

广州：文化与生活方式丛书

广州的 文化与传播

GUANGZHOU DE WENHUA YU CHUANBO

李大华 周翠玲 编著

什么改变了我们的生活方式



中山大学出版社



广州：文化与生活方式丛书

广州的文化与传播

GUANGZHOU DE WENHUA YU CHUANBO

李大华 周翠玲 编著



中山大学出版社

·广州·

图书在版编目 (CIP) 数据

广州的文化传播/李大华, 周翠玲编著. —广州: 中山大学出版社, 2009. 9

(广州: 文化与生活方式丛书)

ISBN 978 - 7 - 306 - 03462 - 5

I. 广… II. ①李… ②周… III. 文化事业—研究—广州市
IV. F127. 651

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 164085 号

出 版 人: 叶侨健

策划编辑: 阮 继

责任编辑: 李海东

装帧设计: 古 晓

责任校对: 李海东

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州市怡升印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 9.5 印张 261 千字

版次印次: 2009 年 9 月第 1 版 2009 年 9 月第 1 次印刷

印 数: 1 - 2000 册 定 价: 28.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

目 录

文化是一种生活方式 (代序)	1
一、“珠江模式” 先知先行	4
▶ 孕育于竞争中的“珠江模式”	5
多种压力一种选择	5
总体改革新思维	7
“珠江模式” 一石千浪	13
▶ 三大板块锐意创新	18
活用新闻信息服务市场	18
个性化主持的出台	20
热线电话的互动革命	24
▶ 旧平台新功能	26
功能定位的更新	26
致力于办看得见的广播	30
广播创造大众娱乐	32
二、“广货北伐” 的启示	36
▶ 不仅仅是“北伐”	37
“广货” 源流观	37
作为现象的“广货北伐”	39
“广货” 引领的观念更新	44
▶ 创新求变为道	48
求变制胜创造市场	48
专业创造品牌	51
“广货” 扩张新战略	55
▶ 文化平台的内强策略	59
文化：既是内核也是外延	59
文化产业也“北伐”	63

关于“新粤商”的主题词	65
-------------	----

三、岭南文化时报：在岭南看中国	69
-----------------	----

▶ 上世纪 90 年代的思考转换	70
反思、检讨与设计	70
边缘与批判立场	76
批判是建设的前提	79
▶ 以小报为大报	85
担当大报的作为	85
专版组织中的事事关心	88
岭南文化的更新视野	94
▶ 价值标尺的检验	99
阅读：精神高地	99
参与：面向田野	101
一个城市与一份报纸	104

四、先行培育的市民社会	107
-------------	-----

▶ 市民社会的基础	108
单位的“解构”	108
公益：互助作为组织资源	110
民意调查第一步	117
▶ 第三种力量的先知先动	120
始于身边的社区管理	120
转变中的行业社团角色	129
网络平台与网络公民	133
▶ 民主政府的推进与成长	138
“广东现象”的由来	138
“家常便饭”听证会	141
维权意识在苏醒	143

后 记	147
-----	-----

■

什么改变了我们的生活方式；
谁引导了广州的文化潮流？

文化是一种生活方式（代序）

不管存在着多么纷呈的看法，也不管理论的探讨是否已经有了一个明晰的结果，广州人领潮流之先的生活方式已经被人们竞相效仿。近 30 年来，全国各地无数人对广州的选择，其实就是对一种生活方式的选择，进而也就是对一种文化模式的选择。正如美国城市建筑学家刘易斯·芒福德所言：“城市是文化的容器。”在这个意义上，城市的生活方式就是城市的文化模式。

显然，作为 2000 多年的历史名城，广州的魅力和气质并不呈现在历史上的三朝十帝的皇家气象上，也不规范在森然的礼仪典章里，而是体现于一系列的矛盾组合中：广州人的务实、低调、乐天悠然与“饮头啖汤”的开拓精神；广州的边缘性、非主流性与作为近代中国一度的政治中心与外贸中心的地位；广州社会的现代性与民间传统的“古风犹存”……种种矛盾的因素和谐地并存着，使广州社会在扑朔迷离中异彩纷呈。

