

1996.12.27

暨南大学新闻学系编

面向21世纪的新闻与传播

论文集

暨南大学出版社·广州

面向 21 世纪的新闻与传播 论文集

暨南大学新闻学系 编

暨南大学出版社

· 广 州 ·

面向 21 世纪的新闻与传播 (论文集) /暨南大学新闻学系编
广州:暨南大学出版社 1996. 11

ISBN 7-81029-578-0

I. 面…

Ⅱ. 暨…

Ⅲ. 新闻学·传播学

IV. G210

暨南大学出版社出版发行

〔广州·石牌〕

暨南大学印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 15 字数: 376 千字

1996 年 11 月第 1 版 1996 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1—1000 册 定价: 28.00 元

前 言

金风送爽，桂子飘香，在这个收获的季节里，我们怀着欣喜的心情，迎来了“面向 21 世纪的新闻与传播”学术研讨会的召开，这也是我们为纪念暨南大学新闻学系成立 50 周年而举办的一项学术活动。

这次学术研讨会得以如期顺利召开，离不开许多新闻机构和新闻教育、学术界朋友们的关怀、支持和帮助。有 30 多所大学、研究机构和新闻媒介参与其事，学者们来自四面八方，有年轻的新秀，有中年专家，也有老年教授。大家会聚羊城，发表了 50 篇学术论文，就共同关心的课题交流了彼此的学术见解。这也就使得我们能够较快地结集出版，把这本论文集奉献于广大读者的面前。

回顾即将过去的 20 世纪，我们不无鼓舞地看到，我国和世界上许多国家的新闻传播事业有了长足的进步，发展迅猛。随着我国改革开放的步伐，特别是社会主义市场经济体制的逐步建立，新闻传播事业在整个社会生活中占据着日益显要的地位，而新闻、传播的学科建设和学术研讨，也正以前所未有的广度和深度不断向前拓展，从而积累了许多富于创造性、前瞻性的丰硕成果。

继往开来，薪传之火不断；回顾过去，为的是更好地展望未来。人类历史新的一页即将掀开，21 世纪将是信息传播高度发展的新时代。有许多新情况、新课题有待我们共同去继续探索，已知但知之不足、应知欲知而未知的学术领域还有待于一切有志之士去开垦和耕耘。诚然，新闻学和传播学，在建树甚丰的人文学

科和社会学科之中，还显得年轻、不够成熟，甚至还比较稚嫩；但是，唯其如此，这两门姐妹学科才更有活力，更有开拓价值和美好的前景。只要善于吸纳，勇于创新，积以时日 and 经几代人的艰苦努力，终有一天它们会在学术之林占有一席之地，焕发出无愧于新时代的光辉。

这本论文集，也许是近年来新闻与传播学术思潮中一朵并不显眼的浪花，但毕竟凝聚了许多作者为之观察、分析、思索而付出的心血。论文中，有微观的细致周到的剖析，有中观的阶段性的概括，也有宏观的高屋建瓴的远眺。有关新闻与传播实务研究的论文，几乎涉及到报纸、广播、电视、广告的采写、设计、摄制、管理、教育等的方方面面；在新闻传播历史与现状研究的论文中，既有纵向的回顾与总结，又有不同方位的现状观察与思考；在新闻传播理论研究的论文中，则显示出作者们富于理论造诣的新思路和新动向。当然，论文作者们的共同心愿仍在于抛砖引玉，希望广大读者不吝指教，希望今后有更多更好的论文问世。

最后，需要说明的是，个别论文因篇幅过长，不得不作了删节。由于时间仓促，人手有限，编辑疏漏之处，敬请读者指正。广东省新闻学会、羊城晚报社、广州日报社、佛山文艺社、佛山日报社和梁仲景先生等校友向我们伸出了援手，暨南大学出版社给予了有力的支持；还有，暨大新闻系'95级龚睿、顾晓芳、肖蔚鸿、肖伟、阮拥军、彭健、金杜、梁晏婷、唐干红、王安平10位研究生主动负责论文集的校对工作，在此谨表谢意。

