

传媒：

经济运营

信息传播

话语语境

MEDIA

沈毅 罗子明 林刚 等/著

中国青年出版社

传媒：经济运营· 信息传播·话语语境

沈 毅 罗子明 林 刚 等著

中国青年出版社

(京)新登字 083 号

图书在版编目(CIP)数据

传媒:经济运营·信息传播·话语语境/沈毅等著.

北京:中国青年出版社,2007

ISBN 978-7-5006-7501-3

I. 传... II. 沈... III. ①经济-新闻工作-研究

②广告-经济管理-研究 IV. G21 F713.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 070081 号

中国青年出版社出版 发行

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

网址:www.cyp.com.cn

责任编辑:刘霜 liushuang@cyp.com.cn

编辑部电话:(010) 64007495

北京中青人出版物发行有限公司

电话:(010) 64066441

聚鑫印刷有限责任公司印刷 新华书店经销

700×1000 1/16 20 印张 1 插页 337 千字

2006 年 12 月北京第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

定价:22.00 元

本图书如有印装质量问题,请与出版部联系调换

联系电话:(010)84035821

编写说明

北京工商大学传播与艺术学院在国内率先确立了“传播聚焦经济，艺术服务市场”的办学理念。全院教师为把这一办学理念落到实处，多年来进行了积极而有成效的教学科研工作。学院的新闻学专业确立了经济新闻的特色方向，广告学专业确立了广告经营管理的特色方向。可喜的是，经济新闻和广告经营管理这两个专业特色方向建设不断取得新进展，所培养出来的合格专业人才，也在我国传媒领域发挥着积极的作用。2004年、2005年相继由中国青年出版社出版的《经济新闻与广告传播研究》、《传播聚焦经济研究——市场·运作·历史》这三本书中的多数论文，比较集中地体现了北京工商大学传播与艺术学院在经济新闻、广告经营管理研究领域的新成果。这本《传媒：经济运作·信息传播·话语语境》，则是2006年学院教师在上述两个领域辛勤耕耘的新收获。

收入本书的论文的基本内容包括：一是关于媒体经营管理的，如民营传媒产业的生存及新技术条件下传媒产业的发展等都是传媒界非常关注的热点话题；二是关于近现代中国经济新闻史的，如对抗战前《申报》、《中央日报》经济报道的比较，《新中华报》、《解放日报》及《大公报》抗战时期经济报道的特色分析等，均是新闻史学界前沿问题；三是关于广告经营管理的，包括媒体广告的问题与对策、广告监管与广告伦理等；四是关于传播语境的，包括卡通形象代言人与品牌形象、文学作品的意境表现等。

目 录

抗战前《申报》、《中央日报》经济报道比较研究/沈毅.....	1
2005年民营传媒产业生存状态扫描/王擎.....	10
加强廉洁自律教育 重塑新闻职业道德/王擎.....	17
新技术条件下传媒产业融合与影响/吴玉玲.....	21
手机电视:特性、意义与问题/吴玉玲.....	28
从《新中华报》到《解放日报》 ——浅析我党抗战时期经济新闻报道的特色/范敏.....	34
体认时局 高瞻远瞩 ——试论《大公报》抗战时期的经济新闻报道/范敏.....	45
最难风雨故人来 ——邵飘萍诞辰120周年暨逝世80周年纪念/黄伟.....	52
对于广播电视从业人员职业道德的新思考/许莉.....	56
浅析电视中的声音/许莉.....	61
美国主流电视媒体在战争中的舆论引导方法浅析 ——以海湾战争和伊拉克战争报道为例/连少英.....	68
浅谈电视市场的受众权利及消费需求/连少英.....	75
中美电视新闻节目“主持人中心制”比较/连少英.....	82
从《循环日报》的经济报道看王韬的改良主义思想/路鹃.....	92
《断背山》 ——李安对西方的和平演变/路鹃.....	101
浅议“知情权”发展现状和权利保障/路鹃.....	106
从收听率数据看北京的移动收听情况/施莉、高丽华.....	113
论报纸新闻广告的成因及治理对策/徐小娟.....	122
论建立完善的广告监管体制 ——谈美国广告监管体制给我国的启示/徐小娟.....	126
人文关怀和社会责任 ——现代广告中的两柄利剑/李岭.....	134

