

新闻研究资料

(总第57辑)

中国社会科学院新闻研究所

《新闻研究资料》编辑部编辑

中国社会科学出版社

一九九二年第二期

主 编 孙旭培
副主编 阎焕书
责任编辑 李斯颐 孙五三

新 闻 研 究 资 料

(总第57辑)

中国社会科学院新闻研究所

《新闻研究资料》编辑部编辑

中国社会科学出版社出版发行

新华书店经销

国外总发行：中国出版对外贸易总公司

(北京782信箱)

北京景山学校印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 7印张 160,000字

1992年6月第1版 1992年6月第1次印刷

ISBN 7-5004-1149-9/G·30 定价：2.50元

目 录

· 理论探讨

- 新时期10年我国新闻媒介的功能与运作……孙旭培(1)
新闻传播效力的一项实证分析……张学洪(17)
广告效果研究……[英]吉里安·戴尔著 孙五三译(30)

· 国外及港台新闻界

日本的新闻学研究及其发展趋势

- ……中国社会科学院新闻研究所访日考察团(43)
NHK的卫星直播电视所引发的日韩文化
摩擦问题……宁 新(63)
日本的广告研究状况……刘志明(72)
东欧各国新闻界的变化……徐耀魁(85)
东欧五国新闻业现状……张 丹(95)

· 人物篇

- 追思杰出的新闻工作者赵超构……(111)

赵超构同志生平事略.....(111)

京沪新闻界追思赵超构同志座谈会

发言摘要.....(117)

• 中国报刊史

党报史上第一次新闻改革

——纪念延安《解放日报》改版50周年.....王 敬(132)

我国报业技术的划时代变化.....闵大洪(155)

建国初期新闻教育与新闻学研究概述.....张之华(169)

主编《中国青年》10年的杂忆.....邢方群(177)

我设计并实践过一个副刊.....张西洛(194)

新华日报建立桂林分馆斗争始末.....张鸿慰(199)

《新华日报》关于皖南事变的宣传斗争.....石 史(216)

• 补白

联合国儿童基金会赞赏儿童电视调查 (29) 孔祥熙 200 元

订购一张《新华日报》(110) 一张没能发行的《新华日报》

(176) 重庆《新华日报》的排印效率 (193) 方汉奇教授谈
修新闻志(198)

新时期10年我国新闻媒介的功能与运作

党的十一届三中全会以后，我国进入了以经济建设为中心，实行改革、开放的新时期。对改革、开放头10年（1978—1988）作一下总结，可以看出，这新时期10年，是新闻事业迅速发展的10年，也是新闻界努力探索改革的10年。尽管改革遇到困难不算少，改革步伐不算快，但10年过去再与以前相比，不难发现，中国新闻媒介的功能有了明显的发展，运作上发生了较大的变化。诚然，需要改革和改进的地方仍然不少。

一、指导工作和社会生活的功能

我国的新闻媒介的社会主义性质，决定着它作为执政党和政府指导工作和社会生活的宣传工具的地位。而且，这一基本功能制约和影响新闻媒介的其他功能。

中国共产党在从事革命斗争、夺取政权的年代，就把自己创办的报刊作为革命的宣传工具，为党的战略和策略服务，强调革命报刊的阶级性和党性。夺取政权，进入建设新中国时期，直至今日，党领导报纸这一基本政策一直坚持不渝。历史经验证明，这条政策执行得好，确实能显示报刊在推动国家和社会发展中的巨大力量。但是也有不少失误和教

训。新时期10年中，我国新闻媒介吸取历史的经验教训，在发挥指导工作和社会生活这一基本功能上有了明显的改进。

牢牢把握以经济建设为中心，是新闻事业这10年实现正面作用大、负面作用小的一条主因。新闻媒介围绕着我党的历次中央全会决议和历次人大会议通过的政府工作报告所体现的精神进行新闻宣传，不因任何突发事件或其他原因而将中心转移，没有把人们的主要注意力重新引向阶级斗争、路线斗争。尽管10年新闻宣传也有缺点和失误，但紧紧围绕经济建设就避免了大的失误。

