



珞珈问道文丛

传媒改革

观察与思考

MEDIA TRANSFORMATION

Observation & Reflection

强月新 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

珞珈问道文丛



教育部人文社会科学重点研究基地重大项目

“传媒生态变革与新闻传媒发展体制和

机制研究”（项目编号：11JJD86003）的阶段性成果之一；

武汉大学哲学社会科学优势和特色学术领域“广告与媒介经济研究”资助

传媒改革

观察与思考

MEDIA TRANSFORMATION

Observation & Reflection

强月新 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

传媒改革:观察与思考/强月新著. —北京:社会科学文献出版社, 2015. 5

(珞珈问道文丛)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 7147 - 1

I. ①传… II. ①强… III. ①传播媒介 - 改革 - 研究 - 中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 032372 号



出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 祝得彬

责任编辑 / 刘 娟 李丽萍

出 版 / 社会科学文献出版社·全球与地区问题出版中心 (010) 59367004

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 20.5 字 数: 329 千字

版 次 / 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 7147 - 1

定 价 / 79.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

版权所有 翻印必究

珞珈问道文丛编委会

总策划 石义彬 单 波

主 编 单 波

编 委 (按姓氏笔画为序)

石义彬 吴爱军 罗以澄 单 波 强月新

总 序

呈现在读者诸君面前的这套丛书，是一群常年耕耘于珞珈山的同仁奉献的心得之作。这些性情各异、风格有别、思想多元的君子从未想过建构什么学派，而是一任自己的思想与现实问题共舞，就像珞珈山上空自由飞翔的小鸟。他们看上去各有各的玩物之心，玩山玩水玩媒介，可在内心深处都隐藏着“志于道”的情怀，试图在珞珈山寻求安身立命之所。于是，这些心得之作便有了一个内在的主题：珞珈问道。

珞珈山并非什么名山，亦非挺拔、奇绝的高山，所依之东湖也没有什么响亮的名头，留在古代诗人吟唱中的，也就剩下“只说西湖在帝都，武昌新又说东湖”的普通诗句。在一般人眼里，东湖美则美矣，只是相较于西湖“文胜质”的冶艳，便只能称其为“质胜文”的粗犷了。居于此地的人大概看上了一种山水相依的静美，陶醉于“山得水而活，得木而华，得烟云而秀媚”的物外桃园之境。此山原名罗家山，又称落驾山，听上去有些落俗，隐含一点小家子气，外加一点迷恋权贵的味道。让人称奇的是，在首批来此任教的28名教授中，深通佛心的闻一多先生不仅看山似一尊佛像，还把这落俗之名听成了“珞珈”的谐音，遂将此山改名为珞珈山。珞珈之名源自梵文“Potalaka”，译为“普陀洛迦、补怛罗迦、布怛落伽”，乃佛教“观自在菩萨往来其间”的道场。当时的师生特别认同新山名，仿佛通过它赋予的想象，看到了入世与出世、此岸与彼岸之间的通道。从此，珞珈山收敛起粗俗之气，融自然美与人文美于一体，而变得文质彬彬了。

以学术为业的人们在这里与三教九流比邻而居，谈笑有鸿儒，往来亦有白

丁，接地气之风不期而养成。身居陋室，心游八仞，“无丝竹之乱耳，无案牍之劳形”，专注于理性的世界，如切如磋，如琢如磨，遂成问道之传统。薪火相传之际，文、法、理、工、农、医的学科架构铺展开来，蔚为大观，“问道”渐成珞珈人的存在之道：面向万事万物的真道或本源，探寻它的虚静无为而又复杂多变的特征，同时追寻形而上的终极价值，成就自强、弘毅、求是、拓新的人生。问道者身处波光粼粼、小山相连的山水校园，偏偏喜吟“荡荡东湖，巍巍珞珈”，看上去有些夸张，实际上潜意识里内涵一种精神自由舒展的自我期许。珞珈山水校园表现的就是这种精神的舒展：校园建筑是中西合璧的，映衬着融汇中西的学术志趣；校内绿荫如盖（植物达到151科738种），春桃秋桂，夏榴冬梅，更兼有百鸟吟歌（鸟类亦有28科118种之多），标示着多元并包的学术风格。