浅析广告人才的伦理信用培养/丛珩	141
卡通形象代言人推动品牌形象传播的市场潜力分析/赵妍妍	149
到哪里都是主场	
——从可口可乐中国广告策略看广告传播本土化/公克迪	156
《时尚》系列：花儿为什么这样红/公克迪	164
唐前杂史与笔记：古代英雄传奇小说的萌芽/林刚	170
唐传奇豪侠作品：古代英雄传奇小说的雏形/林刚	175
明代英雄传奇小说繁荣的原因探析/林刚	183
儒家“诗教观”的文学意义/王新惠	191
女性主义与大学语文教学/王新惠	199
从套曲《不伏老》看关汉卿的“为人之气”	
与“为文之气”/夏京春	206
硬笔书法课与情商培育/夏京春	212
谈谈古典诗词教学中的几个环节/夏京春	217
试论苏轼的人格美/袁钟芳	224
宋人七绝的理趣和野趣/袁钟芳	229
意境美在古典诗歌中的表现/袁钟芳	235
孟子的和谐社会论/李倩	244
永恒的罗马 不朽的长安/李倩	253
古希腊妇女与古代中国妇女/李倩	257
论《活着》电影叙事对小说叙事的改编/杨柳	262
《疯狂的石头》：草根文化的电影狂欢/杨柳	269
挽歌中的微笑和悲哀	
——浅析陶渊明生死观/赵明正	276
弗洛伊德文艺观和中国古典文学研究/赵明正	282
“回到语镜”	
——论审美语镜在审美沟通中的作用/刘莉	287
伯乐相马与明星广告	
——大众文化视野中的明星广告研究/刘莉	294
女性主义文学批评：理论与实践/刘莉	299
满族文化与北京文化的传衍与融合/黄昌莉	307

抗战前《申报》、《中央日报》经济报道比较研究

沈毅(1954—),男,辽宁沈阳人,北京工商大学传播与艺术学院院长,教授,博士。

[摘要]

本文对1927年至1937年间《申报》、《中央日报》的经济报道进行比较研究。这两个大报在当时都很有影响。两报的版面安排的共性特点在于广告版面较多,经济报道体裁比较多样,报道对象比较宽泛。区别在于《中央日报》重视“正面”报道,对“问题”的报道则避重就轻,经济报道是服务和服从于国民党的政治中心工作的。《申报》的非官方报纸的身份,决定了它相对于官方立场具有一定的独立性和灵活性,能保持一定的距离,其经济报道有的敢于揭露敏感问题,有的还比较贴近生活。

[关键词]

《申报》;《中央日报》;经济报道比较研究

在1927年到1937年间,中国经济形势错综复杂。农村与城市严重对立,渐有起色的现代化经济建设被跌入破产深渊的农村经济严重束缚。席卷全球的经济恐慌使中国经济雪上加霜。其后虽然中国经济逐渐走出了经济危机带来的阴影,但“九一八”事变割裂了统一的国内市场,日本在华北走私商品也令中国经济备受摧残。工商界及全国百姓为复兴中国经济不懈地努力,国民政府也采取了很多措施。中国新闻界不甘人后,运用媒体的力量,为振兴民族经济积极地进行宣传和报道。《申报》与《中央日报》当时分别作为民营大报和国民党中央机关报,在新闻界具有举足轻重的作用。它们在振兴民族经济的宣传报道中,的确都做了很多工作。但毕竟二者所代表的政治力量和社会基础是不同的,因此经济报道的形式、内容乃至影响与地位也就会有许多不同之处。对《申报》与《中央日报》的相关经济报道进行研究,是很有意义的一项工作。笔者愿意抛砖引玉,对《申报》与《中央日报》的经济报道进行对比,为推动新闻史尤其是经济新闻史的深入研究贡献一点力量。

一、《申报》与《中央日报》版面、栏目的共性分析

《申报》与《中央日报》在版面与栏目方面有一些共同的东西,具体表现在于:

