



新闻传播与媒介化社会研究论丛 总主编 罗以澄  
新闻传播与媒介化社会关系研究书系 主编 罗以澄

# 中国社会转型下的传媒环境 与传媒发展

Media Environment and Development in the Process  
of Social Change in China

罗以澄 吕尚彬 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS  
武汉大学出版社



新闻传播与媒介化社会研究论丛 总主编 罗以澄  
新闻传播与媒介化社会关系研究书系 主编 罗以澄

# 中国社会转型下的传媒环境 与传媒发展

Media Environment and Development in the Process  
of Social Change in China

罗以澄 吕尚彬 著

《中国社会转型下的传媒环境与传媒发展》课题组成员

首席专家： 罗以澄

责任专家： 吕尚彬

成 员： 罗以澄 吕尚彬 司景新 王 洁  
孙丽丽 严 惠 严 倩 王冠一  
于囡囡 黄 萍 殷 尹 王 翔



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国社会转型下的传媒环境与传媒发展/罗以澄,吕尚彬著. —武汉:武汉大学出版社,2010.10

新闻传播与媒介化社会研究论丛/罗以澄总主编

新闻传播与媒介化社会关系研究书系/罗以澄主编

ISBN 978-7-307-07830-7

I. 中… II. ①罗… ②吕… III. 传播媒介—发展—研究—中国  
IV. G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 102452 号

责任编辑:李 琼      责任校对:黄添生      版式设计:马 佳

---

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:武汉中远印务有限公司

开本: 720 × 1000 1/16      印张: 20.25      字数: 287 千字      插页: 1

版次: 2010 年 10 月第 1 版      2010 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-07830-7/G · 1604      定价: 40.00 元

---

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

# 国家“985”工程二期项目 “新闻传播与媒介化社会创新基地”课题

新闻传播与媒介化社会研究论丛

总 主 编：罗以澄

编委会主任：罗以澄

编委会委员：许汉生 石义彬 单 波

张金海 秦志希 强月新

王瀚东 吕尚彬

特邀编委：李良荣

新闻传播与媒介化社会关系研究书系

主 编：罗以澄

# 新闻传播与媒介化社会关系

## 研究书系·序

进入新时期以来，伴随着广播、电视、报纸、杂志的繁荣昌盛，以及网络等新媒介的勃兴和传播新技术的扩散，我国社会正在急剧地向媒介化社会转型。社会的媒介化趋势持续建构着我国政治、经济、文化等各个社会子系统，从而不断推进着中国社会的阶层分化与结构化，并迅速改变着我们的生活方式、思想观念、文化创造及跨文化传播的交流方式。如何理解新闻传播与媒介化社会的关联，认识媒介化社会的本质，寻求中国在媒介化社会的发展动力；如何解决媒介化社会政治文明、物质文明、社会发展所带来的问题，推进可持续发展的现代化进程，理应是当今中国社会发展急需解决的重大课题。因此，在2005年年初，武汉大学的“985”工程二期建设项目创设了“新闻传播与媒介化社会创新基地”，并设置了“新闻传媒与媒介化社会研究”的系列课题，在宏阔的学术视野上，开始致力于新闻传媒与媒介化社会这一重大课题的艰辛探究。现在推出的《新闻传播与媒介化社会关系研究书系》便是这一课题研究的初步成果。

本书系从历时性和共时性两个研究维度上，探索新闻媒介与社会改革的互动是如何推进中国社会向媒介化社会转型，以及新闻传媒又是如何形塑当代中国社会的结构及其要素的。其中，《中国社会转型下的传媒环境与传媒发展》一书集中于揭示在中国社会与传媒双重转型的过程中，社会转型与传媒转型之间的互动互构，从而形塑中国媒介化社会的内在机制；《法治视阈下大众传媒与政治文明建设》一书侧重于揭示在依法治国、民主和谐的视野下，新闻传媒与社会政治文明建设的互动与互促，从而推进社会的传媒系

统与政治系统良性发展的内在机制；《媒介文化新视点》一书重在探究新闻传媒与社会文化进步之间的互动机制，揭示当下多元文化冲突与新闻传媒的文化责任；《跨文化传播的问题与可能性》一书则着重分析在今天的全球化与文化多元化背景下，新闻传媒跨文化传播的内在规律与机制；《报业数字化生存与转型研究》一书，侧重从产业发展的视角揭示了传播新技术的发展所导致的报业数字化生存与转型的内在机制；《传播新技术：影响与对策》一书侧重于探索传播新技术的发展和扩散对于社会变迁与转型的影响与促进，以及对于传媒生态的作用与优化机制。

