบคุณคุณจื๊อศักดิ์ เจริญ ผู้เปิดทางให้ผู้วิจัยได้รู้จักกับบุคคลที่มีคุณูปการเหล่านั้น ขอขอบคุณคุณไสว วิศวานันท์ ผู้มองเห็นคุณค่าของงานวิจัยนี้ อุตสาหะหาซื้อหนังสือมาฝากจากประเทศจีน และยังช่วยอ่านผลงานวิจัยนี้ด้วย ขอขอบคุณสถานีวิทยุระหว่างประเทศแห่งชาติของจีน (CRI) ที่ซึ่งผู้เขียนใช้เป็นฐานในการทำงานวิจัย ขอขอบคุณเว็บไซต์จีนที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะอันมีค่าจำนวนนับไม่ถ้วน และขอขอบคุณสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิภา อุตมฉันท์

กุมภาพันธ์ 2006

ปักกิ่ง

เจาะลึกสื่อจีน

คำนำ ผู้อำนวยการสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คำนิยม รองผู้อำนวยการศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา
จากใจผู้เขียน

สารบัญ

สารบัญตาราง แผนผังและกราฟ

1	หนึ่งศตวรรษของสื่อมวลชนจีน	1
	กำเนิดสิ่งพิมพ์ปลายราชวงศ์ชิง	2
	สิ่งพิมพ์ยุคสงครามกลางเมือง และสงครามต่อต้านญี่ปุ่น	4
	กำเนิดวิทยุในยุคสาธารณรัฐ	7
	วิทยุในเขตอิทธิพลของพรรคคอมมิวนิสต์จีน	9
	กำเนิดโทรทัศน์ท่ามกลางความผันผวนทางการเมือง	11
	การปรับบทบาทและโครงสร้างสื่อภายหลังการปฏิรูปเปิดประเทศ	14
2	ลักษณะพิเศษของสื่อมวลชนจีน	19
	สื่อมวลชนจีนเป็นสื่อในระบอบสังคมนิยม	19
	“เสรีภาพ” ต้องคู่กับ “ความรับผิดชอบ”	21
	- ต้องไม่สวนทางกับแนวทางนโยบายของพรรคฯ และรัฐ	23
	- ต้องถือผลประโยชน์ของชาติเป็นที่ตั้ง	24
	- ต้องยึดหลักกระชับมิตรกับทุกประเทศ	25
	- สื่อจีนเป็น “ทั้งสื่อเพื่อสาธารณะ” และ “สื่อเพื่อการค้า”	26
3	สภาพทั่วไปของสื่อมวลชนจีน	32
	ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อมวลชนจีน ณ ปี 2004	32
	โครงสร้างการกำกับควบคุมสื่อ	36
	- สำนักงานบริหารกิจการหนังสือพิมพ์และการพิมพ์แห่งชาติ (GAPP)	37
	- สำนักงานบริหารวิทยุ ภาพยนตร์ และโทรทัศน์แห่งชาติ (SARFT)	39

- กระทรวงอุตสาหกรรมสารสนเทศ (MII)	42
- กระทรวงวัฒนธรรม (MOC)	42
- สำนักข่าวซินหว่า (Xinhua News Agency)	43
- ฝ่ายโฆษณาการของคณะกรรมการกลางพรรคคอมมิวนิสต์จีน	43
- กฎหมายสื่อมวลชน	45
- กฎหมายออกโดยสภาผู้แทนประชาชนแห่งชาติ	46
- กฎระเบียบออกโดยคณะรัฐมนตรี	46
- ข้อกำหนดหรือระเบียบปฏิบัติออกโดยหน่วยงานระดับกระทรวง หรือสำนักงานเทียบเท่า	47
- ข้อกำหนดร่วมจากหลายกระทรวง	49
- แนวโน้มการปฏิรูปโครงสร้าง	50
4 สำนักข่าว	52
สำนักข่าวซินหว่า	53
- ภูมิหลังทางการเมือง	53
- ขนาดโครงสร้างและบทบาทขององค์กร	54
- xinhuanet.com	59
สำนักข่าว “จิงซิน”	60
5 สื่อสิ่งพิมพ์	64
กฎหมายสิ่งพิมพ์	65
- การจดทะเบียนสิ่งพิมพ์	67
- การควบคุมเนื้อหาของสิ่งพิมพ์	68
- การจัดจำหน่าย	70
- การนำเข้า	70
- การโฆษณา	71
- สิ่งพิมพ์ที่รัฐสนับสนุน	71
สื่อสิ่งพิมพ์ภายหลังเปิดประเทศ	72
- กลไกตลาดกับการเปลี่ยนแปลงในทศวรรษ 1980	73
- การขยายตัวอย่างไม่มีขอบเขตในทศวรรษ 1990	74
- การผ่าตัดครั้งใหญ่ในปี 2003	75

