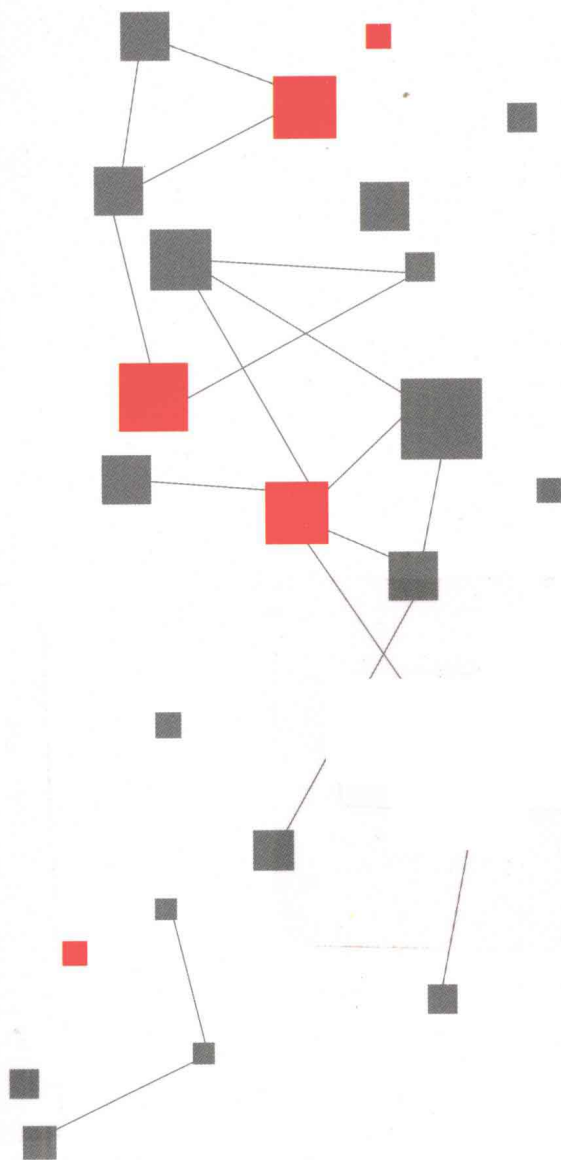


NEWS

普通高等教育新闻传播学

“十二五”规划教材



ZHONGGUO XINWENSHI GANGYAO

中国新闻史纲要

谢金文 编著



化学工业出版社

普通高等教育新闻传播学“十二五”规划教材

中国新闻史纲要

谢金文 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书对中国新闻史进行全景式的反映,但又注重新和精。本书融入新闻史研究的新发现,内容延伸至2010年,并注重对规律和启示的探讨;本书还融入新闻史研究的新看法,尤其是从中国社会现代化和新闻传播专业化的视角,审视新闻与社会的关系,新闻事业发展的规律和经验教训。过去一般从革命史的角度、道德化的标准来看新闻史,本书则融入社会史的角度、现代化的标准。革命史、道德化与社会史、现代化既有联系又有区别,既不能偏废又不能替代。缺乏对其中一种的了解,也就不能深刻地认识另一种。本书分四大部分:中国古代、近代、现代和当代,其中每一时代又大致分为形成和发展两个阶段,明显反映了新闻与社会发展的相互关系。

本书着重于基本事实和主要观点,以期让读者对重点内容有清晰深刻的印象;同时行文简约,力求易懂易记。

本书可作为高等院校本科生、高职高专学生新闻传播类相关专业的教材,还可作为新闻工作与宣传部门人员进修的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

中国新闻史纲要/谢金文编著. —北京:化学工业出版社, 2011.5
普通高等教育新闻传播学“十二五”规划教材
ISBN 978-7-122-10916-3

I. 中… II. 谢… III. 新闻事业史-中国-高等学校-教材 IV. G219.29

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第056614号

责任编辑:唐旭华
责任校对:顾淑云

文字编辑:李曦
装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:大厂聚鑫印刷有限责任公司
710mm×1000mm 1/16 印张13½ 字数271千字 2011年6月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:28.00元

版权所有 违者必究

随着信息全球化与社会媒介化,中国的新闻与传播学教育事业大发展,至2009年底全国已有800多所大专院校设有“新闻学与传播学”一级学科下属的新闻学专业、或传播学专业、或广播电视新闻学专业、或广告学专业、或编辑出版学专业。相比新闻与传播学教育事业大发展,有关学科的教材建设相对滞后,目前高校新闻传播学教材大多为世纪之交时编写的,教学案例大多为20世纪的,更没有把新闻改革30年的成果总结在内。因此,为了大力普及现代新闻传播学知识,为全国普通高等院校新闻传播专业的学生提供符合新时期要求的最新、实用的教材,化学工业出版社与华东部分高校共同组织编写了一套新闻传播学系列教材。