暨南大学新闻学系
一九九六年十一月十日

目 录

前言	(1)
----------	-----

新闻、传播实务研究

试论我国报业集团的产生和发展	郑保卫 (1)
论新时期新闻写作的改革与发展	林如鹏 (10)
面向 21 世纪的新闻教学改革	尹德刚 (20)
把握新闻学向社会信息学的演进	
科学规划 21 世纪中国新闻教育	吴信训 (28)
时代呼唤高素质的广播人	梁巾声 (32)
众里寻他千百度	
——对 21 世纪新闻工作者职业人格的探讨 ...	马秋枫 (40)
报纸可读性辨析	何国璋 (47)
新闻采写机遇论	黄家维 朱华芳 (55)
隐性采访的探索与研究	王 玲 (62)
试论描写在消息写作中的运用	谢昭良 (70)
论新闻线索的来源	黄 睿 (80)
经济报道与社会主义市场经济	冯 浩 (91)
论新闻摄影改革与大摄影观念的确立	黄匡宇 (99)

从“荷赛”中我们学到了什么	陈 喆 (108)
历史的第二种电视读本	陈信陵 (116)
请走好, 年轻的专业电台	李 苗 (123)
台湾民众的媒介使用及其对商品信息来源之选择	郭 贞 (135)
广告道德问题的表现及成因浅析	李小勤 (148)
现代广告媒体中的视觉设计	
——论报纸广告视觉设计及效果	叶 琦 (156)
设计·传播·广告	
——传播中的广告设计艺术	莫智勇 (167)

新闻历史与现状研究

探索规律 寻求启示

——对中国近代报刊评论百年发展史的回顾与思考	曾建雄 (173)
------------------------------	-----------

真诚的和平期盼 鲜明的拥蒋立场

——重庆谈判期间的《大公报》简论	吴廷俊 (182)
论唐代的对外传播	李异平 陶第迁 (192)
四川近代新闻传媒产生的社会基础	王绿萍 (206)
国际新闻传播的历史走向	张允若 (212)
少数民族与汉族新闻传播之比较研究	白润生 (218)
适者亦难生存: 商业竞争中的香港传媒	郭中实 俞 旭 (226)
九七后香港报业前瞻 (简论)	陈昌凤 (234)
跨国卫星电视在东亚与东南亚发展新趋势	朱迪思·克拉克 黄 煜 (240)

台湾隐藏式字幕的政策研究与分析	刘幼珊 (251)
-----------------------	-----------

新闻理论研究

岭南文化与岭南新闻特色	孙文铄 (273)
多元文化主义与台湾少数民族之广播政策	
——以原住民和客家族群为例	张锦华 (281)
论新闻规律	丁柏铨 (291)
文学与新闻真实性之比较	芮必峰 陈晓霞 (300)
论新闻传播在舆论形成中的主导作用	李广增 (309)

传播理论研究

从信息高速公路走向未来传播	刘燕南 (316)
信息革命对新闻传播的挑战	
——传播体系的变革与新闻业对策	曾庆丰 (325)
线上公关——国际互联网的传播功能	廖为建 (337)
市场经济与大众传播研究	张咏华 (348)
新闻的传播环境与传播方式	刘建明 (356)
发掘媒介特性 加大改革力度	
——广东广播 10 年改革的启示	吴文虎 (366)
传播学的科际网络及未来走向	苏钥机 (375)
论大众传播的教育功能	张印平 (389)
批判的大众传播理论	
——法兰克福学派大众传播思想研究之一 ...	何言宏 (398)

西方传播学研究中社会心理学的影响	谢 静 (412)
21 世纪的中国大众传播与社会互动研究趋向	姜秀珍 (421)
试论西方传播研究方法及其借鉴意义	石庆生 (430)
中国传统文化的传播者对传播内容的加工	林之达 (445)
发掘和继承民族传统	
——传播学本土化的一项奠基性工程	王庆同 (458)
传播学的本土化是必然趋势	段京肃 (465)

试论我国报业集团的产生与发展

郑保卫

1996年5月29日，经中宣部和国家新闻出版署批准，我国首家报业集团——广州日报报业集团正式挂牌宣告成立。它的出现为我国报业发展闯出了一条新路，同时标志着我国新闻改革进入了一个新的阶段。

探索报业集团出现的背景及原因，分析报业集团的特征及优势，研究我国报业集团的发展方略对于深化新闻改革，促进新闻媒介产业的发展将具有重要的理论价值和实践意义。

报业集团出现的背景及原因

报业集团的出现并非孤立的现象，而有其深刻的社会背景及政治、经济原因。

世界上最早的报业集团（简称报团）是一个世纪以前首先在西方国家出现的。1889年美国报业资本家爱德华·斯克里普斯和麦克雷联手成立的斯克里普斯——麦克雷报团（后为斯克里普斯——霍华德报团）是世界上第一个现代报团。它与随后出现的赫斯特报团成为20世纪初叶美国两个最大的报团。同一时期英国出现的著名报团是北岩报团。