此山此水，仁智合一，乐山乐水者皆可寻得归宿。登高望远，明理致知，可谓山水相依藏真情，鸟语花香皆禅意。

谢天谢地，我们有缘聚集在这块修身养性的宝地，让一切烦恼与困苦消解于珞珈问道的过程之中，让我们的新闻传播研究涵泳于多学科的思想海洋。

1983年，正值中国新闻改革如火如荼之时，新闻传播人才的短缺、老化与非专业化、非国际化等问题凸显，武汉大学应时之需，毅然开拓新闻传播教育领域。学校把我们从文学、哲学、史学、经济学、外国文学等多领域调配过来，加上少量从外面引进的新闻传播学者，组成了一支新闻传播教育的“杂牌军”。最初，我们这支队伍的杂色与不入流是如此明显，以致并不被人看好，我们也一度陷入迷茫。好在我们可以冷静下来，寻找突破口，发现重新起步的中国新闻传播学的发展并不充分，不仅理性能力不足、超越性与创造性匮乏、视野狭窄、诠释力很弱，而且还感染上“抽象与僵化”的痼疾。所谓抽象只不过是狭小经验范围内的事情做貌似科学的定义，所谓僵化则是把学术话语简化为意识形态话语。审时度势，我们意识到，只有突破这种局面，新闻传播学科才可以自立，研究者才有出路。幸运的是，学科交叉的优势发挥了作用：我们可以通过马克思主义意识形态学说批判新闻传播领域的异化现象，重新思考新闻传播的基本原理；可以运用“历史向世界历史转变”的整体史观重新建构新闻传播史；可以透过现代化理论重新诠释新闻专业主义和新闻实

践；可以导入结构主义理论、接受美学、社会心理学、批评性话语分析理论，拓展新闻思维的空间，可以借助比较文化学、比较政治学、比较哲学、比较经济学等视野，开创中西新闻比较研究。随着学术的积累，大文化视野中的新闻传播研究便成了同业诸君所认同的一个特点。直到今天，我们都保持着在开放的视野中开展新闻传播研究的习惯，以抵抗思想的衰败与老化。

当然，只停留于书斋的抵抗是无力的，还必须把目光投射到现实，以问题意识突破新闻传播研究的樊篱。我们的问题大致可以概括为三类：第一类是“新闻为何存在，新闻如何存在”，它综合了行为主义和人文主义的问题，以此对抗教条化的研究；第二类是“传播为什么不自由，传播如何自由”，它充分吸纳马克思主义和西方马克思主义的问题，以此解构功利主义研究的单向性；第三类是“传媒产业与文化产业如何表现创造性”，它以创造思维为导向，面向创意的世界，消解概念化、模式化的研究。问题总是具体化为现实的难题、疑问与话题，它使我们更深地介入到中国传媒的发展过程，让媒介发展的理性贯通于中国社会文化发展和全球化发展的现实，追求新闻传播学科的理论创新与方法创新。我们顺着这些问题不停地问，不停地想，积累成三大特色领域：新闻传媒发展与新闻传播理论创新、媒介化社会与跨文化传播以及广告与媒介经营管理。收录在这套文丛里的大致可以呈现我们在探索中留下的这些痕迹。

珞珈问道三十年，所留下的终究是一个梦，既有庄周梦蝶的欣喜与洒脱，也有蝶梦庄周的失落与羁绊，到头来得到印证的还是夫子所言：“学然后知不足，教然后知困。”因此，我们为自己留下这些习作，作为下一个三十年自反与自强的依据。

珞珈山上痴蝴蝶，犹梦大道翩翩飞。我们是一群钟情于珞珈山的君子，尽管春天让我们伤感过，夏天让我们难受过，秋天让我们失望过，冬天让我们迷茫过，可我们还是选择了这块诗性、理性、佛性的栖居之地。这是说也说不清楚的情感和缘分，读者诸君只有在每位作者的书稿中慢慢体会了。

是为序。

单波

甲午春于珞珈山

自序

传媒改革：观察与思考

1978年，中国传媒开始走上改革之路。从“事业单位”到“事业单位、企业化管理”再到传媒集团化、产业化，是传媒改革体制层面的表征；从承认传媒产品的商品属性到传媒市场的兴起再到传媒竞争的加剧，是传媒改革经营层面的缩影；从民生新闻的兴起到新闻策划的强化再到融合新闻的出现，是传媒改革内容生产层面的反映。在改革的旗帜下，传媒上演了一幕幕风生水起的活剧，为我们展示着一道道亮丽的风景线。改革是传媒已经发生变革的驱动器，也是传媒将要发生变革的路径指示。