本套教材编撰宗旨:本着与时俱进、不断革新的精神,大力普及现代新闻传播学理论、知识与技能,并为全国普通高等院校的新闻学专业、传播学专业、广播电视新闻学专业、广告学专业、编辑出版学专业等提供符合新时期要求的、最新的、实用的教材。

本套教材编撰原则:

- ① 与时俱进,不断革新,具有时代特色、中国特色;
- ② 深入浅出,删繁就简,基础理论与实务训练并重;
- ③ 继承学术传统,吸收新闻改革近30年的学术成果,增加21世纪以来新发展的学术动向与典型案例。

本套教材编撰特色:

- ① 吸收当前新闻学与传播学的最新研究成果;
- ② 以新媒体为新闻传播主要平台作为视角;
- ③ 以实务为基点阐述新闻传播的主要理论;
- ④ 采用大量案例,聚焦新闻传播的知识要点;
- ⑤ 注重实际训练,以便培养学生的基本技能。

尽量做到理论通俗易懂但不肤浅,教学案例众多但有特色,紧扣高新技术但尊重传统。

本套教材编撰的大多为现代新闻学与传播学的主干课程教材,内容侧重于新闻学与传播学的主要理论阐释与实务训练。初拟本套教材总共14册。

(1) 新闻学:《新闻学概论》、《中国新闻史纲要》、《新闻伦理与法规》、《新闻采访学》、《新闻写作学》、《新闻评论思维与写作》、《传媒经营与管理》。

(2) 传播学:《传播学概论》、《网络传播概论》、《新媒体概论》。

(3) 广播电视学:《广播电视概论》、《广播电视新闻学》、《广播电视节目形态解析》。

(4) 广告学:《广告学概论》。

本套教材的编审委员会成员来自复旦大学、华东师范大学、上海交通大学、浙江工业大学、华东政法大学、上海外国语大学、上海体育学院、南京政治学院、上海政法学院、商丘师范学院、上海建桥学院等十多所高校的新闻传播学院、系,因此这套教材是兄弟院校教师大协作的产物。

参加编著本套教材的老师都长期工作在新闻传播学专业及其相关专业的第一线,从事专业课程的教学、科研,具有丰富的教学经验和研究成果,其中有的是教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会委员,有的长期参加中国新闻奖与省部级新闻奖的评委工作;大多数老师参加过国家级、省部级规划教材的编写;同时他们都参与了大量的新闻工作实践,为本套教材内容上的新颖、实用提供了有力的保证。

本套教材着重强调基本理论与实证分析相结合,在内容上既有科学性、系统性,又有很强的可读性、实用性和示范性,同时注重吸收了近30年新闻改革的最新成果。每册主编都有多年教学和实践经验,能够对目前同类教材及参考用书编写的传统结构有所突破,以方便读者更好地掌握课程精髓为目的,以创新为核心,重新构架全书的结构。

在数字化技术大发展的媒介化社会,新闻传播成为现代社会生活的一个重要方面,媒介素养也成为提高干部素质,乃至提高公民素质的重要方面。本套教材不仅可以作为高等院校本科生、高职高专学生的教材,同专业研究生教育的参考教材,也可以作为新闻工作与宣传部门从业人员进修的参考用书、广大新闻爱好者的继续教育与自学用书。

我们处在一个革故鼎新、新生事物层出不穷、科技日新月异的“信息爆炸时代”、“知识经济时代”、“数字化时代”,客观实践经常跑在思想认识与理论研究的前面。因此,在高校教材建设上,强调面向新世纪实际、面向现代化、面向未来,强调以马克思主义为指导,注重科学性、知识性、前瞻性与实用性。这是我们编写这套教材的共同要求。而其中每一册,在框架设计、理论知识阐述、材料运用、行文风格等方面,又各具特色。我们每位执笔人,都把编写教材的过程作为总结经验、研究学问的过程,也是十多个兄弟院校之间取长补短、协作交流的过程。

我们奉献给读者的这一套教材,也是我们十多个高校教师的共同学术成果,必将受到新闻传播学院师生、新闻宣传工作者及新闻爱好者的

欢迎，必将在开展新闻教育与指导新闻实践中发挥更大的教学效果与社会效益。同时，我们也预计到，我们的思考和编写难免有不周之处，敬请读者不吝指正。而且随着新闻传播学教学、科研、实践的发展，教材内容肯定要不断充实与更新。我们殷切地期待读者提出批评与建议，使这套教材臻于完善。