西方国家报业集团的出现是资本垄断所导致的报业集中、兼并的结果。以赫斯特报团为例，它在十几年中所兼并的中小报纸就达325家。

西方国家报业集团的产生和发展完全适应了垄断资本主义发展的政治、经济和社会需要。

从政治角度看，拥有经济优势和政治特权的垄断资产阶级为了控制舆论、进而对上层建筑和经济基础的各个方面实行全面控制，以此维护自己的政治、经济利益，需把自由资本主义时期形成的分散经营、各自为阵、自由竞争的报纸集中起来，形成产业规模巨大、宣传步调一致的垄断报业。

从经济角度看，西方报业进入自由发展的“大众化报纸”阶段以后，报纸成为盈利巨大的资本主义企业。为了赚取更大的利润，财力雄厚的财团借助自己的经济实力开始兼并报纸，扩大产业，实行报业垄断，而一些财力不足的报纸受当时普遍性经济衰退的影响和自身资金、设备、技术等条件的限制，在激烈的现代报业竞争中难以支撑，不得不宣告破产，接受兼并；或是为了维持生存，自愿寻求联合发展之路，以便借助报团的资金和影响力增强自己的竞争能力。

从社会看，进入自由发展时期后的西方报纸发展迅速，种类繁多，但却往往千篇一律，缺乏个性，一些报纸已无法适应社会与公众的需求。因此，调整报业格局，促进报业更新与发展，从某种意义上说已成为一种社会需要。

我国报业集团的产生有其特殊的背景和原因。它的出现是在社会主义市场经济体制催化下，媒介产业为适应社会发展与新闻改革需要，实行自我调整、竞争、发展的必然结果，也是改革开放新时期社会政治、经济诸因素综合作用的结果。

我国自 90 年代初开始建立社会主义市场经济体制后，国家对媒介产业也采取了市场经济的管理体制，报业同样被推向了市场。在这种情况下，报业要想在经济上站稳脚跟，要想在媒介市场竞争中求得发展，就需改变以往单纯的、行政机关的管理模式，摆脱过去不搞核算、不计成本、不求利润的经营状况，实行结构多

元化、经营实体化，组织集团化的新形态，走一条自负盈亏、自我发展、自成一体的新路子。

应当看到，自党的十一届三中全会实行改革开放路线以来，我国报业取得了长足发展，无论是报纸品种、发行数量，还是经营收入都达到前所未有的水平，许多报纸已拥有了一定的经济基础。但由于经营过于单一，许多报纸还缺乏抵御市场经济风浪的能力。特别是实行市场经济体制后，在广告收入、纸张供应、印刷设备和发行成本等都须完全靠市场进行配置的情况下，没有足够的经济实力，一家报纸既难以应付市场经济瞬息万变的风浪考验，更无法实现企业的大规模发展。

正是为了壮大经济实力、促进事业发展的需要，从 90 年代初开始，一些报业机构开始尝试走多种经营、联合发展之路。于是，在我国新闻界开始出现了一种以具有较大社会影响力的某一主报（一般都是党委机关报）为核心，以报业及带有报业外延性质的实业为主体，兼容其他非报业经营实体的报业联合体。这种报业联合体使相应的人力、物力、财力得以集中使用，因此，易于发挥集团优势，增强经济实力，从而为报业更大规模的发展奠定了更加丰实的基础。

正如随着改革开放的深入和市场经济体制的建立，经济领域出现了大规模的工业、商业、交通运输业等企业集团公司一样，报业集团也在社会主义市场经济的大潮中应运而生。

我国报业集团的出现除了市场经济的孕育和催化外，也适应了国家对报业实行宏观管理的需要。

近些年来，我国报业发展很快，至 1995 年底，全国已有报纸 2400 多家。这些报纸虽种类繁多，数量不少，但总体看质量并不十分理想。而且由于大多是独自经营，分散管理，这就增加了国家宏观管理的难度。报业集团的建立可以将一些分散经营和管理的报刊相对集中与联合起来，统一于一家有良好社会信誉和雄厚

经济实力的报业集团之中，这样有助于报业集团所属的报刊在执行政策、舆论导向和事业发展上的协调统一，为国家实行有效的宏观管理创造有利条件。

另外，组建报业集团后所形成的系列报刊和相关媒体及实业可以提高报业服务社会的质量和水平，更好地满足社会与公众的需要。如广州日报的系列报刊就把广州市民和相关读者纳入其系统内的服务范畴，受到群众的欢迎。