坚持实事求是，努力做到顺从民心，表达民意，是新闻媒介赢得人民信任的法宝。这一点在农业的宣传报道上最为突出。农业生产责任制是亿万农民的创造。尽管在农村包产到户、包干到户上曾有种种争议，但新闻工作者敏锐地看到了这一新事物的强大生命力，坚决地站在广大农民一边，用大量的报道支持了它。1980年新华社发的调查报告《火山在芜湖爆发》，就是一篇代表作。它用充分的材料披露了当地一些干部强迫农民退出“包产到户”而引起的“罢割、罢耕”事件的真相。此报道曾一度遭到省内一些人的指责，但新闻媒介未为所动。正是农业责任制、平反冤假错案、真理标准的讨论等一系列顺从人民愿望的宣传报道，使新闻媒介在“文革”后威信迅速恢复和上升。

新闻媒介注意不搞一哄而起，不搞一窝蜂式的宣传，有效地改进了它的指导工作的功能。过去，新闻界经常为一项中心工作或某一个口号，搞一个压倒一切的宣传中心，名为大造舆论，结果常常把这一事物或口号推向反面。新时期10年中比较注意这一问题。党的十二届三中全会刚刚通过《关

于经济体制改革的决定》，中央领导人就提醒新闻界不要大轰大嗡，不要一刀切、一阵风。并说，农村改革差不多用了5年的时间，有的地方看了3年甚至4年以后才下决心。要给人以观察、思考的时间。历史上搞运动或中心工作，常以大批判开路，拔白旗插红旗，形成一股强大压力，使想得通想不通的人都一起往前闯。借鉴历史经验，关于城市经济改革的宣传报道，重扎扎实实，不重轰轰烈烈，动态性的稿子发得少一些，重视发表有深度的报道。同时切忌把在改革中走得快的称为“改革派”，走得慢的称为“保守派”。新闻媒介正是这样做了，造成了一个既有利于改革，又不造成压力的舆论环境，有利于各地、各单位实事求是、因地制宜地进行改革。

以几乎人人都能接受的爱国主义作为新闻媒介的思想基调，也是新时期的一项有效做法。爱国主义在“文革”10年的宣传中，几乎没有提倡过，只有所谓“路线斗争觉悟”才是最高境界。而在新时期10年中，认识到爱国主义因为有长期的历史传统，在社会舆论、社会心理上有深厚的根基，容易为广大范围的社会成员所接受，因而将它作为新闻宣传中的主调。炎黄子孙团结奋斗、振兴中华，成为从共产党员到宗教徒都能接受的口号。党的十二届六中全会关于精神文明建设的决议，进一步提出：“一切有利于建设四化、振兴中华、统一祖国的积极思想和精神，一切有利于民族团结、社会进步、人民幸福的积极思想和精神，一切用诚实劳动争取美好生活的积极思想和精神，都应当加以尊重、保护和发扬。”报刊体现这些精神，就能适应范围更广大的读者，并为报刊做到可读、可信、可亲创造了条件。

新时期10年中，新闻媒介在发挥指导工作的功能上虽然有了很多改进，但不如人意的地方还不少。突出的缺点是宣传方法常常比较简单、生硬，影响了报刊的可读、可亲、可信。作为执政党和政府的各级机关报，无需讳言报纸的宣传功能，但宣传也得讲究艺术、方法。一些图解政策的报道，一些宣讲文件式的或以训诫口气说话的言论，使读者不感兴趣。那种一般介绍工作情况和经验的非事件性新闻，通常新闻性不强，报纸由于身负指导工作的职能，需要加以刊登，但读者一般不希望它们占据太多的版面，或同类主题重复报道太多。但这些缺点时而得到改进，时而又会出现。