1. 广告较多。《中央日报》创刊于1928年2月1日。创刊号的版面安排情况大致是:第1张第1版除了很小一块的“今天目录”外,几乎整版为通告与广告。这些通告与广告包括该报报社承揽广告的几个启事、国民党中央宣传部通告、国民政府财政部通告,以及多达半版的书籍与刊物的广告,如在“宣传革命两大新著”标题下的宣传《党化教育实施法》和《帝国主义侵略中国痛史》两部书的广告等。第2版、第3版为综合性国际、国内时政要闻版,第4版、第5版全为广告。

我们看1928年9月1日(周六)《申报》的广告情况。当日发往外埠的《申报》为六大张,每张4面,总计24个版面。上海本埠则在此基础上另加两张半,也就是说,在上海本地售卖的《申报》总计34个版面。第1版是广告版。除了报名外,整个版面排满了广告。上半版为中华书局独家经营的卡得自来墨水笔广告;下半版为香烟广告。第2版的上半版也是广告版,登载的是当时民族商业最大的两家百货公司永安公司和先施公司秋季商品大减价的信息,下半版有几家工厂的启事及津浦铁路管理局通告。第3版整版登载的是若干工厂及一些律师的启事。第4版右半版为商品广告,左半版为综合新闻栏目“本馆要电”。第5版整版广告,均为各类学校的招生信息。第6版的上半版为学校的招生广告,下半版刊载的是国民政府财政部布告、通告及上海市政府社会局布告、市政府与淞沪警备司令部的联合布告。第7版整版广告,主要是学校教科书信息,包括光明书局出版“中等学校试用教材”的信息,内中有《中国革命史》、《中国国民党党史概论》、《孙文主义大纲》等书。第8版上半版是广告,内容有商务印书馆“四角号码学生字典不日出版了”的信息和烟草公司与舞场的广告。第17版大约有2/3版面为广告,除了商务印书馆关于小学、中学、职校、师范教材用书信息,就是医药广告。本版大约有1/3版是教育系统的新闻报道栏目“教育消息”。第18版整版广告。第19版的2/3版面为经济新闻报道栏目《商业要闻》,另1/3版为医药广告。第20版约3/4版面为商品价格栏目“本埠市价表”,其余为广告。第25版整版广告。第25版至34版为“本埠增刊”,栏目有“商场消息”、“出版界消息”、“汽车新闻”。该增刊也登载广告。

两份报纸的广告应该说都不少。相比较而言,从广告版面安排的密度来说,《申

报》要大于《中央日报》。从绝对数量来看，因为《申报》版面更多，所以每期的广告数量也多于《中央日报》。二者的共同特点在于都把第一版作为广告专版。《申报》作为商业性报纸这样做，原本也在情理之中，但《中央日报》这样一份政治色彩极强的大报，也辟第一版为广告版，似乎有些难于理解，大概也是经济效益驱动和竞争使然吧，因为第一版登广告，也是当时报纸的一种通行做法。

2. 文章体裁与报道对象的多样性。《中央日报》上经济类报道的体裁比较多样，从一般性的消息，到时事评论，再到深度报道，各类文体都有，连载性的评论和深度报道也比较常用。国内外时政要闻中的消息篇幅长短不一，“各地简讯”中的消息一般大致是二三百字，1928年2月8日一则关于江苏丹阳的消息只有60字。但“各地通讯中”有的消息则比较长，如1936年6月19日的《鲁省下年度各县地方预算》大概有2300多字。“经济特刊”一般登载的是时评类文章，一般篇幅也较长，有些文章还得连载多期，例如《中国的劳动问题》一文就是这样。此外，报上也发表有记者对基层的实地采访性文章。