历史上，这一扑朔迷离中的异彩纷呈也正是岭南的特征。“九死南荒吾不悔，斯行奇绝冠平生”，如果这句诗不是被贬谪岭南的北宋大诗人苏东坡表达的浪漫和豪迈，至少也算是他对岭南山川奇胜所抒发的欣赏态度。确实，在北国人看来，自五岭逶迤以南，满目便是奇异的风土，充耳是呕哑的粤音，往来交接的是蛮荒的习俗。于是，南来的人多半会有去国怀乡的零落之感、孤篷万里的身世之悲，而真的久居下来了，却又像老马恋栈，尽管未“日啖荔枝三百颗”，也分明愿意“不辞长作岭南人”。实际上，岭南的偏隅不仅使它成为在中原以外的一方奇异乐土，而且成为了一个不易破解的矛盾的组合：既是瘴气蛮烟之地，又是物产丰饶的宝国；既是“蛮语”难越的边陲，又是张眼看世界的窗口。在政治命运和革命历史进程的选择中，一方面，岭南远离中国儒家伦理政治的中心；另一方面，在近代，岭南却又责无旁贷地成为了中国民主革命思想的策源地。改革开放的 30 年，岭南更成为了中国经济和政治体制改革先行一步的前驱。

正是这种复杂性，使“岭南文化”随着岭南社会在近 30 年

间的变化发展，逐渐成为了学术研究中的“显学”，与各种地域文化相提并论。但在对岭南地域文化的研究中，一种不容忽视的共识就是文化方式的“平民性”——渗透在茶香花香中的点点滴滴。

文化是依人而言的。在这里，人创造了文化，同时也是文化选择的结果。从文化是人类精神和物质生活总和的最基本的定义出发，广州文化就是广州的复合的生活方式而已。

在这一复合的生活方式中，敢为人先、先行一步不仅是广州人最重要、最突出的精神品质，而且是最引人注目的行为特征。从历史到今天，这一精神引领着广州人创造了许许多多的第一，创造了今天举世瞩目的经济奇迹。而且，大量的事实已经证明，开放的广州对人的尊重与包容、对生命自由的追求的精神内核，最适宜文化的创造与共享和人们的生存与发展。

因此，与其认为文化是一种理论指导，倒不如说，文化是广州的生活方式。衣食住行的品质追求、工商活动的展开以及城中人的故事都可看做“文化”的体现与传承。认识广州以及广州人，一切文化解释系统都不及生活方式来得彻底和全面。

本丛书旨在把“文化”从理论框架与抽象的描述中进行具体的还原，从“文化与生活方式”的角度揭示广州城市和广州人的独特的价值观、文化精神以及审美趋向等。我们关注的不仅是文化被创造与享用的过程，更强调文化深入生活的各种细节与层次。它将层峦叠嶂地体现广州社会无与伦比的丰富性。故本丛书以如下的题目为宗旨：什么改变了我们的生活方式；谁引导了广州的文化潮流？

本丛书不进行理论抽象，而选择一批领潮流之先的“行业”现象作为载体，阐释广州独步时代的必然性——也说明广州的被仿效，实际上是人们对自主、多元、个性化生活方式的选择与尊重。

第一卷以《广州的深度组合》为题，选择了会展业、报业、居住革命文化以及娱乐文化作为切入话题。

第二卷《广州在期待解释》、第三卷《广州的主题生活》分别展示广州的精致丰富与追求卓越的品质。

第四卷《广州的空间辐射》是对广州社会影响力延伸的讨论。

■

第五卷《广州的文化与传播》延续了对广州先行一步探索的聚焦。

早在 20 世纪 30 年代，就有学者总结了广州文化的三个特点：平民的而非精英的，本土的而非外来的，未完成的而非固定的。这样的阐释现在看来依然是恰当的。以下借用《南方都市报》对广州城市精神的解释进一步说明这一问题并作结本序文。