二、表彰先进弘扬新风的功能

我国的新闻媒介历来实行“以正面宣传为主”的方针，这表现在指导工作和社会生活的功能上，也表现在表彰先进、弘扬新风的功能上。

新中国成立以来的各个时期的有代表性的先进人物，如50年代的郝建秀、王崇伦，60年代的雷锋、焦裕禄，到80年代的张海迪、朱伯儒，无不是由新闻媒介大力宣扬而知名的。宣传、表彰先进人物，赞颂、弘扬新风正气，成为社会主义的新闻媒介的共同职责，各媒介都因某先进典型是由它首先推出而引为光彩。

新时期10年中，在宣传先进人物方面的一个进步，就是不再像过去那样经常出现人为拔高先进人物的“精神境界”的现象，大多数报道都注意如实地反映先进人物的精神面貌。受众对那些生硬地加在先进人物身上的所谓“闪闪发光的语言”，一般都很反感，对于“文革”中硬是把一些埋头苦干的“老黄牛”写成具有“路线斗争觉悟”的英雄，更是

难以接受。在新时期的许多先进人物的报道中，爱祖国、爱人民、爱集体，是他们的思想和精神的本色，且这种本色也是靠他们的实际事迹表现出来的。

新时期新闻媒介报道的典型，有不少是改革中的先进人物。但一般不是对他们大赞大颂、大树典型。有的媒介在反映他们的拼搏、开拓、百折不挠和聪明才智的同时，注意不把他们写成十全十美的人物，也提到他们的不足和失误，以及群众中存在的对他们的不同看法。对步鑫生、关广梅的报道就是这样做的。

新时期报道的先进人物中，很多是优秀的知识分子，如栾弗、蒋筑英、罗健夫、邓稼先等。过去几十年中，报道知识分子典型极少，现在的做法是实行尊重知识、尊重知识分子的政策的结果。同时象六七十年代那种只树“死了的典型”的做法（如雷锋、焦裕禄、欧阳海、王杰、李月华等，均是病逝或牺牲后被宣传的），也有所变化，开始注意宣传一些活着的雷锋、焦裕禄式的人物，如张海迪、朱伯儒等。

为了端正党风和促使社会风气好转，新闻媒介着力宣传积极为社会奉献，为他人服务的好人好事，如报道农村青年组织助耕队，为困难户耕地；报道一些先富起来的农户主动捐款、修桥、铺路、办学校；报道青少年尊老爱幼，精心照料残疾人；报道各地人民捐献钱物支援灾区、支持社会公益活动等。为促进社会风气好转，新闻工作者确有“子规半夜犹啼血，不信东风唤不回”的精神，大量采写好人好事。像苏州一姑娘将自己接受的10万元遗产献给国家，上海一怀孕女工跳进苏州河救人，军医大一学生跳进粪坑救人而自己遇难等，不断从各新闻媒介传出。

越是改革开放，发展商品经济，越是要重视抵制内外的各种腐朽思想，也就越要加强媒介褒扬先进、弘扬正气的功能，这已成为人们的共识。但是，新闻媒介在推出许多精神文明的佳作的同时，也提供了一些平庸之作、应景之作，人为拔高、虚假拼凑的报道时有发生，有时也宣传了一些徒有形式、并无实效的活动。

三、传播新闻的功能

新时期新闻报道得到改进的重要标志之一，就是信息量大为增加。各报头版刊登消息、言论、图片达十多件，已是常事，这与“文革”时期一版只刊登一两篇批判文章的情况相比，确有天壤之别。中央人民广播电台开设“正点新闻”

（每点钟开始时播出新闻），仅第一、第二套节目每天播送新闻就达23次。全国各电台和有线广播站都要转播的“新闻联播”节目，每天播发数十条新闻，力图汇各新闻媒介之精华。中央电视台第一、第二套节目每天播出新闻节目10次。1980年4月起，还播放通过国际卫星收录的英国维斯新闻社和英美合资的合众独立新闻社的国际新闻。这一做法在改革开放以前是不可想象的。

新闻媒介改变不讲究时效的旧习，报纸努力多发一些“昨日新闻”，广播电台、电视台努力多发“今日消息”或“刚刚发生”及“正在发生”的新闻。但总的来说，新闻时效还不够好。特别是要参与国际新闻媒介竞争，差距还比较大。

