

全球 新闻传播 发展史略

新世纪新闻传播学丛书 | 丛书主编 董广安

XINSHIJI XINWEN CHUANBOXUE CONGSHU

李瑛 何力 著



郑州大学出版社

全球 新闻传播 发展史略

新世纪新闻传播学丛书 丛书主编 董广安

XINSHIJI XINWEN CHUANBOXUE CONGSHU

李瑛 何力 著



郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

全球新闻传播发展史略/李瑛,何力著. —郑州:郑州大学出版社,
2004.4

(新世纪新闻传播学丛书/董广安主编)

ISBN 7-81048-874-0

I. 全… II. ①李…②何… III. 新闻工作-文化史-世界-高等
学校-教材 IV. G219.19

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 028109 号

郑州大学出版社出版发行

(郑州市大学路 40 号)

出版人:谷振清

全国新华书店经销

郑州文华印务有限公司印制

开本:710 mm × 1 010 mm

印张:19

字数:341 千字

版次:2004 年 4 月第 1 版

邮政编码:450052)

发行部电话:0371-6966070

1/16

印次:2004 年 4 月第 1 次印刷

书号:ISBN 7-81048-874-0/G·104

定价:32.00 元

本书如有印装质量问题,由承印厂负责调换

总 序

为新闻科学的春天添一束鲜花

——序《新世纪新闻传播学丛书》

任何人都不能否认这样一个基本事实：自1979年提出新闻改革口号至今24年，是中国新闻事业飞速发展的黄金时期，也是中国新闻科学研究硕果累累的丰收季节。我曾做过一个不完全统计，从1903年我国出版第一部新闻学著述（松本君平的《新闻学》汉译本）到1949年9月，全国共出版、发行新闻学书籍468种。1949年10月至1976年27年间共出版同类书籍308种。1977年至1990年的14年间共出版1380种。1991年至2002年12年间，由于新闻传播学被确定为一级学科（下辖两个二级学科——新闻学与传播学），逐渐突破“小学科”的框框走向“显学”，各地和各类出版社纷纷将新闻传播学专业列入自己的出版领域。这一专业的著作与教材出版情况一时难以收齐列清，作一个偏于保守的估计，每年不会少于100种。这些年，出版的新闻传播学专业的著作与教材琳琅满目，目不暇接。如《中央电视台纪念建台40周年》丛书，《中国新闻媒介名、专栏》丛书，北京广播学院网络传播系列教材，中国人民大学21世纪新闻传播学教材，复旦大学新世纪版新闻传播学系列教材等，每套均在10本以上，罗列起来，浩浩荡荡。据此，说这12年出版新闻传播学专业书籍至少1200种，应该是不会有水分的。这1200种加上1977年到1990年的1380种，26年间共出版新闻传播学专业书籍2580种，平均每年99种。这个数字可以说明许多问题。它比之1903年至1949年46年间出版468种，平均每年10种；1949年至1976年27年间出版308种，平均每年11种，显然不可同日而语。这个数字能够成为改革开放以来中国新闻科学研究春天到来的一个极其有力的佐证。

在这样的背景下，郑州大学新闻系老师们的新作《新世纪新闻传播学丛书》的出版，无疑又为新闻科学研究的春天增添了一束艳丽的鲜花。

在我国如雨后春笋般建立起来的新闻教育院系中，郑州大学新闻系是建立较早、教学和科研以及人才培养成果丰硕的院系之一。明年该系将迎来建系20周年大庆。如果说，人步入双秩之年已是虎虎有生气、奋发有为的青年的话，那