我们坚持认为，广州的城市精神需要重新叙说。这种叙说的目的不是停留在“如数家珍”的层面上，更不是为了制造一种地域性的文化自恋，而是指向一种城市文化自我意识的觉醒。以往习以为常的所谓“平民精神”、“实用主义”乃至对于“岭南文化”的褊狭理解，在这里都要重新受到质疑。比如在广州“土著”潘达微身上，就比较集中地体现了广州精神的另一面。他既是勇敢的革命家，又是一个开风气之先的先锋艺术家；既是一位社会慈善家，同时又是一位看破红尘的出家人。凭着他的才能，他完全可以建功立业（无论是社会政治还是文化艺术方面），但他却淡泊名利，毅然斩断尘缘。强烈的世俗关怀与超验的宗教情愫、宏大的社会理想与细微的艺术感受，竟然能如此天衣无缝地集中在一个人身上——在这个以自身生命的丰盈而超越了世俗归类、无法定义的人物身上，可能恰恰体现了广州文化失传已久的精髓。（《南方都市报》2003 年 3 月 3 日）

我们期望在日常中体察广州，在体察中发现潮流因我们而改变。



一、“珠江模式” 先知先行

在传统的广播面对多重生存竞争的压力下，广东广播界一群先行者预知广播所能产生的巨大的社会与经济价值，先行一步掀起了具有里程碑意义的改革。从改革广播事业的形式与内容开始，创造了以三大板块构成的“珠江模式”，一石千浪，实现了广播事业方向性的转变，也带动了广播娱乐方式等的更新，重现了广播的特质与功能。“珠江模式”风行20年，在岭南先行一步的社会改革实践中，是广东贡献给全国的又一大改革创新的示范版本。

▶ 孕育于竞争中的“珠江模式”

多种压力一种选择

20年后的今天，当年广东广播改革先行一步的主要策划者余统浩，谈起当年的这场改革，首先是提到了其紧迫性，是紧迫性带来了使命感。他谈到当日两个层面的形势所迫：一是“不改就活不下去了”，二是改革是“筹谋已久、应运而生”。就是说，推行改革在当时已经是一种不能不选择的选择，同时，也是“到时候了”，是全社会的改革大势推动下的必然趋势。

推行改革在当时已经是一种不能不选择的选择。



余统浩再谈当年

所谓谋事在人，成事在天，当年广东广播改革的成功是天时、地利与人为协同的结果。

摸着石头过河的岭南社会大变革的实践，给各行业带来了新的机遇和压力，作为大众传播媒体，广东广播界当然也不例外，也面临着多重特殊的竞争压力。余统浩介绍说，当年的压力，一是来自开放环境下境外广播的冲击。香港的广播频道，曾经夺走广东电台七成左右的听众，当日岭南所形成的对香港追逐的“香港热”，广播的传播也是渠道之一。二是来自电视业迅猛发展的压力。作为新的传播模式，电视以声、影、像俱全的方式直接冲击了单一地以声音为媒介的广播事业，电视的迅速发展和普及迫

使广播进入了“低潮期”。三是经济改革的压力。迅猛发展的商品经济向广播提出了建立为经济建设服务平台的要求，广播要具备为社会服务的功能。因此，不改革就要被现实淘汰，就会丧失生存的空间。在这种现实的紧迫性下，广东广播人感受到强烈的使命感。

1979年实施开放政策后，由于停止了一直以来对境外电台电波的干扰，香港广播电台的中波广播就长驱直入毗邻的广东。尤其是他们推出的《港澳直通车》等以内地听众为对象的节目，迅速地占领了内地听众市场。