新时期新闻报道的领域大为扩展。由于党的十三大要求“通过各种现代化的新闻和宣传工具，增加对政务和党务活动报道”，其后，中共中央政治局会议、书记处会议和国务

院会议作出的一些重要决定，都由新华社及时发布新闻。党代表大会、全国人大会议，以及一些政府部门，都举行中外记者招待会，有关领导人现场回答记者提出的问题，并作电视转播，这是新时期10年中才有的。党和国家领导人会见外国领导人的新闻，50年代、60年代都不报道谈话内容，人们只能从会谈是在“亲切友好的”或“友好坦率的”气氛中进行这类的表达方式中，来揣测会谈的效果，现在能披露每次会见的一些谈话内容。

对于国内发生的一些重大事件和突发事件，过去往往是外国新闻媒介“先声夺人”，我国的报道常常比外电“慢三拍”。还有一些敏感的事情，过去只听任海外媒介报道，我国媒介不予置理，称为“后发制人”。新时期10年中，这些情况减少了。许多突发事件都力争赶在外电、外台之前报道。

新闻信息量的增大，还突出表现在国际报道走出新路。过去，报道国际新闻取舍标准是以我划线，与我关系不好的国家，不作报道或只报坏消息，报道面很窄。美国宇航员首次登月的重大新闻，我国报纸都未报。新时期10年，对于国际间的突发事件，外国政局的突变，从伊朗与美国发生的人质纠纷到两伊战争，从美国总统竞选到英国内阁改组，都及时地、客观公正地进行报道。发达国家的先进技术和管理经验，从太空技术、家电设备到全面质量管理的做法，我国媒介都介绍得较为充分。《人民日报》每天有将近两版的国际报道，是国内报道国际新闻最多的报纸，在世界上也是报道国际新闻多的报纸之一。

但是总的来说，我国新闻的信息量还有待扩大。受众对有

关新闻媒介报喜不报忧的埋怨不时可以听见。不少该报道的事情没有及时进行报道。报纸在选择头条新闻时，对新闻性是否强重视不够，使得不少该上头条的新闻上不了头条。一些主题重复的报道虽上了头条，却抓不住读者。

四、发表意见的功能

由于种种原因，在让群众通过舆论工具讨论国事、发表意见方面，过去是做得不充分的。除了为向群众进行思想政治教育而开展过一些思想认识问题的讨论以外，很少就国家大事和某项政策制定在报纸上开展讨论。进入新时期以后，确立了新的认识：“在一些根本方针上，一些基本原则问题上，我们应该同中央保持一致，这是我们的宣传纪律。至于大量的具体问题，我们有充分讨论的自由。根本方针不能够百家争鸣。但是，根本方针不但比较少，而且当我们需要把这些方针具体化，那就要遇到很多具体问题，这些具体问题都是需要讨论的。”（胡乔木1983年的一次讲话）

1980年，全国人大五届三次会议及全国政协五届三次会议期间，《人民日报》一版又一版地摘要发表代表和委员们讨论各种问题的实质性意见，包括批评和建议，令人耳目一新，提高了各阶层读者对在报刊上议论国事的心理承受力。其后多年里，报纸就怎样建立和完善农村生产责任制、怎样改革城市经济体制、怎样改革劳动人事制度、怎样改革物价等重大方针政策问题，发表了各种意见，包括开设专栏进行讨论。1986年9月，全国人大常委会讨论《国营企业破产法》，中央电视台报道了委员们表示支持、反对或主张缓行等各种意见的场面，极受广大观众的欢迎和好评。关于要不要搞南水北调工程、要不要建设加速器工程、要不要上长江

三峡工程等重大建设项目，也都在报刊上展开过讨论。各人发表的看法并不相同，意见未必都正确，但一般还是经过认真思考，言之有据的，因此对于决策层都有参考价值。这种公开讨论，进一步激发了群众的参与意识，而且对即将出台的政策起了超前宣传的作用。