从总体上看，这套书系在前瞻性、战略性、创新性三个方面具有一定的价值。

第一，前瞻性。《新闻传播与媒介化社会关系研究书系》的各部书稿，都不同程度地涉及对于新闻改革的历史进程与媒介化社会发展的演进逻辑的分析，但我们更重视对于新闻改革和媒介化社会发展的当下问题的解决，更重视对其未来的前瞻性研究与分析。例如，《中国社会转型下的传媒环境与传媒发展》、《传播新技术：影响与对策》等著作立足于和谐社会构建这一中国社会发展的目标范式，来审视中国的新闻传媒与社会转型的互动、互构机制，来探索新闻传播规律与社会发展规律如何达成和谐与契合，从而实现新闻传媒与社会的共生共荣。前瞻性探索，是这套书系的学术旨趣的重要方面。

第二，战略性。在今天的媒介社会化与社会媒介化情境下，我国的新闻传媒生态和发展态势正经历着前所未有的深刻而又剧烈的转型和变迁，新闻传媒的发展正处于市场化转型、数字化转型、民本化转型的关节点上。如何在有效地进行体制改革、机制创新，提高传媒竞争能力，把我国新闻传媒做大做强同时，建构新闻传媒推进我国的政治文明进程、经济社会的可持续发展、文化的现代化转化的科学发展进路，营造和谐、健康的新闻传媒发展生态，把握好信息公开、传播自由和规范化调控的辩证关系，从而促进新闻传媒的社会公正的守望者、社会价值规范与社会共识的推进者、社会利益表达的枢纽站、社会冲突的减压阀等功能得以最佳发挥，是我

国新闻传媒发展过程中急需解决好的宏观战略问题，这也正是这套丛书着力解决的核心问题。

第三，创新性。中国的新闻改革与媒介化社会发展趋势，是今天全球传播学者共同瞩目的学术问题，也是传播学研究领域的华人学派提升学术话语影响力的基础领域之一。这套书系是当今世界范围内首先推出的分析与解决“中国社会新闻传播与媒介化社会”这一复杂性问题的系列专著。其间，对我国新闻传媒改革与转型的概貌富有学理深度的呈现，对我国媒介生态与媒介发展的深度揭示，对我国新闻传媒与政治文明、文化转型、经济发展之间的互动关系的探究，对多元文化背景下新闻传媒实施跨文化传播的问题与可能性的观照，对传播新技术的创新与扩散给我国社会发展带来影响的分析等方面所形成的创新观点，希望能够给予人们以启迪。

这套书系是集体智慧的结晶，没有研究团队精诚合作的努力，没有全体作者和撰写参与者的创造性劳动，就不会有这套书系。作为这套书系的主编，我要向各位作者及参与者表示衷心的感谢。我还要向武汉大学出版社及其学术分社的领导、编辑表示诚挚的谢意，由于他们的鼎力支持，这套书系才得以如此迅速地顺利问世。当然，我也要向各位读者表示感谢，你们的接触和阅读，是书系价值实现的最终环节，你们的意见更是促进这套书系臻于完善、思想臻于深邃的重要源泉和动力。

罗以澄

2009年12月于珞珈山

# 目 录

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| <b>第一章 社会转型和传媒环境、传媒发展</b> ..... | 1   |
| 第一节 社会转型与传媒环境、传媒发展的关系 .....     | 1   |
| 第二节 社会转型过程中的传媒环境及其变化 .....      | 25  |
| 第三节 社会转型过程中的传媒发展、转型与问题 .....    | 48  |
| <b>第二章 政治文明建设和传媒角色的嬗变</b> ..... | 61  |
| 第一节 政治文明建设与传媒角色嬗变的历程 .....      | 61  |
| 第二节 传媒角色嬗变过程中存在的问题 .....        | 90  |
| 第三节 推进传媒角色演进的政治文明建设对策 .....     | 108 |
| <b>第三章 文化多元化和传媒话语的变迁</b> .....  | 124 |
| 第一节 文化多元发展与传媒话语变迁历程 .....       | 124 |
| 第二节 传媒话语变迁过程中存在的问题 .....        | 155 |
| 第三节 推进传媒话语发展的多元文化建设对策 .....     | 166 |
| <b>第四章 市场经济和传媒的产业化发展</b> .....  | 181 |
| 第一节 市场经济与传媒产业化进程 .....          | 181 |
| 第二节 传媒产业化进程中存在的问题 .....         | 202 |
| 第三节 推进传媒产业化进程的市场经济建设对策 .....    | 213 |
| <b>第五章 传播新技术和传媒的数字化转型</b> ..... | 235 |
| 第一节 传播新技术发展与媒介数字化转型的历程 .....    | 235 |
| 第二节 传媒数字化转型过程中存在的问题 .....       | 255 |