《中央日报》上的经济类报道对象比较宽泛，大致说来，凡是当时比较重要的涉及国计民生的话题在报上都有反映。大概涉及最多的话题是农民问题，各类文体的文章几乎都谈农民问题，与农民有关的许多问题也几乎都受到关注。比如，1933年12月3日《中央日报》同一版上的消息，一条是有关农村金融问题的《救济农村金融苏省设立各县农会》，还有一条谈的是农村水利的《皖民建两厅派委巡视各县水利工程》。土地问题在报上也受到重视，如1928年3月22日刊有时评《二无减租的利用方法》，1928年3月的连载的论说性文章《平均地权的讨论》。1936年6月2日载有《农本局与农村前途》、《西南各省之土地利用与农业问题》等文章。此外，发展民族工商业问题也受到重视，有关文章也很多。

《申报》上文章的体裁相当多样。属于新闻类的有“时评”、“本馆要电”、“各社电讯”、“公电”、“国内要闻”、“地方通讯”（主要是关于江浙地区的报道）、“本埠新闻”、“来函”、“专件”、“公布栏”等，这些综合类新闻中，也有很多经济报道。此外，还有为数众多的经济类栏目，刊载专门的经济新闻和经济理论文章。

《申报》的经济新闻所关注的对象是相当广泛的。“商业要闻”就是专门的登载商业领域新闻的栏目，“招商局半月刊”是介绍当时中国最大的民族轮船运输企业上海轮船招商局的专门版面，“本埠增刊”中的栏目有“商场消息”、“出版界消息”、“汽车新闻”。1936年6月15日《申报》的“经济丛谈”栏目，刊载了署名曾

迪光的文章《重农与重工》(下)。同期《申报》第16版上的“经济专刊”,发表了两篇论文,一是署名张一凡的《战费之发展及其推算》(第一部分),二是署名李寅北的《非常时期的麦粉自给问题》。此外,还发表了对上海市场的调查《私货充斥 物价下跌》等商业新闻。同年6月22日的《申报》“经济专刊”上,登载了署名张孟昭的论文《纺织业的自救》。《申报》还登载过记者对中国社会基层尤其农村的实地调查采访。所刊载的文章内容有的与经济问题有较大关系,有的就是经济问题本身。1936年的《申报》上连载过署名“本报特派员成骏”、“本报特派记者成骏”的长篇通讯《湖北农村杂写》。《申报》为了配合扶助民族资本,为了配合当年的“国货年”,从1933年1月1日起,新开设了“申报国货周刊”。1937年6月6日的国内要闻中就刊载了消息《晋省办理农村贷款》。同期《申报》的“星期论坛”栏目,载有张荫麟的时评《土地法的修订和民生的改善》。

相比较而言,《申报》上刊载经济类文章的栏目更多,相关的文章数量也比《中央日报》要多些。就报道对象而言,《申报》上的经济类文章所涉及的领域也比《中央日报》显得更多样、更细致些。

二、《申报》与《中央日报》经济报道内容的比较

《中央日报》重视它所认为的“正面”报道。《中央日报》是国民党中央宣传部主办、主管的全国最高级别的党报、官报,是国民党最高当局的喉舌。国民党创办此报的目的是要宣传其政治主张和政策,指导各级党政权力部门的工作,更好地维持和巩固集权专制的统治。当年中国社会问题堆积如山,既有历史遗留问题,又有国民党取得政权后新产生的问题。国民党及其政权是没有能力有效解决这些问题的。但为了证明自身统治的正确性,《中央日报》必然要按照国民党的最高意志进行宣传和报道,最大程度地展示成就和事业的推进。在《中央日报》上,有关经济建设成就的消息比较多,当局关心民间疾苦的报道也不少。1933年12月4日《中央日报》上有几则此类消息:一是报道江苏省粮食仓库将建立,称:“先从镇扬邗三地试办进行顺利再推广各县”;二是报道“赣省各县试办农村改进试验区从事推进农业改良事项”;三是载文《鲁西灾区将再添设粥厂七处 赈灾会决呈请中央拨款 赈款七万九千元将放完》,称:“鲁西灾民到济后,既有市政府会同省赈务会,照料送各收容所安置。据最近统计,自十一月一日至三十日,共来济难民六千六百四十,除本市收容五千五百