么我们也应该诚挚地预祝郑大新闻系这个“学林青年”在未来的征程中有新的开拓和新的辉煌。

这套《新世纪新闻传播学丛书》积20年之功力,自有一番艰辛与不同寻常之处。1984年建系之初,应教学急需,郑州大学新闻系内部编印过一批新闻学著述。这在当时的国内是不多见的,引起过新闻实务界和新闻教育界的普遍关注。后来,这批书经过作者修订,先后公开出版。20年将过去了,新闻改革在这近20年里不断向纵深发展,新闻学研究在观念、原理、知识领域以及研究方法等方面不断有新的突破。为了适应新闻界和新闻教育的新需要,吸纳20年理论研究与实践探索的新成果,该系老师们在原有著述的基础上,重新梳理加工,添加新的内容,结集出版,并将其定名为《新世纪新闻传播学丛书》。他们希望这套新作能集新颖性、科学性和理论性于一身。其新颖性,丛书将以新的视角去研究新闻学,把新闻学与大众传播学结合起来,既有对新闻学的本质与规律的系统阐发,又有客观规律在实践环节的具体展示,并力争具备可操作性,体现新闻学研究的中国特色和与时俱进的理论开拓精神。其科学性,丛书运用新闻学和相关学科及边缘学科的原理与知识,阐释新闻实践,提炼新闻学与其他人文、社会科学以及自然科学的关系与规律,对新闻学原理本身也进行了新世纪的诠释。其理论性,丛书作者力求站在较高的理论层次,关注和吸收新闻学及相关学科最新研究成果,对新闻传播理论与实践,尤其是对20多年来新闻改革的新鲜经验进行系统的理论分析,进而提出自己新的见解和新的观点。总之,作者们希望这套丛书不仅具有一般教材的知识系统性,而且含有较多的“自己的东西”,使其具有独到的、创新的学术个性。我觉得,作者们奉行的宗旨无疑是高雅的、向前的。对于一个人数并不很多、教学任务又十分繁重的新闻系来说,要实现这“三性”也是不易的。现在丛书已经放在各位读者面前,任由各位评说。我认为,只要能够实现这些希望的一半,就值得庆贺一番的了,何况这“三性”,已经较充分地体现在丛书之中了。总的说来,这是一套成功的、有新意和特色的丛书。

近一二年内我国不少新闻院系已经或将庆祝自己的10周年、20周年生日。我很欣赏郑大新闻系这种独具一格的纪念方式,即用总结教学、科研的成绩与经验,回顾自己走过的办学历程的酸甜苦辣,编辑出版自己的学术成果等活动,欢度院庆或系庆。这种不事“摆谱”、注重实效的纪念方式,值得其他院系仿效。记得列宁说过,纪念伟人最好的方法,就是重温他的教导并付诸实践。我们也可以借用这一思路,纪念院庆或系庆,最好的方法莫过于反观院系走过的奋斗与成功之路,再接再厉,开拓创新,开创更为美好的第二个10年或第二个20年。

我是郑州大学的兼职教授。我对这所中原大地上的学术重镇是有感情的。

每次到新闻系开讲座,学生和不少教师认真听讲,甚至因无座位而站几个小时,给我留下深深的印象。我把为郑大新闻系的发展出一些主意和力气,看做自己应尽的责任。这次,新闻系老师要我为这套丛书作序,就写了以上几句话,就此表达我对郑大新闻系建系20周年的庆贺。

复旦大学新闻学院教授、博士生导师
新闻传播学博士后流动站站长
国务院新闻传播学学科评议组召集人
中国第一位新闻学博士

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized Chinese characters, likely '陈彦彦' (Chen Yanyan).