|        |                                    |     |
|--------|------------------------------------|-----|
| 第三节    | 传播新技术视野下，推进传媒数字化<br>转型的对策·····     | 266 |
| 第六章    | 科学发展观和传媒科学发展·····                  | 279 |
| 第一节    | 科学发展观与传媒科学发展的基础·····               | 279 |
| 第二节    | 传媒科学发展的路径：功能、结构与布局的<br>合科学性优化····· | 293 |
| 后    记 | ·····                              | 311 |

# 第一章 社会转型和传媒环境、传媒发展

当今中国社会正处在现代化、市场化、民主化、全球化四重社会变迁浓缩叠加在同一时空的波澜壮阔、惊心动魄的巨大转型之中。作为社会信息沟通系统的大众传播媒介，适应社会和传播环境的变化同时也发生了市场化、民本化、数字化转型。本书观照和剖析在中国社会转型过程中的传媒环境变化与传媒发展，试图解析在社会转型的宏大历史场域中，传媒转型与发展的内在机制；试图洞悉社会的政治、文化、经济、技术等环境因素是如何在与传媒互动过程中既改变传媒，又改变自身的。

## 第一节 社会转型与传媒环境、传媒发展的关系

### 一、社会转型、传媒环境、传媒发展的基本内涵

#### （一）社会转型

社会转型是指社会发展过程中发生的一种整体的、全面的结构过渡状态，它是社会形态演进的一种特殊形式，是以社会结构变迁为主要内容的涉及社会各领域的全面变革。

社会转型是发展社会学的核心概念。发展社会学有三个学术传统和理论流派，即：现代化理论、发展理论、社会转型理论。现代化理论，主要是面对近代以来西方发达国家现代化过程中所发生的社会结构变迁的一种理论概括和抽象。发展理论，所面对的主要是拉丁美洲、非洲、亚洲等欠发达地区，是对这些地区的经济与社会的发展过程所作的理论概括与抽象。社会转型理论，则是发展社会

学的最新理论形态之一。“发生在 20 世纪最后 20 年的中国、苏联和东欧的社会转型，则为形成发展社会学的第三个学术传统和新的发展社会学理论提供了可能。”<sup>①</sup> 在社会转型理论看来，社会转型是一种复杂的社会变迁过程，其复杂性表现在“转型的过程中包含了发展，但转型绝不仅仅是发展”<sup>②</sup>。在发展社会学中，所谓“发展”是指一个国家与社会由落后的不发达状态向先进的发达状态的过渡。在通常意义上，这里的“发展”主要是指经济的发展。而社会转型，其内涵要远远大于“发展”。作为实践状态的社会转型，一般来说，包含四个环节，即过程、逻辑、机制和技术。<sup>③</sup> 社会转型的过程，是指社会转型是一个动态连续的过程，正是在这个过程之中，社会阶层会形成重组，社会利益力量会发生分化或者整合，社会结构也会得以调整。社会转型的逻辑，是指在整個社会转型的过程之中，过程一旦开始就会形成支配这个过程持续进行的力量，即在实践过程中塑造了进一步推进整个过程的逻辑。社会转型的机制，是指社会转型的逻辑发生作用的方式，这一方式涉及从制度、结构到行为以及文化的各个方面，涉及社会力量的组合及其变动。社会转型的技术，是指社会转型实践状态中社会行动者在行动中所使用的技术和策略。正是因为社会转型具有自己独特的过程、逻辑、机制和技术，使之与一般意义上的发展内涵明显不同。进而言之，社会转型不仅仅包括经济的发展，还包括社会物质文明、精神文明、政治文明等方面的整体进步和转化。

运用社会转型理论来分析中国社会的转型，可以发现，社会转型一般具有确定的方向性、全面性和长期性。就它的方向性来说，专指社会发展中前进的、上升的变迁，那些倒退的、下降的变化不