三十六名外，其一千一百零四名，均由济他往。查上月来济之灾民七千一百四十名，与自九月二十三日起，截至十月三十一日止，来济灾民共七千四百七十二名，总计为一万四千六百二十二名。至分赴各地者及滞留灾区者，尚不在内。鲁西灾情之重，可想见也。”1936年6月8日载文《苏省府促进生产建设亟谋开发苏北棉产 未开垦荒地尚有千余万亩 南通区专员邀请各界参观》。1933年12月6日消息《政府正计划设立大规模中央农业银行 长期从事低利贷款给农民 资本二三千万由美款划拨》，称：“农村复兴委员会，以近年农村经济日趋枯竭，不亟谋救济，农村将愈崩溃，农业势且破产。……已决定在美棉麦借款项下划拨，将来由政府委托银行家及农商界主持之，以政府为监督。……成立后，长期从事于农民低利贷款，俾使垂危之农民经济，获得接济，以事耕种。”1936年6月10日的报道《西荆公路昨行通车礼 邵力子主席报告修筑经过 湘川公路双十节亦可通车》称：“湘黔路通后人民均称便。”6月20日报道称：昆明实验县“交通建设事业突飞猛进 浚河造林成绩显著”。1933年12月8日《中央日报》报道国联专家视察江西省农村合作社称：专家“对于合作社之成绩，颇为赞许。尤其对于临川县杨洲村利用合作社所设备之仓库园林及实验学校最为满意。”

既然如此重视正面报道，《中央日报》上的“问题”报道就显得人工拿捏的痕迹过于明显。与当时几乎是积重难返的社会问题相比，《中央日报》所暴露的“问题”不仅数量少得可怜，而且所选择的“问题”的性质也远算不上严重。1933年12月5日的报道《食粮滞销原因》称：为了使农民粮食及时运出以救济民生，当局曾为之制定了非常优惠的价格，但铁路粮食运输量仍少。其原因看来不是运价本身的问题，“故救济农村，尚非专赖铁路运价之核减，如国内金融，集中都市，不事流通，洋米倾销，无法限制，盗匪充斥，地方不靖等，实为最大原因”。这样的新闻消息不会对统治者有什么危害，还会让人觉得当局一直在为农民着想。1933年12月7日报道了河北省灾民因黄河水灾赈款分配不均而到南京请愿的消息，并刊载了请愿书全文。估计当时舆论汹汹，传说纷纷，对统治者不利，报纸载文大概目的在于澄清真相，以避传说。1936年6月1日《中央日报》报道南京市失业工人情况：“市各业劳工概数……约在十万人左右。近年多各界农业破产，工业亦连带遭受巨大打击，致失业工人日益增多。……迄至现时，有职业者尚不及三万，均在风雨飘摇中为生活而挣扎。”6月5日的《中央日报》报道天津的情况，文章为《津商业不景气 三个月内倒闭商号千余家 租借歇业商店亦达五百户》。在分析商号倒闭原因时文章讲到“因受不景

气及外商压迫,营业均感萧条”。文章所谈的这样两个原因当然都是存在的,但施政者肯定也有责任。撇下施政者的责任去暴露几乎是人所共知的社会问题,这样的舆论导向短期内对当局是有利的,但从长远来看,建立在信息缺失情况下的导向是一种危险、盲目而错误的引领。此外,对日本步步紧逼的对华经济侵略形势,报纸秉承最高当局避免刺激日本的妥协方针,也未能予以必要而充分的报道。其他诸如民间和知识界批评的军费开支过大、行政效率低下及冗员过多导致百姓负担过重等现象,《中央日报》也没有进行应有的报道。

此外,《中央日报》的经济报道服从和服务于国民党的中心工作。多数报道是在记载官方活动,或记载与官方有关的活动,堪称是一张官方活动的记录报。报纸没有自己的立场或态度,记者的报道不是其个人的见解,而是截取现实生活的片断去诠释官方立场。当然,不少报道客观上也符合民族利益。当年国民政府是比较积极提倡国货的,对此报纸也予以积极配合。1933年12月6日报道:“实业部为图谋发展渔业,冀资抵御外渔侵略起见,曾拟具计划,在上海设立大规模渔市场。……明春即可兴办建设云。”同天的报纸还报道说:“江浙丝绸机织业联合会,为提倡国货,日前特呈请行政院转令教育部,严令全国各学校学生教员,一律穿着国货衣服。教部奉令,业已通令全国各公私立大中小学,一体知照云。”1936年6月19日、20日连续刊登实业部长吴鼎昌的广播讲话《国民经济建设运动之意义》。讲话称:“我们抱此决心,作一个新经济运动。由上而下,由近及远,大家消费品概用国产自足,以促进国货产品之进步”。为了配合国货运动,1936年6月7日《中央日报》载文《工商业应本爱国之诚相戒不购销私货 不独国库税收可资裨益 工商业本身亦赖以维护 沪市职工团体联合检举走私》。