一时间，香港商业电台以市场为导向的广播操作模式一边倒地吸引了广东以及内地的听众。所谓市场导向，就是一套成熟的能满足听众需求的广播运作方式。以主持人为纲安排各类节目，以鲜活的新闻资讯和娱乐节目为主体，尤其是半小时一次新闻的传播，多姿多彩地迅速传达了各类社会资讯，这些资讯带给了广州人外面世界的精彩。同文同语产生的文化认同的力量是巨大的。作为最直接的信息传播渠道，香港电台的实时传播占领同是粤语地区的听众市场，当然是顺理成章的事情。

这时期，广州人几乎像香港人一样熟识香港，像香港人一样接受电台活泼多变的自由传播方式。

这样的态势对广东广播人的冲击是极大的。听众市场的萎缩，同时意味着生存的压力。在全社会大变革的形势下，不进则退，不变革就衰亡，这是当日的大势。这迫使身处改革浪尖中的广东广播人进入了思考与行动。

显然，来自香港广播界的这一外来的竞争压力，一方面挑战了本土的广播模式，另一方面又启发了广东广播人的视野和思路，成为直接拿来的借鉴范例。同时，电视事业的繁荣同样启示了广播听众的需求趋势：单一地以声音作为媒介的传播模式也必须进入改革时代。

回顾广东广播界这一场里程碑式的改革，可以看到当日的广播人不同阶段的思考与实践，折射了广东广播界成功进入市场的不同的成长阶段。

1979年到1985年，这时期进行的是局部改革，借鉴香港电台流行的广播形式，探索一套适合广东听众市场的广播运作模

同文同语产生的
文化认同的力量是巨
大的。

式，就是尝试性地进行单项改革，主要对专题、新闻、文艺、播音等从内容到形式进行逐步改革。如从1981年起，以广东电台社教部为试点，在全国率先酝酿试办香港电台式的最具特色、也是最受欢迎的“主持人”节目，以人带动节目的制作与运作这一试点从改革整体播音风格开始而改革节目的内容；从1985年起开始试办“大板块节目”，以新闻与信息作为主体改革广播的内容。

传播媒介历来是党的宣传工具，这种以境外电台为模仿对象的“引进境外广播形式”进行的探索，是与当时整体社会改革方向的争论紧密相连的。因此，在这样的争议中探索，随时有夭折的危险。从局部的、单项的尝试开始，不失是一条符合现实的探索道路。但探索的结果也证明，这些局部的改革只获得局部的成效，是一些小动作，广东广播事业仍然处于发展的低谷，面临着巨大的命运的挑战。

总体改革新思维

虽然20多年过去了，与当年新任副台长的余统浩谈起这一改革往事，他的每一项记忆都宛然眼前。他就从总体改革行动开始推行的1984年的社会背景谈起：

1984年秋冬，组织派我到北京广播学院进修，在北京我了解到小平同志为《经济参考报》题词：“开发信息资源，服务四化建设”；还听到中央一些新闻单位正在酝酿开办“经济电视台”。

从这一信息来源的背景中，他敏锐地感到，当日社会的发展需要已经吹响了广播总体改革的号角，也为改革提供了各方面的社会基础。

他们行动的第一件事就是“自发的社会调查”。

当日，广东台的一批年轻同事陈扬、陈永光、刘绍辉、何穗怡等，对香港电台的大规模“入侵”与冲击感到震惊，同时也心存疑问，希望能清楚地了解这种竞争力量的源起与去向。他们自发地组织了收听调查，范围覆盖了广州城最繁荣的上下九路至北京路，每天访问数家商店与住家，调查他们的收音机接收的是我台还是外台的广播。经过一周的调查，结论是：我三彼七，或我二彼八，就是说在广州市区的中心生活区域，我台只占有两三成的收听率。