2003年8月

内 容 提 要

近年来,随着全球化浪潮的推进,全球的新闻信息传播与交流日渐受到世界各国的重视,本书以历史的角度作为切入点,力图对全球新闻传播发展的脉络做出梳理,全部内容共分为三大部分。第一部分从新闻传播的起源开始到电子时代的勃兴发展为止,对世界范围内的新闻传播事业发展进程进行叙述,并在分析和综合的基础上,较为明晰地整理出人类在不同阶段里新闻信息传播事业的不同特点,使读者能够较为容易地把握世界新闻传播的历史进程。第二部分着重挑选了在全球新闻传播发展进程中既具有特点,又在当今世界新闻传媒界具有较强影响力的一些国家,如美国、英国等,以它们不同类型的新闻传播发展体系向读者展示多姿多彩的传媒业概况。第三部分侧重于描述在全球化背景下发展的世界新闻传播事业,追溯了新闻传播全球化的起源,概述了报刊、广播、电视、卫星电视和全球化之间相互推动的关系,并以较为详细的材料和深入的研究,较为理性地分析了对全球化发展产生重要影响的各种因素,尤其是对当今在全球实力最强的维亚康姆、时代华纳、新闻集团等六大跨国传媒集团的创业历程、经营管理及发展变化进行了概述与研究。

本书适合各类新闻从业人员及广大的新闻爱好者阅读和参考,也适合新闻传播相关专业的学生作教材使用。



Contents

第一编 全球新闻传播概略	1
1 新闻传播起源综述	3
1.1 早期人类社会发展与新闻传播活动	4
1.1.1 语言的出现	4
1.1.2 口语传播	5
1.1.3 口语传播的辅助手段	5
1.2 文字的出现与手写新闻传播	6
1.2.1 文字的产生	6
1.2.2 手写新闻传播	8
1.3 印刷术的发明与印刷新闻传播的早期发展	10
1.3.1 印刷术的发明与应用	10
1.3.2 印刷新闻传播的早期发展	11
2 全球现代新闻传播事业的起源	13
2.1 现代新闻传播事业的诞生	13
2.2 现代新闻传播事业诞生的根源	15
2.3 全球范围内的现代报刊起始概况	17
3 现代报刊的发展	20
3.1 现代报刊在反压制斗争中发展	20
3.1.1 对现代报刊的控制制度	21
3.1.2 为争取出版自由的斗争	23

3.1.3	其他国家为争取出版自由的斗争·····	25
3.2	资产阶级革命时期及革命后的现代报刊发展·····	26
3.2.1	资产阶级革命时期的报业发展·····	26
3.2.2	资产阶级革命后的现代报刊发展·····	27
3.2.3	自由传统的确立·····	28
3.2.4	托马斯·杰斐逊对新闻自由的贡献·····	29
3.3	商业报刊时期的到来与发展·····	31
3.3.1	工业革命对现代报刊发展的促进·····	31
3.3.2	廉价报刊的出现与商业报刊时期的到来·····	32
3.3.3	严肃报纸的勃兴·····	33
3.3.4	黄色新闻的泛滥·····	34
3.3.5	报业集团的出现与现代报刊的进一步发展·····	35
3.3.6	无产阶级报刊事业的兴起与发展·····	38
4	新闻通讯社的产生与发展·····	42
4.1	新闻通讯社的产生·····	42
4.1.1	新闻通讯社产生的历史条件·····	43
4.1.2	西方四大通讯社的创立·····	44
4.1.3	其他通讯社的兴办·····	46
4.2	早期新闻通讯社的竞争、垄断与发展·····	47
4.2.1	“连环同盟”协议的缔结·····	47
4.2.2	“连环同盟”的解体·····	48
4.2.3	通讯社的发展·····	49
4.3	20世纪主要国家新闻通讯社的演变·····	50
4.3.1	美国新闻通讯社的崛起与演变·····	50
4.3.2	路透社的调整与发展·····	50
4.3.3	从哈瓦斯通讯社到法新社·····	51
4.3.4	沃尔夫通讯社的衰亡与德新社的兴起·····	52
4.3.5	俄国新闻通讯社的演变·····	52
4.3.6	其他主要国家新闻通讯社的发展·····	53
5	电子传播时代的到来与发展·····	55
5.1	广播事业的产生与发展·····	55
5.1.1	广播事业产生之前的技术准备·····	55
5.1.2	无线电广播事业的开端·····	56