恰逢其会。我和大家一样，有幸成为这场传媒“千年未有之变局”的见证者、参与者、观察者和思考者。作为80级的大学生，我的学习和工作时间与传媒改革叠加，完整地见证了传媒改革带来的发展“神话”：大学毕业后，我先后在新华社广西分社、湖北分社做过记者，在湖北分社时参与创办并主持过《湖北经济报》的日常工作，亲历过报社的报道创新和经营改革；1996年我调入武汉大学新闻与传播学院，从事新闻教学与研究工作的，主要角色转变为传媒改革的观察者和思考者。呈现在读者诸君面前的这本小书，就是我观察和思考的结晶。

对传媒改革实践进行考察是研究中国传媒改革的起点，也是我观察和思考的立足点。只有立足于传媒改革实践经验的观察和阐释，继而经由理论的抽象和提升，才能保证我们的研究是中国经验基础上的研究，从而具有一定的针对性和现实性。我对传媒改革的观察和思考主要集中在内容生产与经营管理两个方面，本书正是根据这两个研究重点来进行结构安排，即将内容生产方面的研究纳入“新闻实务”板块，而将经营管理方面的研究归入“媒介经济”板块。

在内容生产方面，我以解决实际问题为主旨，围绕传媒发展过程中出现的新现象和新问题进行观察和思考。这些思考涉及新闻评论的价值取向、慈善新闻的呈现、新闻来源失实的法律责任、网络信息噪声和网站新闻编辑对策、电视栏目的品牌形象构建、党报改版理念的更新、政府信息公开等问题，思考对象既包括传统媒体，也涉及以互联网为代表的新媒体。如《理论阐释、实践拓展与机制保障——推进“走转改”常态化的三个向度》是对中央提出的“走转改”活动进行思考的成果。我认为，“走转改”活动自开展以来取得了阶段性成果，但也面临新情况和新问题。如何深化“走转改”活动并使之常态化，成为摆在学界和业界面前的现实问题。在我看来，要实现“走转改”活动的常态化应从理论阐释、实践拓展与长效机制三个向度入手。这三个向度是深化“走转改”活动的关键，其中，理论阐释为“走转改”活动的常态化提供理论指导；实践拓展从广度与深度上实现“走转改”活动在媒体实践环节的延伸；长效机制则为保持“走转改”活动的持续性提供制度保障。而《我国财经报道的现状、问题与思考》是我对我国财经报道进行观察和思考后所形成的一系列成果。这一系列成果从财经报道这一概念的广义和狭义，宏观、中观、微观等方面入手。在厘清概念基本内涵的基础上，文章以1992年邓小平南方谈话和2001年中国加入世贸组织为界，将改革开放以来我国财经报道划分为经济新闻的重振时期、狭义财经新闻盛行时期和新兴财经报道时期三个时期，并总结了不同时期的特点和当前财经报道在题材、视野、写作方面的具体状况及其面临的选题、角度以及表达的先天不足，报道风格缺乏易读性和可读性，记者缺乏独立的思维和推断过程等问题。最后，我对当前比较盛行的预测性财经报道进行了专题思考。预测性财经报道所涉及的题材范围非常广，并与民众关注点密切相关，且其表现手法趋向成熟化和多样化，但同时，预测性财经报道缺乏必要的连续性，媒体和记者缺乏反思意识，尤其缺乏科学的预测方法。在此现状下，我国媒体应进一步改革媒介观念，从媒介发展战略的高度重视预测性财经报道，注重记者综合素质的提升，建设优质的专家智库，与专业预测机构建立合作机制，建立健全跟踪报道机制，以充分发挥预测性财经报道的准确性、科学性和指导性。