---

① 孙立平著：《现代化与社会转型》，北京：北京大学出版社 2005 年版，第 432 页。

② 孙立平著：《现代化与社会转型》，北京：北京大学出版社 2005 年版，第 434 页。

③ 孙立平著：《实践社会学与社会转型过程分析》，《中国社会科学》，2002 年第 5 期。

属于社会转型的范畴；就它的全面性而言，是指社会的全面变迁，而不是单因素的变化；就它的长期性来说，无论什么意义上的社会转型，都不可能在短时间内完成。中国从传统社会向现代社会的转型，即现代化转型，大约开始于1840年前后，至今已有170余年了。其间，先后经历了四个阶段：1840—1911年，即从自强运动到立宪运动，这是中国现代化的初始阶段，也是在旧王朝体制下探索资本主义发展取向的自上而下的社会转型阶段。1911—1949年，这是中国内忧外患加深、半边缘化与革命化同时发生的阶段，“国家的实效统治断裂，现代化处于自发的游离状态，被挤压在一条窄缝中断续地进行”<sup>①</sup>。1949—1978年，这是中国形成总体性社会以后，整合全国力量独立自主地进行国民经济体系的建构与积累阶段，也是力图实现国家独立自主的发展，寻求一条非资本主义发展道路的现代化探索阶段。1978年至今，这是中国社会全方位对外开放和市场化、现代化快速发展的阶段。如果结合中国的实际情况来界定“社会转型”的话，它也特指1978年改革开放以来当代中国社会结构的变迁，具体内容包括：“从计划经济体制占主导地位的社会向市场经济占主导地位的社会转型；从农业社会向工业社会转型；从封闭、半封闭社会向开放社会转型；从伦理社会向法治社会转型；从同质的单一性社会向异质的多样性社会转型；从‘以阶级斗争为纲’的社会向‘以经济建设为中心’的社会转型；等等。”<sup>②</sup> 1978年至今的三十余年时间，是中国社会转型和社会发展的加速期，也是中国传媒业从历史和逻辑两个方面充分展开与发展的关键时期。在这一时期，中国传媒本身完成了从组织传播媒介到大众传播媒介的转变，传媒市场的领跑者则发生了市场化传媒取代党报竞相称雄的局面，这一系列生态因子的重大变化促成了中国传媒实现历史维度的创新。以这个阶段的社会转型与传媒转型为分析

<sup>①</sup> 罗荣渠著：《现代化新论》，北京：商务印书馆2004年版，第498页。

<sup>②</sup> 贺善侃著：《当代中国转型期社会形态研究》，上海：学林出版社2003年版，第27页。

对象，大体上可以窥见传媒与社会互动的基本状态，可以洞见传媒适应与作用于社会总系统的痛苦而又辉煌的历程，可以观照中国传媒的最近几十年的发展轨迹的基本线索，也可以呈现和揭示传媒生态演进的问题及解决问题的策略选择。

## （二）传媒环境

传媒环境是传媒生存和发展的条件要素的总和。任何事物的发展都处于一定的环境之中，传媒的发展也不例外。环境（Environment）的希腊词源是 Perivello，其基本含义是“四面八方同时来袭”。这是一个把事物本体与周围要素区别并赋予其冲突与适应关系含义的词语。从这个意义上说，环境具有容器的含义，但它不仅仅是容器，还是使内容全然改变的过程。环境的首要特征是隐而不显、难以觉察、发展变化。“这似乎是种系发展过程的必然结果。每一个新的发展阶段都成为此后一切阶段的环境。”<sup>①</sup> 传媒的生存和发展必须适应环境的变化。作为传媒的生存和发展条件的总和，传媒环境也包括内部环境与外部环境等不同层面。传媒的外部环境通常指的是传媒的宏观环境，是指影响一切传媒业的各种宏观力量，也就是一定社会中的与传媒生存和发展相关的政治、经济、文化、科技等因素构成的外部环境。传媒的内部环境指的是传媒生存和发展的内部条件，包括传媒资源、传媒产品、传媒市场等因素。传媒发展战略要解决的问题是传媒如何整合自身的资源条件，适应宏观环境的变化，铸造并获得竞争优势。因此，传媒的宏观环境是我们关注的重点。

对于传媒的宏观环境，如果采用战略管理学中使用的 PEST 分析法进行探究的话，大体上包括政治环境、经济环境、文化环境、科技环境四大板块（见图 1-1）。一般而言，政治环境涉及很多政治、法律、制度方面的变量，但主要包括一个国家的社会制度，执政党的性质，政府的方针、政策、法令等。不同的国家有着不同的