总之，我国的报业集团是社会主义市场经济条件下，报业企业集团化、产品市场化、服务社会化、效益规模化的一种有效组织形式，是我国报业跨向 21 世纪的一条必要途径。

报业集团的特征及优势

在西方国家，报业集团是指拥有两种以上日报，或多种报刊的报业公司，较大的报业集团还拥有通讯社、特写辛迪加、电台、电视台等新闻媒体。报业集团的出现是报业垄断的结果，因此它体现了垄断资本控制下媒介运作的一系列特征。

1. **依附性。**西方资本主义国家的报业集团一般都依附于一个或几个经济势力雄厚的大财团，所属新闻机构都为所依附的财团作宣传。在报业集团内或由几个报业集团联合组成的报业垄断系统内，从新闻采集、发布到广告经营等均受到垄断财团的控制，尤其是宣传口径被严格统一在董事会和老板所允许的范围内。

2. **垄断性。**报业集团本身是垄断的产物，而且垄断的趋势日益明显。以美国为例，到 20 世纪 80 年代后期，全国 1600 多家日报，其中有 1186 家被 156 个报业集团所垄断，占全国报纸总数的 71%。而其中的 13 个特大报团就控制了全国报纸平日版销量的 42% 和星期日版销量的 50%。垄断的结果还出现了“一城一报”（一座城市只剩一家日报）的现象。

3. **跨地区性。**报业集团所拥有的报刊及其他媒体往往不同在

一地，而具有跨地区性，甚至还有跨国性报业集团，形成庞大的媒介网络，在广大地区内对新闻传播施加影响。

4. **媒体多样性。**许多报业集团都不仅只经营报业，而是拥有多种类的传播媒体。以号称“世界传媒巨子”的澳籍美国人默多克为例，他的跨国传媒集团公司就拥有包括报纸、杂志、广播、电视、电影、出版、印刷等在内的多种传播媒体。

同为报业集团，应当说我国社会主义报业集团与西方垄断报业集团存有某些相似之处，但从根本上看却有着本质不同，具有自己的显著特征和优势。

首先，我国社会主义新闻事业的性质决定了它作为党、政府和人民的耳目喉舌，在所有制关系上，只能是人民所有的大众传播事业。因此，无论以任何形式或方式建立的报业集团都不允许由某一大的经济实体或财团势力来支撑和控制。在新闻宣传上，它必须坚持为人民服务、为社会主义服务的方向，按照党和国家所确定的宣传方针和宣传基调开展新闻宣传，进行正确的舆论导向。

其次，我国的报业集团通常须以具有广泛影响力的某一党委机关报为核心，并由此组成以报业及带有报业外延性质的实业为主体，兼容其他非报业经营实体的报业联合体。以广州日报报业集团为例，它是以作为中共广州市委机关报的《广州日报》为核心，由多种报纸媒介及实业公司所组成的实业群体。报业集团所属报刊及实业公司一般都集中在主报所在的行政区域内。

第三，在我国，各新闻媒体之间是一种平等竞争、协调合作的关系，相互间都服从于党和国家的利益，服从于人民的需要，服从于新闻宣传的总目标、总任务，为共同完成党和人民赋予的新闻宣传和舆论导向任务而奋斗。

社会主义报业集团的上述特征使其具有了特有的优势。

1. 宜于以机关报为龙头产品，通过办好机关报来带动其他报刊及实业。

2. 易于对所属各类传媒（报纸、杂志、出版、音像等）实行统一筹划，合理分工，发挥综合传播优势。取得舆论导向和社会服务的更好效果。

3. 便于集中发挥集团内人力、物力、财力等资源优势，形成较强的经济实力，提供更好的办报条件，大力开拓新的事业，使集团所拥有的国有资产能不断增值，产生更大的经济效益。

4. 适于通过兼并社会效益与经济效益较差的小报小刊来加强对媒介市场的统一规划和管理。

总之，我国的报业集团，是社会主义条件下，新闻事业在坚持为人民服务、为社会主义服务大方向的前提下，借助市场机制，集中人力、物力、财力，发挥集团优势，增强经济实力，谋求媒介产业大规模、高效益发展的一种有效组织形式。

我国报业集团的发展方略

报业集团是我国报业深化改革，加速发展的一项跨世纪工程，它的建立对我国报业，乃至整个媒介产业的发展将具有重要意义。近年来，不少报社都在积极酝酿和准备成立报业集团，有的已具备了一定的条件。但迄今获准挂牌正式成立的还只有广州日报一家。因此，从总体看，报业集团在我国还只是个处在襁褓中的新生儿。