50年代，连在报刊上讨论学校要不要实行“劳卫制”（一种从国外学来的体育锻炼制度），都怕影响实际工作，因而顾虑重重。而80年代，报刊讨论的是改革开放中的许多重要问题，却没有影响社会安定。这说明，社会心理承受力不是一成不变的，是可以逐步增强的。这种情况使人联想到当年梁启超所发现的一种体现传播规律的现象：“及言革命者起，则不骇民权而骇革命矣”，“若骇变法，骇西学者，殆几绝矣”。

但新时期10年中，报刊在发表意见方面，存在着时好时差的情况，不能保证一贯性、经常性，争论和相互商榷、讨论的空气不浓。这一方面是由于有些人担心发表各种不同意见会影响社会安定；另一方面，也因为新闻媒介确实还不善于做到传播意见和安定社会二者得兼。比如，1988年4月，全国人大和政协开会期间，各媒介对于某些反响强烈、冲击力大的发言争相报道，追求“振聋发聩”的效应，而不注意发表不同意见加以平衡。各媒介喜欢就一个热点问题一起发表一个方面的意见，而对于另一种意见往往缺乏起码的表述，一时间，引起人们思想大倾斜，在社会上激起某种震荡。新闻界开始意识到必须注意防止这种现象。

五、舆论监督的功能

开展批评与自我批评，历来是中国共产党报纸的传统。

党报在批评坏人坏事中所显示的战斗性是很强的，威力是很大的。新时期10年中，舆论监督被提上议事日程。党的十三大明确提出“发挥舆论监督的作用”。舆论监督则比过去的报纸评比的含义宽多了，从对象上看，可以是针对坏人坏事的，也可以是针对社会主人和公仆，及政治社会生活中的各种事务；可以是批评，也可以是赞扬、评论、分析和建议，但毫无疑问，媒介开展批评仍然是舆论监督的主要方式这一。

新中国成立初期，报纸批评开展得很好。但50年代后期到60年代前期，由于种种原因，报纸几乎没有开展什么重大的批评，“文革”中只有破坏性很强的大批判，而无积极的有益的批评。新时期10年，媒介的批评有了发展和提高。以1980年为例，《工人日报》揭露渤海2号钻井船翻沉事故，阻止了一些领导干部企图蒙混过关，把丧事当喜事办（表扬丧生者），又揭发中央委员、鞍钢党委副书记、弓长岭铁矿党委书记王君绍骗取荣誉、地位，打击迫害揭发他的职工。《中国青年报》批评商业部长在饭店吃客饭不照标准付费。这几起重大批评，使报纸很得读者信任。

商品经济的发展，呼唤着新闻媒介批评的发展。在改革、开放走在前列的一些地区，其新闻媒介积极开展批评和监督，为保证改革、开放的顺利进行做出了贡献。《南方日报》、福建电视台等以“敢摸老虎屁股”的精神，揭露和批评贪污受贿、走私贩私，利用职权捞取房子、票子、安排孩子，践踏宪法、压制民主等行为。《人民日报》、《工人日报》等报纸的《读者来信》专版或专栏，刊登大量的群众的批评和建议，曾是最受读者欢迎的版面和栏目。许多晚报，都设有各种名目的批评专栏，批评社会上的丑恶现象和一些

人的不良行为。

但是报纸批评的开展，总的来说还不令人满意。有的人说，报纸开展批评是“三天打鱼，两天晒网”，而新闻工作者则说，舆论监督太难搞。

报纸批评难以开展，从新闻界以外的原因来看，是许多人还没有形成民主的意识和接受舆论监督的习惯，少数人更是千方百计地阻止媒介批评，一个典型的例子是，1988年3月，甘肃武威地区领导人竟要求将刊登了一些人民代表的批评意见的《武威报》，挨家挨户从读者手中收回。