张骏德 严三九
2010年5月

前言

学习新闻史，可以了解新闻传播发展的规律和趋势，获得许多经验和启示，还可以加深对历史和社会的认识。新闻教育专家们把中国新闻史（有的学校称为中国新闻事业史、中国新闻传播史、中国新闻事业发展史）列入新闻专业的八门主干课程之一。

现在人们的生活节奏很快，学生还有求职压力，要能够静下心来学习新闻史，确实有较大的难度。而且，现在已是网络时代，新闻史上值得一提的所有人和事，在网上几乎都有介绍，需要时一搜就得。

但如前所述，学习新闻史是很有意义的，尤其是在新闻媒介已影响很大的现代社会，尤其是对那些与新闻媒介相关的理论、实践和管理工作者。

虽然新闻史的许多内容在网上都能查到，但许多知识、修养，是需要储存于脑，甚至烂熟于心、融入血液的。就像对于一个电工，许多电器配件可以放在仓库里，需要时能很快地找到就行，但钳子、螺丝刀、测电笔之类的工具，以及检查维修的技能，还是要常备于身的。

而且，网上信息浩如烟海，有所弃才能有所获，需要有明智的选择。还要有“内行看门道”的眼光，不能仅满足于“外行看热闹”。

不过作为新闻教育工作者，则不应对学习者的新情况和网络普及的新环境视而不见，而应在教学内容、方法和教材上进行相应的改变。既要比较全面，又要突出重点；既要梳理事实脉络，又要结合事实探讨规律和启示。力求以较少的时间获取较大的效果，力求通过事实探寻含义，提高分析研究能力，使教学具有互联网难以替代的益处。

在高等学校的课程和教材中，中国新闻史的名称有不少差异。本书名称中的新闻史，可以看作是新闻事业史、新闻传播史、新闻事业发展史的简称，适用于上述各种名称的课程和其他学习者。

本书约三分之一的内容，系由笔者所教的八位研究生提供材料和初步研究，他们是陈立颖、杨揄熹、谢宽、王盈、邵利静、陈丽、孙明静、李菲。本书还请中国新闻社杨明静整理资料和校勘全书，在此一并致谢。

本书的写作参考了众多前辈和新锐的论著，尤其是黄瑚、丁淦林、方汉奇、陈昌凤、童兵、张骏德等教授的论著，在此谨致谢意。

如有教师以此书为教材需相关课件，可联系：cipedu@163.com。

谢金文

2011年5月

绪论 从新闻史看新闻传播发展的规律和启示	1
一、从社会变化看新闻传播的发展规律	1
二、从新闻媒介看新闻传播的发展规律	2
三、从新闻媒介看新闻事业和产业的发展规律	6
四、从中国新闻史可得到许多启示	8
第一章 中国古代的新闻传播	11
第一节 新闻传播的产生和初步发展	11
一、从非语言到口语	11
二、文字及其载体	12
三、新闻媒介	13
第二节 中国古代报纸	14
一、中国古代报纸的形成	14
二、中国古代报纸的发展	16
思考题	19
第二章 中国近代新闻事业的形成 (1815—1895)	20
第一节 外国人办的报刊及其影响	20
一、外报的出现	21
二、鸦片战争后外报的发展	22
三、外报对我国的影响	26
第二节 中国人自办近代报刊的开端	26
一、中国人早期的办报主张	27
二、中国人早期的近代报刊活动	28
思考题	31
第三章 中国近代新闻事业的发展 (1895—1915)	32
第一节 戊戌变法时期与第一次中国人办报高潮	32
一、维新派的重要报刊	33
二、第一次中国人办报高潮	37
第二节 辛亥革命时期与第二次中国人办报高潮	39
一、改良派的报刊	40
二、革命派的报刊	42
三、第二次中国人办报高潮	46
第三节 清末和民国初年的新闻出版法制	49