与之相比,《申报》因为不是官方报纸,其报道就有了一定的灵活度,没必要时时事事跟着官方活动转,所以报纸上的官方活动的记载要明显少于《中央日报》。此外,《申报》对经济领域的问题的揭露也远比《中央日报》来得全面和深刻,甚至一定程度上还敢涉及敏感问题。1933年1月1日《申报》的时评栏目发表了报馆的《新年献词》。谈到国内经济,“献词”在指出连年的外贸入超后,又向人们勾画了国民经济尤其农村经济的悲惨景象:“前年水灾,农村已破毁无余,而去年丰收不仅不能贍人民之死亡,反益以加速农村之破灭,在各种原因的总和之下,农村自更加速破产,农业主要产品如丝桑,破落已不堪言。更有一极明显之事实:江苏在我国素称富饶之区,但据调查,全省中之四十三县,共有三百四十五家当典,共有资本一千三百

六十余万，但仍不足应付。”“献词”感叹：“农村之贫苦，已可想见，苏省如此，他省宁尚堪问。”“献词”希望国家能走出经济困境，它提出的解决办法是：第一要有严密的计划，且保证计划在政府与民众的层面都能实行；第二是保证“使大众能各尽其力，各尽其能”，否则“恰为自取灭亡之道”；第三，“领袖须奋其为民众牺牲的精神”。

应该说，该“献词”对经济形势的分析和原因的判断都是比较准确的。所提出的希望则未免是一厢情愿，但多少也切中了问题的要害所在。因为严重的社会经济问题特别是农村问题固然有历史和外部的因素，但当政者无所作为或施政不当，确是难辞其咎的。只不过国民党本身制度与体制方面障碍重重，加上醉心于“剿共”，所以要想让经济较快地走上正确轨道是不太容易的。

国民党政府一方面为维持统治，既不敢、也不能公开放弃孙中山的民生主义理想，另一方面自身又因为与封建土地制度有着千丝万缕的联系，也同样不会真正有力实施进步的土地政策。早在1930年国民政府就公布了《土地法》，却拖延至1936年3月才明令公布实施。之后又进行了若干修改。到了1937年5月，最后审定通过。^[1]1937年6月6日的《申报》发表署名张荫麟的时评文章《土地法的修正和民生的改善》。文章肯定所公布的《修正土地法原则》：“应当竭尽全国的智虑”，“大致上是差强人意的”。又担心有法不行：“旧土地法实等于废纸，何以保证将来的新土地法不致有同样的命运呢？以新废纸换旧废纸，又有什么意义呢？”文章也对某些内容提出质疑，如认为未规定累进土地税是一大缺憾，建议应该以累进土地税达到限制土地兼并的目的。这是一篇批评和建议性的时评，调子是温和的，提出的问题虽不敏感，确有很强的现实性。

1936年6月17日、22日的《申报》“经济专刊”所分别发表的张一凡的《战费之发展及其推算》（第一部分、第二部分）中，针对日本大肆扩军备战，对战争史尤其欧战中的战费支出情况进行了较为详尽的描述，意在唤醒国人，为了有效抵御日本可能对中国发动的更大规模的侵略，一定要使军费准备充分到位，方不致措手不及。文章感慨道：“则在我们寅吃卯粮的今日财政状态下，用何种方法才能准备呢？这是大家应该精心细虑急起直追的问题了。”文章实际在批评国民党预算的不合理及其对国防造成的不利影响。