从局部的、单项的尝试开始，不失是一条符合现实的探索道路。

当日社会的发展需要已经吹响了广播总体改革的号角，也为改革提供了各方面的社会基础。

这次社会调查的结果以及当日面对的生存现状令他们迫切地认识到，不进行改革就是死路一条。

在这种情况下，1984年底，珠江经济电台开始了改革筹备的酝酿。次年初，由当时的副台长余统浩提议，在副厅长兼台长陈克的坚定支持下开始了全面的改革运作。



原广东省广播电视厅副厅长、原广东人民广播电台台长陈克

1985年2月25日的台长办公会议具有分水岭的决定性意义。这一天，陈克台长主持并决定成立以余统浩为首的8人筹备小组（其他成员是沈云光、陈连峰、陈扬、周郁、罗海岳、黄宪辉、李一萍），命名为“广东商业电台筹备小组”。在该小组领导下，以广东电台第二套广州话播出的节目为改革试点对象，进行总体改革的可行性论证和策划，有序而低调地展开一系列的改革动作，决意从香港商业电台的冲击中收复广东广播事业的河山。

1985年3月中旬，筹备组在番禺宾馆召开两天会议，会议后期特邀中共广东省委宣传部新闻出版处处长黎秀洪和科长潘辉明（现南方电视台党委副书记）出席，共同研究，着手起草《关于筹办珠江经济广播电台的请示报告》。该报告首次提出广东电台创办系列台的改革方案，作为系列台的第一步，将广东台的第二套节目改办为“珠江经济广播电台”，引入全新的广播形式，创新信息传播方式，为经济界和广大听众服务。该报告就电台的宗旨、台型（大众型、信息型、服务型、娱乐型）节目内容、广播形式作出了原则性描述。

决意从香港商业电台的冲击中收复广东广播事业的河山。

筹备小组成员在番禺宾馆合影



接下来，3月23日将报告呈报中共广东省委并转呈国家广电部征求意见。7月1日，省委批准了报告，省委书记林若批示：“这个设想很好，请抓紧施行。”省长梁灵光批示道：“这种开拓创新的精神是好的，应予支持。”8月16日，国家广电部批复同意了这份报告。

余统浩谈到当年推行的改革细节，特别提到“低调”这两个字。当日，余统浩将筹备组全体人员召集到一起的时候，曾有三大约法：我们要干一件前人没有干过的大事，为了减少失误，化解阻力，我们要做到：一、不能有名；二、不能谋利；三、不能内耗。

珠江经济广播电台
陈云题词

中共中央政治局
常委陈云为珠江
经济台题词

经历过改革开放岁月的人都很清楚，当日任何一种对旧体制的触动，都与当时全社会前无古人的改革探索一致，是“摸着石头过河”，有风险不说，还是在没有借鉴的前提下进行的，事实上有多少成功就有多少的夭折与失败。前无古人、没有借鉴就是当日全社会改革面临的主调，何况是作为党的宣传工具的广播事业，面临的深浅难以预测。

而正是这“约法三章”，保证了广东广播事业改革各环节的顺利进行。

由于这“约法三章”，改革筹备小组的成员都像隐身人一样：珠江台开台的新闻发布会上没有露面；开台的纪念画册上没有身影，依照约法三章的“低调”而藏身幕后。他们都很清楚，改革的试验才刚刚开始。对于打破行政区域的限制，把珠江经济广播电台办成珠江流域多层次、多需要的总体改革的设计，他们还有漫长的路要走，还需要很多的探索与实践。

前无古人、没有借鉴就是当日全社会改革面临的主调。

对于打破行政区域的限制，把珠江经济广播电台办成珠江流域多层次、多需要的总体改革的设计，他们还有漫长的路要走，还需要很多的探索与实践。



珠江经济广播电台
开播揭幕仪式

在最敏感的利益分配中，改革筹备小组成员同样地遵循“约法三章”。他们曾配合广告部门分头出击，以“广告预付款”的方式筹到400万元广告款，按当时电台的规定，个人是可以提成劳务费的，但成员们分文不取。