5.1.3	广播的特有优势	57
5.1.4	广播事业的发展	57
5.2	电视事业的产生与发展	58
5.2.1	电视的诞生与初步发展	58
5.2.2	卫星电视事业的诞生	60
5.2.3	有线电视的发展	61
5.3	世界广播电视的现状	62
5.3.1	国有国营	62
5.3.2	国有公营	63
5.3.3	社会公营	63
5.3.4	私有私营	64
5.3.5	公私合营	65
5.4	互联网传播的崛起	67
5.4.1	互联网的产生和发展	67
5.4.2	互联网传播信息的特点及主要方式	68
5.4.3	互联网对传统媒体的影响	68
第二编	主要国家新闻传播事业	73
6	美国的新闻传播事业	75
6.1	美国早期新闻事业的发展	75
6.1.1	美国早期历史概述	75
6.1.2	美国早期报刊的发展	77
6.1.3	美国报界的反压制斗争及新闻自由的确立	78
6.2	美国的政党报刊时期	79
6.2.1	独立战争时期的两派报刊	80
6.2.2	独立战争中的革命宣传家	80
6.2.3	政党报刊的谩骂时期与政党报刊的衰落	83
6.3	美国报业的商业化历程	84
6.3.1	廉价报刊的出现与纽约三大便士报	84
6.3.2	普利策、赫斯特与黄色新闻的兴起、泛滥和发展	88
6.3.3	报团的兴起、发展与报业的垄断	91
6.4	美国当今报业概况	93
6.4.1	美国报业集团现状	93
6.4.2	美国报纸现状	94

6.4.3 美国杂志现状	96
6.5 见证历史的《纽约时报》	98
6.5.1 雷蒙德与《纽约时报》的初创阶段	99
6.5.2 奥克斯和《纽约时报》的复兴	100
6.5.3 苏兹伯格家族与《纽约时报》的沉浮	102
6.6 美国广播电视事业	106
6.6.1 广播事业的发展	106
6.6.2 迅速发展的电视业	107
6.6.3 商业广播电视	108
6.6.4 商业广播电视的节目内容	110
6.6.5 公共广播电视	111
7 英国的新闻传播事业	112
7.1 英国早期的新闻传播事业	112
7.1.1 资产阶级革命中的新闻传播事业	113
7.1.2 资产阶级革命后新闻传播体系的确立	114
7.1.3 资产阶级革命后新闻传播事业的发展	116
7.2 英国报业的大众化历程	117
7.2.1 大众化报刊的初创阶段	117
7.2.2 大众化报刊的发展阶段	117
7.2.3 “黄色新闻”兴起前后大众化报刊的发展	118
7.2.4 当代大众化报刊的发展状况	119
7.3 报团的发展与英国报业现状	120
7.3.1 报团发展的初期阶段	120
7.3.2 报团垄断化加剧与相互兼并阶段	121
7.3.3 英国当今主要的报刊媒介集团	122
7.3.4 英国报业现状	123
7.4 历史悠久的《泰晤士报》	125
7.4.1 《泰晤士报》的初创阶段	126
7.4.2 《泰晤士报》的巅峰时期	127
7.4.3 巅峰之后的《泰晤士报》	129
7.4.4 20世纪以来《泰晤士报》的沉浮	129
7.5 英国广播电视事业	131
7.5.1 英国广播电视发展简况	131