广州日报为创办我国第一个报业集团进行了多年的探索，可谓苦心经营，不断积累，创造了许多经验。他们的实践为我国今后报业集团的发展，提供了思想理论准备和实际操作经验。

当前，如何学习广州日报的经验，同时借鉴外国创办报业集团的经验和教训，结合我国市场经济的特点和报刊业的具体情况不断改革、创新，有计划、有步骤地建设具有中国特色的社会主义现代化报业集团是摆在我国新闻界面前的一个重要课题。

以笔者之见，要想做好此项工作，今后建设和发展报业集团

应力求做到“两个坚持”、“两个增强”和“两个扩大”，并实行“求稳、求实、求高”的方针。

· 坚持机关报性质 ·

我国的报业集团是中国共产党领导下的社会主义事业的一部分，它的根本性质和主要任务是当好党、政府和人民的耳目喉舌。一般情况下，我国的报业集团都应以某一党委机关报为核心建立的报业实体，因此，无论其隶属关系、业务范围、媒体种类、经营方式有何不同，其党委机关报的性质不能改变。这就决定了它必须自觉接受和服从党的领导，要坚持以邓小平同志建设有中国特色社会主义理论为根本指针，坚持党的基本路线和基本方针，坚持党的新闻工作的方针原则，坚持正确的舆论导向，真正成为有中国特色的社会主义的报业集团。

· 坚持社会效益第一 ·

市场经济往往注重经济效益。任何一家企业都要尽可能地去追求高利润、高收益。报业集团作为一种经营实体，自然也要按市场机制规范经营行为，努力扩大生产，增加收入，求得好的经济效益。但是，我国报业集团的社会主义性质，决定了它必须按照思想宣传等意识形态部门的行为准则，将社会效益放在第一位，在实现好的社会效益的前提下争取经济效益，要努力将社会效益与经济效益有机地统一起来，在新闻宣传中要坚持团结、稳定、鼓劲和正面宣传为主的方针，要努力弘扬主旋律，为改革开放和两个文明建设创造一种良好的舆论环境和社会心理环境。这就要求报业集团的决策者和领导者要集中主要精力办好报纸，要把“以正确的舆论引导人”作为自己的根本任务。在此基础上，利用好企业集团的综合优势，搞好经营管理，增强经济实力，扩大报纸宣传的覆盖面和影响力。

· 增强舆论权威 扩大社会影响 ·

社会主义报业集团通常以一级党的机关报为核心、为依托，这

本身就决定了它的权威性，人们信赖它，并愿意接受其指导与劝助，因为群众将其视为一级党组织和政府机构的喉舌及舆论机关。但是，一家报纸要真正在社会上，在群众中树立权威，关键还要看其舆论导向的正确与否以及舆论宣传的广度、深度和力度。只有这样才能确立起自己的舆论权威，扩大自己在群众中的影响，这也是整个事业发展的前提和基础。因此，要始终注意坚持正确的舆论导向，同时要敢于触及社会关注的热点问题，发挥好报纸的舆论监督功能，增强干预生活的广度、深度和力度，扩大其社会影响力。

· 增强经济实力 扩大事业规模 ·

报业集团的建立一般都须以具有一定规模的实业公司和相当数量的资金、设备等物质条件作基础。因此，报业集团成立本身就说明它已具备了一定的经济实力。但要想求得事业的更大发展，还须不断挖掘内部潜力，要适当扩大事业规模，同时要适时调整经营方略，提高经济效益，增强经济实力。广州日报的同志充分利用当前的政策优势，不失时机地建立起稳固的多元化的报业经营体系，为企业发展奠定了一定基础。同时，他们一方面依托报社固有功能，向外延伸，发展多种经营，把一些有潜力的部门变成一个个经营范围不同的企业性公司，充分调动了部门的积极性。另一方面又利用报社信誉好、信息灵、广告收入相对稳定的特点，选一些虽然不属于报业固有功能，但风险小、利润率较高、政策性较强的项目进行投资、经营，取得较好效益，大大增强了自己的经济实力。他们的经验值得借鉴。

· 求稳 ·

建立报业集团是报业深化改革，求得大发展的一种有效组织形式。但一家报社到底能否组建报业集团却是一件很复杂的事，要受到许多主客观条件的制约和影响。因此，事前一定要经过认真调查，反复论证和充分准备，要考虑资金、设备、人员、媒介种