他们清醒地认识到，必须以几乎苛刻的自律方式让自己屹立在道德高地上，才能在自我保护的基础上，保证改革事业的顺利进行。

一切都别无选择，只有放弃了个人利益与名利的追求，才能在改革的风口浪尖上走出一条路来。

从1985年2月25日启动筹备工作到1986年12月15日开台直播，珠江经济电台的改革筹办历时了22个月。

1986年12月15日凌晨5点，随着激荡人心的音乐“珠江，珠江，珠江通四海，经济第一台”呼号的响起，标志着中国内地第一个直播电台诞生——珠江经济广播电台终于开播了。它是广东广播人对广播事业改革的全新理念的实施，在岭南先行一步的社会改革实践中，广东再一次贡献了全新的示范模式。

主持人周郁、黄曦的
第一声呼号



《珠江晨曲》节目
主持人周郁、黄曦



主持人周郁和黄曦成功完成了从清晨5点到8点的直播板块《珠江晨曲》。在这三个小时里，《珠江晨曲》节目涵盖了新闻报道、市场信息、气象预报、歌曲等丰富多彩的内容，开创了新的演播模式。

余统浩回忆到：

记得开台第一天的凌晨，当主持人周郁和黄曦走出直播室的时候，我和刘东元总工迎上前去，送上鲜花和一个日记本，我在扉页写道：“让珠江经济广播电台人员的日记里充满笑声！”

他的这一预期成为了事实。

事实也证明，这全新的广播形式在初播当天就引起了轰动。它以最为贴近生活的方式提供的广播形式，给听众带来了全新的听觉享受，而大量实用信息的增加迅速地吸引了广大的听众。听众的反映是热烈的，电台每天收到几十麻袋的听众来信，社会对这一改革的试验给予了高度的关注。

一组由当年听众联络组提供的《珠江经济台听众来信选登》，评价当日珠江台与群众社会生活的密切关系，认为它担当了从城市的“形象代表”到良师益友、知心朋友等不同的角色。

当外地朋友问我到广州后，印象最深的是什么事时，我毫不犹豫地说是珠江台。（广州工商银行陈洁波，到广州才三个多月）

链接：

被誉为“珠江第一声”的老珠江人周郁，在广播行业奋斗了逾30年。她还记得开台那天凌晨5点，亲手将播音按钮推出去的情景：“非常激动，我们的技术人员躺在地毯上睡了一个晚上。广播人能遇上改革开放这样的机会很幸运，后来每逢有新台开播，都是省市领导推那个按钮，而我们当时是第一次，完全不知道会发生什么样的情况，也正是这样创造了历史。”

社会对这一改革的试验给予了高度的关注。

它既有我国电台鲜明的政治立场，又具有活泼、轻松、亲切的面貌，它既避免了国内电台那种千人一面的腔调，又避免了外台的消极面。感慨之余，使我觉得，资本主义社会能办得到的，我们也能办得到，而且能办得更好，只要我们坚持改革、开放，我们的路子一定会越走越宽。（广州同福路尹国荣）

珠江台开播的成功力挽了当日广播面临的颓势，开辟了广播这一传播模式新希望、新作为的道路。它的改革令它可以与电视台平分市场，众多的注意力重新被吸引到电台广播上来。在不到一年的时间里，奇迹般地逆转了内地广播与港澳广播的竞争格局。



珠江台节目主持人全家福

珠江经济广播电台的成功让当时的内地同行们看到了救广播于危难之中的发展模式，珠江模式也从一枝独秀迅速演进了全国广播行业的百花齐放。

当日，除了丰富的内容外，大众对珠江台的最直观认识是“立体声”与经济信息的“直播”。确实，从技术上看，早在1988年国内大多数电台仍然局限于调幅广播时，珠江台就率先推出调频立体声广播，1996年又在亚洲首先实现了数字音频广播（DAB），与时俱进地吸收国内外的先进技术运用到广播改革中来，在广播的技术改革中始终走在前列。