7.5.2	英国广播电视的现状	133
8	法国新闻传播事业	134
8.1	法国报业早期历史	134
8.1.1	封建时期的三大官报系统和其他报刊	135
8.1.2	新闻出版自由在法国的确立和报刊的发展	136
8.2	大众化报刊兴起后的法国报业	139
8.2.1	大众化报刊的兴起	139
8.2.2	大众化报刊的发展	140
8.2.3	政党报刊的发展和第二次世界大战前后的法国报业	141
8.2.4	报团的出现、发展及现状	142
8.2.5	法国报业现状以及当今主要的报刊	143
8.3	法国广播电视事业	145
8.3.1	法国广播电视事业发展概况	145
8.3.2	法国广播电视事业现状	146
9	俄罗斯地区的新闻传播事业	149
9.1	俄国早期报业发展概况	149
9.1.1	俄国现代报业的初创阶段	149
9.1.2	1861 年之前的俄国报业	150
9.1.3	1861~1917 年的俄国报业	151
9.2	苏联时期的报业发展	153
9.2.1	列宁时期苏维埃俄国报业的发展概况(1917~1924 年)	153
9.2.2	斯大林时期苏联报业发展概况(1924~1953 年)	154
9.2.3	从赫鲁晓夫到戈尔巴乔夫时期的苏联报业(1953~1991 年)	156
9.2.4	政变后的俄罗斯报业及现状	157
9.3	俄罗斯的广播电视事业概况	158
9.3.1	俄罗斯广播事业的早期发展	158
9.3.2	改革前后的苏联广播电视事业	159
9.3.3	俄罗斯广播电视事业的现状	160
10	德国、日本的新闻传播事业	162
10.1	德国报业的发展概况	162
10.1.1	统一之前的德国报业概况(1871 年以前)	163
10.1.2	统一之后、第二次世界大战结束之前的	

德国报业概况(1871~1945年)	165
10.1.3 第二次世界大战后的德国报业概况	166
10.1.4 目前德国报业现状	167
10.2 德国的广播电视事业	169
10.2.1 德国广播电视事业的简况	169
10.2.2 德国广播电视事业现状	170
10.3 日本的报业发展历程	171
10.3.1 明治维新之前的日本报业发展	172
10.3.2 明治维新期间的日本报业概况	173
10.3.3 法西斯政权建立之前的日本报业	174
10.3.4 军国主义统治时期的日本报业	175
10.3.5 第二次世界大战后的日本报业发展	176
10.3.6 日本报业的现状	177
10.4 日本的广播电视事业	179
10.4.1 日本广播电视事业发展梗概	179
10.4.2 日本广播电视事业的现状	180
11 加拿大、澳大利亚的新闻传播事业	183
11.1 加拿大的报业发展概况	183
11.1.1 殖民地时期的加拿大报业概况	184
11.1.2 1867年后的加拿大报业发展概况	185
11.1.3 加拿大报业现状	186
11.2 加拿大的广播电视事业	187
11.2.1 加拿大广播电视事业发展概况	187
11.2.2 加拿大广播电视事业现状	188
11.3 澳大利亚报业概况	189
11.3.1 澳大利亚早期报业的发展与新闻自由的确立	189
11.3.2 澳大利亚的报业发展以及竞争与集中现象	191
11.3.3 澳大利亚报刊业现状	192
11.4 澳大利亚广播电视事业	194
11.4.1 澳大利亚广播电视事业的发展概况	194
11.4.2 澳大利亚广播电视事业现状	195
第三编 全球化背景下的新闻传播事业	199
12 新闻传播与全球化的溯源	201

12.1	“全球化”的起源与发展	202
12.1.1	“全球化”的提出	202
12.1.2	“全球化”的开端	202
12.1.3	“全球化”的发展	204
12.2	新闻传播与全球化	205
12.2.1	新闻传播全球化的开端	205
12.2.2	20 世纪之前新闻传播的全球化发展	205
12.2.3	20 世纪以来新闻传播的全球化发展	206
12.3	国际新闻传播与全球化	208
12.3.1	国际新闻传播与其特点	208
12.3.2	国际新闻传播与全球化	209
13	全球化背景下报刊与通讯社的国际新闻信息传播	211
13.1	报刊与通讯社进行国际新闻信息传播的概述	211
13.1.1	报刊在全球化过程中的国际新闻信息传播	211
13.1.2	全球化背景下通讯社的国际新闻信息传播	212
13.2	目前世界主要通讯社的概况	213
13.2.1	美联社 (Associated Press, AP)	213
13.2.2	合众国际社 (United Press International, UPI)	214
13.2.3	路透社 (Reuters Ltd.)	214
13.2.4	法国新闻社 (Agence France Press, AFP)	214
13.2.5	德意志新闻社 (Deutsche Press - Agentur, DPA)	214
13.2.6	俄罗斯通讯社 (ITAR - TASS)	215
13.2.7	安莎通讯社 (Agenzia Nazionale Stampa Associata, ANSA)	215
13.2.8	埃菲通讯社 (La Agencia EFE, EFE)	215
13.2.9	共同通讯社 (Kyodo News Agency, Kyodo)	216
13.2.10	中东通讯社 (Middle East News Agency, MENA)	216
13.2.11	印度报业托拉斯 (Press Trust of India, PTI)	216
13.3	持续发展的路透社	217
13.3.1	路透社的现状	218
13.3.2	路透社经久不衰之所在	219
14	全球化背景下广播电视的国际新闻信息传播	223
14.1	广播进行国际新闻信息传播之概述	223
14.2	电视进行国际新闻信息传播之概述	226