但是，新闻界本身的工作还没有适应舆论监督的要求，也是一个重要原因。我国媒介有运用批评坏人坏事那种战斗性的批评方式的传统，随着报刊功能的发展，还要掌握批评好人办错事的方法。如果用过去的一套做法来监督、批评社会公仆及政府工作，就会造成过大伤害。《光明日报》批评南京博物院院长姚迁，致使他后来自杀身亡，就是一例。在对于好人办的错事进行批评时，不应该强调批评的战斗性，而应该注意采取友善的态度，公道、客观地讲事实，摆道理，谈危害，以理服人。现在有的媒介在探索避免对人民内部批评造成过大伤害的办法，比如不上纲过高，不搞新闻宣判，不回避被批评者的某些正确方面，必要时准许答辩。还提倡对有争议的事物不急于批评，而采取让它“曝光”于社会，然后听取公众评论的做法，如《人民日报》把有关各方对北京华侨大厦的拆除重建一事，持反对和支持的两种意见，都客观公正地加以发表，然后在后续报道中逐渐明确是非。

媒介批评面临的问题还有，怎样实现批评报道与正面报

道的合理比例；怎样既能活跃媒介批评，又能鼓舞人们信心和促进社会安定等问题。显然，只有正确认识和处理这些问题，才能使舆论监督顺利而健康地发展。

六、广告功能

50年代前期，我国新闻媒介还刊登一些广告，后期渐少，自“文革”开始直至70年代末期，新闻媒介除刊登书籍和影剧的免费广告以外，不再刊播商品广告。进入新时期，上海、天津的报纸率先刊登商业广告。而后其他各媒介也都跟上，新闻媒介开始刊播广告，为当时改革开放和发展社会主义商品经济增添了舆论气氛。随着商品经济的发展，广告经营额历年上升，速度很快，其中新闻媒介的广告占广告总经营额的一半以上。1990年全国广告经营额达25亿元，其中报纸广告占27%，居领先地位，电视广告占22%，广播广告占3.7%，杂志为5%左右。

我国报纸几乎都只有4个版或8个版，广告篇幅通常占版面的8分之1到6分之1，有的报纸广告多时可达4分之1，少时在8分之1以下。电视广告安排在晚间较多，一般都放在不同节目之间，集中播放几分钟甚至十多分钟，通常不安排在某一个节目之间，以免引起观众的反感。我国的新闻媒介还刊播有一定数量的外商广告，其中以日本的为最多。

我国的广告业还处在发展的初级阶段，新闻媒介刊播的广告还很有限，制作水平一般还不够高。而且广告和新闻的界限模糊的现象以及“付费新闻”、虚假广告都不时发生。尽管国家已明文规定，“新闻单位不得以新闻报道形式刊播广告，收取费用；新闻记者不得借采访名义招揽广告”，但常有违犯此规定的现象出现。

七、娱乐功能

我国的新闻媒介同样担负着娱乐功能，各报纸的文艺副刊和各广播、电视台的文艺节目，都发挥着这一功能。但副刊和文艺节目几乎又都发挥着教育的功能。

娱乐节目在我国广播和电视的各类节目中所占的时间最长。据1988年的统计数字，全国电视台平均每日自办文艺节目4380小时，全国广播电台平均每日自办文艺节目2068小时。全国全年生产电视剧936部/4258集、广播剧574部/1513集。在全国电视平均每周自办节目中，新闻节目占8.9%，文艺节目占69.7%，教育节目占6.5%，服务性节目占6.4%。这表明，文艺节目所用的时间为新闻节目的7.8倍。

结 语

新时期10年走过的历程表明，我国新闻媒介的功能与运作，总的是继承了过去几十年的传统，同时又做了不少适应新形势的改革和创造。在对这10年作评介之余，就不免要想到我国新闻媒介的现在与未来的若干问题，如怎样看待我国现行的新闻体制，怎样对待新闻改革，怎样观察和把握我国新闻事业的发展方向。这些问题是新时期经常议论的话题，也是现在应该进一步思考的问题。深入详尽地讨论这些问题，不是本文的任务，但准备从宏观上提出几点肤浅的看法，作为本文的尾声。

一、我国新闻媒介具有社会主义性质，全部为国营或国营，几乎所有新闻工作者都是国家干部，新闻传播业不是赖以谋生或赚取高额利润的一个行业，而是执政党和政府各项工作的一部分，通常称为宣传部门。这一基本格局，决定了