在时政要闻中，《申报》还敢于揭露军队对民间的野蛮征发。1928年9月4日以《密云民间之饥苦》为题报道说：“北平密云某军，向各村征发，男全逃避，妇女

出来哀求。军警亦将妇女押留，耆绅请释放，谓历来军阀，亦未有拘押妇女者。征发方竟答曰：现在男女平权，亦应负责供给粮草。”军方征发扰民及无耻狡辩的丑恶形象暴露无疑。

《申报》上经常能读到记者对中国社会底层的实地调查采访。这些报道是第一手的，是对民间的生产、生活的近距离场面景物的描写，对人们了解和体会民生、民苦是很有帮助的。连载通讯《湖北农村杂写》，因系作者实地采访，甚至亲身到井下和村民中间，所以在不少方面较真实地记载了当年湖北农村落后衰败的景象。在第9期的《大冶矿区考察》中，作者记述了他在汉冶萍铁矿、象鼻山铁矿、富华煤矿、利华煤矿的见闻，记载了农民在矿上劳作的艰辛和低廉的收入情况。作者在富华煤矿井下工作面上待了三个小时，他写道：“掘煤工人，皆裸体工作，汗流如雨，浑身为黑煤所蒙，仅露目光，灼灼如鬼。乍见之，颇觉可畏，但自视亦相差不远，为之失笑。工人掘煤，颇形吃力，稍惰则工头之鞭挞立至。余曾见数人受笞，不敢辩一词。”作者感慨：“以上各矿，从前所容工人，共达三万以上，在农村经济恐慌时，足资挽救。现各矿皆日趋没落，工人减至一万余人，其待遇亦渐不如昔。残局难支，盛世不再，默念将来，不禁慄慄危惧也。”

该连载通讯第15期《穀城之见闻》，为作者1936年5月16日在穀城发出的稿件。记下了作者在去穀城的路上及穀城境内的见闻。能令人真切地感受到地方吏治败坏、治安恶化和教育的落后。记者在由老河口北上至穀城的途中，深感公路之劣质，长途运输服务之粗暴：

“路基、路面、桥梁、涵洞之工程，皆极草率。路面高低不平，车行如在云雾中，乘客常撞头流血，一遇天雨，即旬日乃至数月不能通车。”却原来有人借工程之机中饱私囊，“但闻过去主持修筑之路局局长与地方官吏，有不可告人之苦衷。”在穀城，“县城有中心小学，校长系染有嗜好之老朽，教员多力不胜任。”在穀城农村，“资本集中于地主之手，现值春荒米贵，每石涨至十五元，富户囤积居奇，尚不肯卖。冷家集、新家集一带饥民，有面涂花墨，聚众抢米之事发生”。

该通讯连载第17期《由穀城至襄阳》，是记者1936年5月20日在湖北襄阳发出的稿件。记者沿途，触目残破、愚昧、无知，令人感慨万分：“河口搭车行，过太平口一带，为去岁水灾最重之区，路之左右，平沙无垠，皆田地被压，达万亩。村落完全破碎，创痕历历可寻。……仅太平口一带，即淹毙农民数千。我国人命不值钱，言之可叹。……车涉一河，见两渔妇，隔船诤诤，丑声四播，历久不休。……路上汽

车行驶，乡民向不避让，虽急鸣汽笛，仍充耳不闻。”类似《申报》这样生动的对社会底层的采访报道，在《中央日报》这个渗透着十足官气的报纸上是不多见的。

[注 释]

- [1] 虞宝棠：《国民政府与民国经济》，第205页，华东师范大学出版社1998年版。

[参 考 文 献]

1. 《中央日报》（影印本），第1册；第24册；第25册；第26册，江苏古籍出版社、上海书店出版社，1994年版。
2. 《申报》（影印本），第53册；第250册；第300册；第340册；第341册；第353册，上海书店，1983年版。
3. 虞宝棠：《国民政府与民国经济》，华东师范大学出版社，1998年版。

2005 年民营传媒产业生存状态扫描

王擎 (1972-), 女, 北京工商大学传播与艺术学院新闻系, 在读博士研究生, 主任记者。

[摘 要]