一、清末新闻出版立法的原因和过程	50
二、清末新闻出版法规的特征和意义	52
三、民国初年的出版自由原则和《暂行报律》风波	54
四、袁世凯时期的“癸丑报灾”和重建苛法	56
思考题	57
第四章 中国现代新闻事业的形成 (1915—1921)	58
第一节 “五四”新文化运动与第三次中国人办报高潮	58
一、陈独秀与早期的《新青年》	59
二、新文化运动与第三次中国人办报高潮	63
第二节 中国无产阶级新闻事业的诞生	65
一、《新青年》改组	66
二、《共产党》和中俄通讯社	66
三、劳动者报刊	67
第三节 中国早期的新闻专业化	67
一、报纸的专业化发展	68
二、专业记者的出现	68
三、新闻教育和研究	72
思考题	73
第五章 中国现代新闻事业的发展 (1921—1949)	74
第一节 共产党崛起和首度国共合作时期	74
一、共产党、共青团报刊网	75
二、统一战线的报刊	78
三、工、农、学、军的进步报刊	79
第二节 “十年内战”时期的新闻事业	80
一、共产党新闻事业浴火重生	80
二、国民党新闻统制与新闻媒介网	82
三、民营新闻传媒夹缝中求生	85
第三节 抗日战争和解放战争时期的新闻事业	92
一、共产党新闻事业的重构与快速发展	93
二、国民党新闻事业的加强统制与走向崩溃	98
三、民营新闻事业举步维艰	102
思考题	105
第六章 中国当代新闻事业的形成和曲折 (1949—1976) ...	106
第一节 新中国新闻事业体系的形成	106
一、新闻事业网	106
二、新闻事业管理	108

三、新闻媒介内容	109
第二节 1956 年的新闻工作改革	110
一、改革背景	111
二、改革过程	112
三、改革结果	114
第三节 从整风、“反右”到“文革”前夕	115
一、“整风”、“反右”时期的新闻事业	116
二、从“大跃进”到全面调整	116
三、从强调阶级斗争到“文革”	120
第四节 “文革”时期的新闻事业	121
一、“文革”初期——夺权对象	122
二、“文革”中期——批判工具	123
三、“文革”后期——帮派武器	123
思考题	124
第七章 改革开放起步前后的新闻事业（1976—1992）	125
第一节 拨乱反正	125
一、大讨论带来思想大解放，推进拨乱反正	125
二、新闻界自身的拨乱反正	127
第二节 探索进取	128
一、理论和体制探索	128
二、法制探索	130
三、经营管理改革	132
四、新闻内容改进	135
五、新闻媒介发展	136
思考题	138
第八章 深化改革、全面发展时期的新闻事业（1992—） ...	139
第一节 产业化发展的新推进	139
一、产业化发展的进程	140
二、事业性传媒的新改革	144
三、经营性传媒的转制	144
第二节 数字化给新闻传播带来新变化	145
一、给新闻媒介及其功能带来变化	145
二、给新闻信息源和传者带来变化	152
三、给传播内容和形式带来变化	154
四、给传播方式和过程带来变化	156
五、给受众和效果带来变化	158

六、给新闻传媒经营和管理带来变化	160
七、媒体融合及其影响	161
第三节 传统新闻媒体的新发展	162
一、报纸	162
二、广播电视	165
三、新闻内容	168
第四节 通讯社的新发展	169
一、新华社信息产品及服务	170
二、新华社音视频新闻产品	174
三、新华社其他产品	175
四、中国新闻社	177
第五节 尊重四权，科学发展	177
一、尊重四权推进新闻事业	177
二、科学发展观引领新闻事业	178
第六节 新闻教育和研究	181
一、新闻教育	181
二、新闻研究	182
思考题	186

第九章 台湾、香港、澳门地区 1949 年以来的

新闻事业	187
第一节 台湾地区 1949 年以来的新闻事业	187
一、解禁前的新闻事业（1949—1987）	187
二、解禁后的新闻事业（1988—）	189
第二节 香港地区 1949 年以来的新闻事业	194
一、香港地区报业	194
二、香港地区的广播电视	197
第三节 澳门地区的新闻事业	201
一、澳门地区报业	201
二、澳门地区的广播电视	202

参考文献	204
------------	-----

绪论 从新闻史看新闻传播发展的规律和启示

所谓规律，就是事物之间的某种必然联系，这种联系在一定条件下重复起作用。规律具有必然性、普遍性，对事物的变化发展起支配或决定作用。新闻传播的产生和发展离不开事物的普遍规律，包括新闻媒介的共性与个性统一的规律，波浪式、螺旋式发展规律等。同时，新闻传播的产生和发展又有其自身特有的规律。

中国新闻史可以给我们许多启示，除了上述规律性认识，还包括新闻体制、媒介功能、传播业务、经营管理等许多方面的经验和教训。

一、从社会变化看新闻传播的发展规律

从新闻史可以明显地看出新闻传播与社会发展变化的相互关系。可看出新闻传播的发展取决于需要和条件，最主要是政治、经济、科技的需要和条件，反过来，新闻传播的发展又对整个社会产生很大影响；可看出新闻传播的发展时而突进，时而缓慢，甚至时而出现倒退，但不改总的发展方向，即越来越充分、有效、便捷地满足社会和公众对新闻传播及新闻媒介的多种需要。