---

<sup>①</sup> [加] 埃里克·麦克卢汉、弗兰克·秦格龙著，何道宽译：《麦克卢汉精粹》，南京：南京大学出版社 2000 年版，第 412 页。

社会性质、社会制度，而一定的社会制度必然限制社会组织的活动并要求其“政治正确”。即使一个国家的社会制度长期保持稳定，但在不同政党执政的时期，其对社会组织活动的方针特点、政策倾向的影响也会具有较大差别。经济环境一般包括宏观和微观两个关键监测变量。所谓宏观经济环境主要考察能够反映一个国家的国民经济发展水平和发展速度的人口数量及其增长趋势、国民收入与国民生产总值及其变化情况等变量。微观经济环境主要关注直接决定企业目前及未来市场大小的企业所在地区或所服务地区的消费者的收入水平、消费偏好、储蓄情况、就业程度等变量。文化环境则需考察一个国家或地区的居民教育程度和文化水平、宗教信仰、风俗习惯、价值观念、审美观点等变量，它们影响社会生活主体的生活方式的各个方面。例如，文化水平高低会影响居民的需求层次；宗教信仰和风俗习惯的不同则可能导致禁止或抵制某些活动的进行；价值观念则影响居民对组织目标、组织活动以及组织存在本身的认可程度；审美观点则影响人们对组织活动内容、活动方式以及活动成果的态度。科技环境除了要考察与企业所处领域的活动直接相关的技术手段的发展变化外，还应及时了解：（1）国家对科技开发的投资和支持重点；（2）该领域技术发展动态和研究开发费用总额；（3）技术转移和技术商品化速度；（4）专利及其保护情况；等等。

对于不同的行业或企业而言，宏观环境要素的具体内涵是不一样的。传媒业的政治环境是指制约和影响传媒管理和运作的各种政治因素及其运行所形成的环境系统。它具体地表现为传媒制度环境。传媒业的经济环境是指构成传媒生存和发展的社会经济状况及国家的经济政策。它是由社会的经济结构、经济发展水平、宏观经济政策等方面构成的多元动态系统，并具体地表现为影响传媒产业运行的经济关联要素。传媒业的文化环境是指影响传媒运行的社会主体及其生活方式、社会结构及其社会意识形态、价值观念等要素，它具体地表现为受众的社会地位、生活方式及其对于传媒的影响。传媒业的科技环境是指传媒所处的社会环境中的科技要素及其

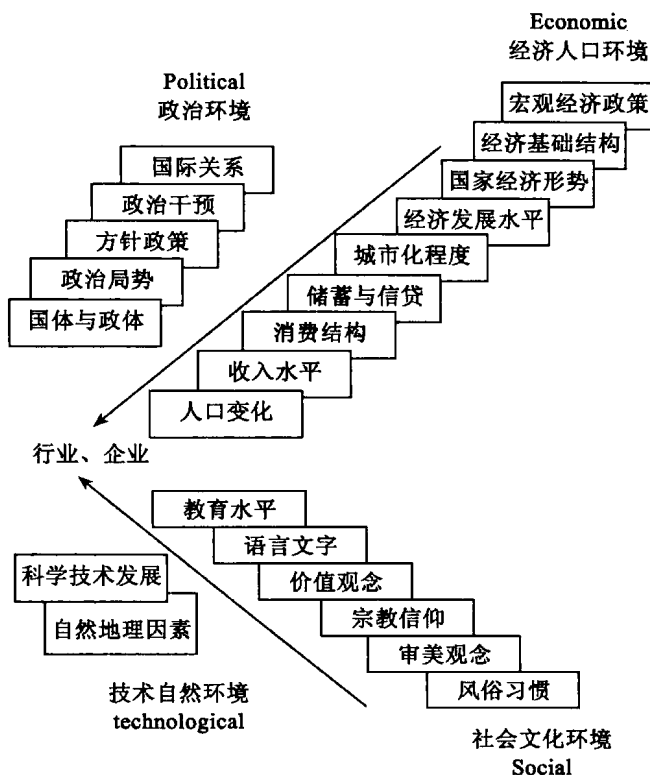


图 1-1 PEST 分析模型<sup>①</sup>

与该要素相关的各种社会现象的集合，它具体表现为传播新技术对于传媒发展的推进与制约。因此，本书中对于社会转型过程中的传媒环境的分析与把握，主要从制度环境、经济环境、文化环境、科技环境等几个方面来进行。