在国家传媒文化产业改革政策主导下, 各媒体之间马太效应加剧, 强者愈强, 弱者愈弱, 中国传媒产业正面临着前所未有的大变局。2005 年, 综观民营传媒业发展, 最大的亮点是: 传媒产业全面进入互联网时代、互联网公司之间的并购案此起彼伏以及新媒体概念的迅速崛起。

[关 键 词]

民营传媒; 生存状态

一、2005 年民营传媒的政策及进程

中国社会改革开放的大背景是中国传媒产业不断开放的基础。从 1978 年开始的改革开放, 使中国社会的各个方面发生了根本性的变革, 而中国传媒产业的逐步开放也是在这一宏观背景下展开的。一方面, 相关主管部门鼓励中国媒体“走出去”, 鼓励媒体开展对外合作; 另一方面, 相关领域对外资、民营资本的开放力度也逐渐加大。尤其是 2005 年的政策环境, 更是为社会资本参与传媒产业打下了坚实的基础。2004 年 11 月, 文化部曾出台并下发《关于引导和支持非公有制经济发展文化产业的意见》, 明确提出进一步鼓励、支持和引导非公有制经济大力发展文化产业。2005 年 3 月 20 日, 在“中国国际广播电视信息网络展览会”上, 国家广播电视总局副局长张海涛表示: “我们也在想调整产业政策, 在国内市场培养几个大的市场主体, 并在网络领域向民营经济开放。”

到了 2005 年 12 月 23 日, 一部将指导今后一个时期中国文化体制改革的重要文件《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》出台, 这是自新中国成立以

来,首次以党中央、国务院名义下发文件,对文化体制改革作出全面部署。《意见》中特别强调,要建立以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。此前,2005年8月8日国务院发布的《非公有资本进入文化产业若干决定》则明确了非公有资本进入文化产业的相关规定。在这份《决定》中,国务院明确提出要鼓励民营资本进入文艺表演、电影电视剧制作发行等文化产业,支持民营资本参与部分国有文化单位的股份制改造。《决定》中的十大主要条款中,只有一款是禁止性规定,其余均为“鼓励”和“允许”的内容。

《意见》和《决定》的出台,标志着中国传媒行业大发展的政策条件已经基本具备,而且也为民营传媒业的下一步全面、持续、稳定和加快发展送上了一颗定心丸。

事实上,近年来,非公资本在传媒文化产业中已经异军突起,而且作为一支新兴的力量,正在发挥着越来越大的作用。来自于国家发改委文化传媒产业中心的权威发布称:“目前的传媒文化产业格局已经形成国有、民营和外资三方格局,民营包括民营独立经营权的和外资包括和国有合资的,已经占到了整个市场接近80%的份额。”^[1]

二、2005年民营传媒发展亮点

在国家传媒文化产业改革政策主导下,各媒体之间马太效应加剧,强者愈强,弱者愈弱,后来者的门槛大大抬高;传统媒体之间剧烈的同质化竞争导致媒介广告微利化,单一的广告盈利模式遭遇到了增长极限;网络媒体和数字新媒体迅速崛起,已经开始对传统媒体的广告市场和受众市场进行双重分割。传统的平面媒体和广播电视媒体正被整合到数字化网络平台上来……中国传媒产业正面临着前所未有的大变局。

2005年,综观民营传媒业发展,最大的亮点是:传媒产业全面进入互联网时代、互联网公司之间的并购案此起彼伏以及新媒体概念的迅速崛起。

进入2005年以后,互联网在经历了寒冬之后,开始恢复,并在传媒领域形成新的热点。尤其是搜索技术的迅猛发展,把网络打造成了一个无所不包、无所不在的“巨无霸”传媒平台。这种新的传媒平台的价值正在得到越来越充分的认同。2005年8月,有中国搜索第一地位的百度在美国纳斯达克上市,上市当天,便创下了美国股市5年来新上市公司首日涨幅之最,股价涨幅高达354%。

与此同时,所有的传媒机构都开始涉足互联网。

长期耕耘传统电视市场的阳光媒体于2005年联合阳光导航网络技术有限公司联