竞争和合作是我讨论媒介经营管理相关现象和问题的基本框架。我坚持认

为，只有从历史的探寻中才能把握我国媒体竞争和融合的基本轨迹，挖掘我国媒体演变的内在逻辑。因此，关于媒介经营管理方面的思考，我对新时期报业竞争的历史阶段进行了划分，对内地传媒经济研究的整体状况进行了理论概述和量化分析，并对我国传媒竞争的动因和现状及问题进行了分析。其中，《我国报纸发行30年的历史变革与发展趋势》一文对报纸发行所历经的渠道、机制、经营和理念四个方面的巨大变革进行了总结，提出了改革开放以来我国报纸发行理念的嬗变大致经历了三个阶段及其特点，即“派发”理念阶段（从改革开放初期到20世纪80年代中期）、“推销”理念阶段（20世纪80年代中期至21世纪初）、“营销”理念阶段（21世纪初以来）。我认为，报纸发行理念的嬗变总体上朝着市场化、社会化、产业化三个方向变化和发展，而我国报纸发行的未来发展重点就是解决发行渠道的整合问题。通过整合当前报纸发行网络，以提高发行渠道的整体运营能力，构建起以“第三方物流”为基本特征的现代化报纸发行体系。只有在历时的梳理和总结的基础上展开的共时性研究，才能让我们准确把握当下的研究问题，赋予共时性研究以历史视野。因此，在进行历史发展轨迹的描述和总结的基础上，我进而对我国传媒市场特征进行经济学分析，对传媒价格串谋、媒介成本的转嫁、传媒联动的竞合价值和传媒整合等媒介经济领域的核心问题进行了探索。多种研究范式并存是国内外尤其是西方学者研究传媒竞争现象的现实特征。《中国传媒产业间的广告资源竞争：基于生态位理论的实证分析》认为，在生态学范式下，“竞争”被界定为传媒资源使用的相似性，这有助于解释在传统传媒竞争分析中研究者无法回答的相关问题。以美国传媒学者约翰·迪米克和阿兰·阿尔巴朗等为代表的研究者，主要聚焦于微观层面，采用量化实证的方法对传媒竞争和传媒经济现象予以生态学的考察。传媒竞争是一个多层面的复杂现象和过程，生态学范式的传媒竞争研究，应在多个资源维度实施产业内外的多层次分析。在理论框架的运用上，我们可采用理论生态学、组织生态学、产业组织研究等领域的分析工具。因此，传媒竞争研究的生态学路径有助于拓展传媒生态学的研究对象与视野，积累、发展与创新传媒生态学理论。

上述内容均已公开发表过，收入本书时基本按发表的时间顺序呈现。时过境迁，其中有些思考已不再契合当前传媒改革的实际情况，但考虑到这部分内

容记录和展现了中国传媒的改革历程，也记录了作者观察和思考的轨迹，因此，收录本书时还是保持了原貌，未作修改。特别需要说明的是，这些成果有一些是我和我这些年指导的硕士生和博士生共同完成的，对他们付出的智慧表示感谢！由于公开发表时均已署名，此处就不一一致谢了！感谢在校的博士生刘莲莲、袁满为本书的编辑出版作出的贡献！我深知，由于个人能力水平的局限，书中一定存在诸多不足之处，恳请读者给予批评指正！

目 录

一 新闻实务

新时期新闻评论的价值取向·····	003
精心打造电视栏目的品牌形象·····	008
网络信息噪声及网站新闻编辑对策·····	013
从新闻来源失实看媒体承担的有限法律责任·····	018
“互动性”理论观照下的我国政府网站建设·····	026
我国当前传媒与公共领域问题研究现状与反思·····	037
中国公共新闻活动的实践辨析·····	048
我国新闻学定量研究的回顾与前瞻·····	058
台湾公共新闻学：“乌托邦”式的幻象·····	067
慈善新闻的呈现状况分析·····	078
论政府信息公开对大众传媒的建构性影响·····	088
中国广播电视规制的历史检视及其改革路径·····	102
我国财经报道的现状、问题与思考（上）·····	110
我国财经报道的现状、问题与思考（中）·····	121
我国财经报道的现状、问题与思考（下）·····	129
强化精品意识 提升报道质量·····	136
理论阐释、实践拓展与机制保障·····	142
新世纪以来国内新闻评论研究的回顾与展望·····	154

“我是建设者”新闻理论实践的机制分析	167
强化改版创新意识 增强省级党报舆论引导力	180

二 媒介经济

新时期报业竞争阶段论	189
传媒市场特征的经济学分析	197
传媒价格串谋初探	204
我国传媒经济研究的量化分析	212
媒介成本在构建和谐经济中的转嫁分析	219
2007 年我国传媒资本运营回顾与展望	228
我国报纸发行 30 年的历史变革与发展趋势	240
中国传媒产业间的广告资源竞争：基于生态位理论的实证分析	249
传媒联动的竞合价值与趋向探析	265
传媒整合：传媒集团内部的协同合作	273
新闻传媒与和谐社会经济发展的共生关系	284
2009 年中国内地传媒经济研究概述	294
传媒竞合：动因、现状及问题	302