### （三）传媒发展

对传媒发展这个术语进行有效的界定，首先必须明确发展与增

<sup>①</sup> 《PEST 分析模型》，MBA 智联百科网，<http://wiki.mbalib.com>。

长的异同。增长作为一个日常词语，在《汉语大辞典》里面有这样几种意义：“增加”，“原有基础上再提高些”<sup>①</sup>；发展作为一个日常词语，在汉语中的意义是“事物由小到大、由简单到复杂、由低级到高级不断演进”<sup>②</sup>。从基本的语义层面，我们可以看到，增长和发展尽管有意义重合的地方，但有着根本的区别。

简而言之，增长只代表外在的数量的增加、规模的扩大和外形的变化，而发展更在乎质量的提升、结构的变化和内在的更替。发展是一种不仅关涉外在更关涉内在的一种增长，是一种结构变化的、效益改变的、可持续性的、和谐生态的增长。

就发展这个术语而言，对其研究可以追溯到法国学者蒂尔戈首倡的欧洲近代社会的“进步原则”。它对以后发展理论的形成产生了深刻的影响，当代西方发展理论最基本的价值——理性主义，便源于此。第二次世界大战以后，学术界对发展的研究逐步形成了不同的流派和关注焦点。综合来看，有三种比较有代表性的发展观：第一种认为发展就是指社会发展，即包括经济在内的社会整体性发展。第二种是以英国社会学家布兰特为代表的观点，认为发展就是社会有意识地逐渐向科学和成熟变化的过程，目的是实现既定的、估计可行的社会和经济进步。这种观点把发展看做由经济发展和社会发展两方面构成的。第三种是把发展看做社会、经济、政治、文化、生态环境等每一个方面的进步和优化。

从以上三种具有代表性的发展观的表述中，我们可以发现其差异主要在于对社会的涵盖范围的不同认识，而其共同点就是认为发展意味着结构优化和整体进步。从发展观的演变来看，发展的内涵经历了由单纯的追求经济增长到讲究经济结构优化的经济发展，再到注重经济、社会协调发展的不断扩展的过程。

在对发展理论进行简单梳理的基础上，再来对传媒发展这个司空

---

① 李行健主编：《现代汉语规范词典》，北京：外语教学与研究出版社2004年版，第1638页。

② 李行健主编：《现代汉语规范词典》，北京：外语教学与研究出版社2004年版，第357页。

见惯的术语进行厘定就具有一定基础。简而言之，传媒发展不仅是指传媒数量的增加、规模的增大、收入的提升，更应该指在这些基础之上的结构的优化、社会公共利益的实现、类型的多元化。传媒发展不仅是指其自身可持续性的、合生态性的增长，更主要的体现在传媒系统作为社会大系统的一个子系统，在社会信息传播、阶层整合和环境监督以及社会联系等各方面发挥着越来越大的价值和作用。

如果说发展本身是指一个事物从简单到复杂、从低级到高级、既有量变又有质变的历史演进过程的话，那么传媒发展指的就是特定社会历史阶段中传媒形态、结构与功能的演进与优化过程。传媒发展是传媒对于社会政治、经济、文化、技术等传媒宏观环境因素的全面适应与相互作用。在社会转型时代，中国传媒的发展既表现为传媒规模的扩大、结构的优化、种类的多元化、功能的优化，又表现为传媒转型。传媒转型，是今天的中国传媒发展的特殊形式。因此，分析传媒发展，既要注意到传媒规模的扩张、种类的多元化、结构与功能的优化，更要关注传媒的转型。

社会转型与传媒环境、传媒发展之间的关系是双向互动的，相互影响的。其间，社会转型影响和决定着传媒环境、传媒发展，而传媒发展又会促进社会转型。我们将从这样两个层面，进一步分析社会转型与传媒环境、传媒发展之间的双向互动关系。

## 二、社会转型影响和决定着传媒环境、传媒发展

### （一）社会转型改变传媒的生态环境

从传媒发展学的角度来看，传媒转型是传媒发展的各项生态因子在与社会环境的互动过程中实现转型所产生的结果。例如，对传统报纸而言，“有三种因素制约着报纸的发展。它们是：（1）广大读者；（2）传播系统；（3）生产的改进”<sup>①</sup>。的确，读者的需要与新闻接受观念的变化，传媒传播系统的进化，以及技术手段的改进，都会引发报纸的变革。但是从传媒整体来看，在今天，不仅仅

---

<sup>①</sup> [美] 迈克尔·埃默里、埃德温·埃默里著，展江、殷文主译：《美国新闻史》，北京：新华出版社 2001 年版，第 129 页。