14.3	当今主要的国际广播和电视概况	228
14.3.1	当今主要的国际广播概况	228
14.3.2	当今主要的国际电视概况	230
15	推动新闻信息全球化发展的跨国传媒公司(上)	234
15.1	维亚康姆集团(Viacom)	235
15.1.1	维亚康姆集团简介	235
15.1.2	维亚康姆的发展概述	236
15.1.3	维亚康姆的主营业务	237
15.1.4	理性发展的维亚康姆	238
15.2	时代华纳公司(Time Warner Inc.)	240
15.2.1	有史以来最大的公司合并及其失败	240
15.2.2	时代华纳公司发展历程	242
15.2.3	时代华纳公司的目前状况	243
15.3	新闻集团(News Corporation)	246
15.3.1	默多克和他的传媒帝国	246
15.3.2	默多克在中国市场上的运作	248
15.3.3	默多克对于媒体的经营管理	249
15.3.4	新闻集团企业内部的经营管理	251
16	推动新闻信息全球化发展的跨国传媒公司(下)	253
16.1	迪斯尼公司(The Walt Disney Company)	253
16.1.1	沃尔特·迪斯尼公司简介	253
16.1.2	沃尔特·迪斯尼公司的创业历程	254
16.1.3	沃尔特·迪斯尼公司在多领域的扩展	255
16.1.4	迪斯尼的多种经营方式	257
16.1.5	历经风雨的迪斯尼公司	258
16.2	贝塔斯曼集团(Bertelsmann AG)	260
16.2.1	贝塔斯曼集团简介	260
16.2.2	贝塔斯曼的发展历程	261
16.2.3	贝塔斯曼的多元化经营业务和进军互联网	263
16.2.4	全球化的“外表”,本土化的“内芯”	264
16.3	威望迪环球集团(Vivendi Universal)	264
16.3.1	威望迪环球集团简介	264
16.3.2	从CGE到威望迪,涉足传媒娱乐业后的公司扩张历程	265

16.3.3 迅速陷入困境的威望迪·····	267
16.3.4 调整时期的威望迪·····	269
17 审视新闻信息传播全球化 ·····	271
17.1 新闻信息传播全球化中的失衡状况及原因·····	271
17.1.1 失衡的新闻信息传播全球化·····	271
17.1.2 新闻信息传播全球化失衡状况的表现及原因·····	272
17.1.3 新闻信息传播全球化失衡所引发的问题·····	274
17.2 围绕新闻信息传播失衡状况所展开的斗争·····	275
17.2.1 对新闻信息传播失衡的关注·····	275
17.2.2 为建立新的新闻信息传播秩序所开展的斗争·····	276
17.3 正视全球化背景下的新闻信息传播·····	277
17.3.1 客观对待新闻信息传播的全球化·····	277
17.3.2 新闻信息传播全球化过程中的两点认识·····	279
参考文献 ·····	281
后 记 ·····	286

第一编 全球新闻 传播概略