新闻实务

新时期新闻评论的价值取向*

——兼评《湖北日报》“新世纪展望”系列述评

新闻评论（包括述评）作为媒介常用的一种以发表意见为主而有别于一般新闻报道的新闻体裁，历来在我国的报刊史上占有十分重要的地位。尤其进入新时期后，经过“拨乱反正”的党报新闻评论，无论在议题的设置上，还是在说理的态度与方法上，或者是在文风的表现上，都较以往有了长足的进步，其传达政策、引导舆论、释疑解惑、激浊扬清的“旗帜与灵魂”的作用也发挥得更充分、更有效了。但是，在这一历史表象的背后，我们也要看到，新时期的党报评论工作遇到了前所未有的挑战。首先，随着改革开放的不断深入，特别是在当前实现经济体制与经济增长方式两个根本性转变的社会大变革时期，在计划经济向市场经济“转型”过程中，新旧问题总是交汇碰撞，人们的思想和社会矛盾表现得异常复杂，出现许多斑驳繁杂、光怪陆离的社会“怪胎”。有些事情，积重难返；有些事情，风起苹末；有些事情，似是而非；有些事情，又往往令人困惑丛生、百思不解。这都给党报评论的“说话”（说什么，怎么说）设置了“难关”。其次，随着媒介市场的繁荣，竞争的日益激烈，特别是高新技术带来的“网络传播”的冲击波，如电子论坛的出现与普及，各种意见性信息（评论）传播的速度越来越快，数量也越来越大。如何抢夺新闻市场的“先机”，掌握舆论的主动权，对党报评论来说无疑是一种沉重的“压力”。最后，当前受众的心理已经发生了明显的变化，读者在阅读报刊言论时，再也不是传统意义上的被动接收者，他们会用比以往任何时候都更为挑剔的眼光，审视着来自报刊的言论。读者的这一变化，自然对党报评论的“质量”提出了更高的要求。

* 发表于《新闻前哨》2001年第2期。

面对新时期的新形势、新变化、新情况，如何重新定位新闻评论的价值取向？如何奉献给读者内容与形式完善统一的言论作品？这是需要每一个党报评论员认真思考并且努力实践的问题。《湖北日报》在20世纪末重头推出了“新世纪展望”系列述评（一组5篇，见该报12月22日、23日、25日、28日、29日头版），应该说，在这方面做出了令人欣慰的、十分有益的探索。

一 新时期新闻评论的选题取向应从单纯的“眼光朝上”转变为“眼光朝下、上下结合”

所谓新闻评论的选题，就是选择和确定什么议题的问题。不论是就一篇评论写作而言，还是就一段时间评论写作的计划而言，选题都是新闻评论写作的第一步，也是最重要的一步。所谓新闻评论的选题取向“眼光朝上”，就是说，新闻评论的选题单纯局限于中央、地方的有关文件，领导的讲话或指示，或者有关会议的决定，也就是局限于政策的宣传贯彻上，而对实际工作，对社会生活中读者的关注点、关注度不予考虑或考虑较少。这种“眼光朝上”的新闻评论选题取向，在过去计划经济时期是比较盛行的，也起到过一定的作用，这是毋庸置疑的。对此，即使在今天我们也不能轻易地否定。但是，选题取向局限于此，则存在明显的不足。这是因为，一方面，任何政策的产生与实施，都是离不开社会实际，离不开群众的，是“从群众中来”，并且要“到群众中去”；另一方面，在今天市场经济时代，新闻市场已经进入“买方”市场，读者获取信息的渠道、能力和主体意识大大增强。单纯“眼光朝上”，而不顾读者“是否”关注的评论选题，是难以抢夺读者的“眼球”，难以获得读者的青睐的。因此，只有那些“领导重视、群众关心”，“上下共识”的重大新闻事件或普遍关注的问题，才是我们党报评论的最佳选题。《湖北日报》的这一组述评，分别论及WTO、农业、光谷、信息化、旅游经济，这些选题应该说都是湖北省上下各界关注度很高的“热门”话题，是今天社会上绷得最紧的“那根弦”，谁触动了这根弦，就会赢得最大的反响。这样的选题，读者会认同，领导会满意，编辑部也会高兴。