17 เรตติ้งกับการควบคุมและการยกระดับด้านเนื้อหา	330
การควบคุมและติดตามตรวจสอบ	330
การให้รางวัลส่งเสริมคุณภาพ	334
การกำจัดสื่อผิดกฎหมายและด้อยคุณภาพ	335
การสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ทั่วประเทศ	337
เรตติ้งกับการยกระดับคุณภาพสื่อ	341
18 คนสื่อ	349
การผลิตบุคลากรสื่อ	349
สถานภาพของคนสื่อ	354
ปัญหาจริยธรรมในวิชาชีพสื่อ	359
19 ตลาดโฆษณา	370
โฆษณาในยุคแรก	371
ตลาดโฆษณาในปัจจุบัน	375
- โฆษณาทางโทรทัศน์	377
- โฆษณาทางวิทยุ	378
- โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์	378
- โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	379
- โฆษณานอกสถานที่ (outdoor ad)	379
การโฆษณาเพื่อประโยชน์สาธารณะ	380
เอเยนซีโฆษณา	381
- เอเยนซีข้ามชาติรุกเข้าตลาดจีน	382
- 10 เอเยนซียักษ์ใหญ่ต่างชาติในตลาดจีน	384
คุณภาพมาตรฐานสากล	385
กฎหมายควบคุมการโฆษณาสินค้า	387
20 สื่อต่างชาติ	397
การเปิดตลาดสื่อให้ต่างชาติ	397
- โทรทัศน์ดาวเทียมของต่างชาติ	400
- ตลาดภาพยนตร์	402
- ตลาดคำปลั๊กและคำส่งสิ่งพิมพ์	405

- ตลาดโฆษณา	406
- ตลาดอินเทอร์เน็ต	407
กลยุทธ์การเจาะตลาดจีน	407
ความเคลื่อนไหวของสื่อต่างชาติในตลาดจีน	410
- Newscorps	410
- Viacom	413
- Warner Brothers	415
- Disney	417
- Bertelsmann	417
- Sony	419
- Dow Jones	420
- Reuters	420
- Sun Satellite TV	421
21 การรับมือกับ WTO	425
ผลกระทบของ WTO	427
การรับมือกับผลกระทบทางการเมือง	429
การรับมือกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ	432
การรับมือกับผลกระทบด้านเทคโนโลยี	433
การรับมือกับผลกระทบด้านวัฒนธรรม	435
บทเรียนจากพื้นที่ทดลองเปิดรับสื่อต่างชาติเขตมณฑลกว่างตุ้ง	437
22 สื่อจีนในเวทีโลก	441
สื่อจีนออกนอกประเทศ	442
- วิทยุกระจายเสียง	442
- โทรทัศน์	444
- สิ่งพิมพ์	445
- สำนักข่าว	446
- อินเทอร์เน็ต	446

กลยุทธ์ออกสู่สากล	446
จุดอ่อนและจุดแข็งของสื่อจีน	450
ภาคผนวก	
ประวัติการพัฒนาของสื่อมวลชนจีน	454