在中国古代，社会发展缓慢，呈现“超稳定”特征，新闻事业十分弱小，对社会的影响也很有限；在中国近代，社会发展变化加快，新闻事业基本走在社会变革的前面；在中国现代，社会发展变化更加迅速，又有许多新的突破，新闻事业与社会发展基本同步；在中国当代，社会发展进入新的天地，也有很大波折，新闻事业紧随社会发展，既产生了很大的积极作用，也有不少负面的、甚至破坏性的影响。本书各章的内容，基本与中国社会历史发展的阶段同步，但又并不完全吻合，有时走在前面，有时又由于种种原因而略为滞后。这反映出新闻与社会的密切关系，也反映出新闻事业发展的独特性。

中国先有官报，而一些西方国家先有民间报纸，这反映了中国封建统治的集权化，也反映了在自给自足的自然经济社会中，民间对新闻信息的需求不是很强，而西方民间报纸的出现和快速发展，正是在统治管理相对宽松、商品经济较为发达之时之地。

中国古代官报是世界上最早的报纸，民办的“小报”也有近千年的历史，然而从内容到形式，都没有发展成由报人自行采写新闻、发表评论、安排版面的近代报刊。中国使用活字印刷远远早于西方，但用于报刊却晚于西方。这些都与封建专制制度和自然经济的制约直接相关。中国的封建社会一方面发展缓慢，具有超稳定



性，另一方面人民起义震荡剧烈，具有大爆发性，这又与统治者对信息和言论严加控制互为因果。

中国人自办近代报刊是内外因共同作用的结果，包括外国人在我国办的报刊越来越多，其办报理念、方法和报刊功能为中国人所认识；中国的资本主义经济有了一定的发展，尤其在香港、上海、广州等地；中国先进人士的维新变法思想日益强烈，迫切需要通过报刊进行宣传。然而起初，中国的商品经济和城市化发展程度还没能对近代报刊很大的需求，外国人的报刊社既有强大的经济实力、丰富的办报经验，又已占得市场先机，因此中国人自办报刊的数量较少，大多数报刊的持续时间也不长，报纸上虽有商业性的内容，但大都以宣传维新思想、发表时事评论的政论性内容为主，可以说是“经济搭台，政论唱戏”。

鸦片战争失败后，中国人看到了器物落后问题十分严重，必须急起直追，于是大力发展工业，兴起洋务运动；甲午战争失败后，中国人看到了仅有器物还远远不够，更重要的是制度问题，必须急起直追，于是大力介绍西学，兴起戊戌变法运动；辛亥革命失败后，中国人看到了仅有制度还远远不够，更重要的是思想文化问题，必须急起直追，于是大力宣传民主思想与科学精神，兴起五四运动。这三次“看到”和“兴起”，都得力于当时最先进的新闻传播工具——近代报刊和现代报刊，尤其是后两次，还形成了办报高潮。

从维新变法到五四时期，中国先后出现了三次中国人办报高潮，每次都带来思想的大解放，社会的大发展。第一次中国人办报高潮后，维新变法思想深入人心，尽管戊戌变法很快被镇压了下去，但连慈禧太后为首的顽固派，不久也在内外交困下“仿行宪政”，中国开始走向现代社会。第二次办报高潮后，辛亥革命推翻了千年帝制，此后的复辟帝制也不得不以失败告终，中国开始融入世界潮流。第三次办报高潮后，中国开始进入现代社会，新兴的无产阶级开始登上历史舞台。

后来的二三十年中，国民党占据统治地位，对新闻事业实行统一管制，甚至采用特务手段。如果说国民党的失败与其自身腐败直接相关，那么其新闻统制不仅不能挽回其失败命运，还成为其失败的原因之一。

新中国成立以来的新闻传播可大致分为政治媒体时代——即新中国成立以后的第一个30年，经济媒体时代——即新中国成立以后的第二个30年，以及此后的新媒体时代，也可称为融合媒体时代——新媒体既可相互融合、也可融合各种传统媒体。在此，我们又可明显地看到政治、经济、科技对新闻传播及其媒介的影响，以及新闻传播及其媒介的反作用；看到新闻传播及其媒介越来越较好地满足社会和公众的需要。

二、从新闻媒介看新闻传播的发展规律

新闻媒介是指新闻传播的物质载体，与新闻传播的发展基本同步，因而可从新闻媒介产生和发展的规律看到新闻传播发展的基本规律。

这里所说的产生包括各种新闻媒介的产生，而不仅指新闻媒介这一事物的产



生。这里所说的发展,包含发展过程中的变化曲折,乃至暂时的倒退。

(一) 与需求、物质、技术相互影响

(1) 新闻媒介的产生和发展受到有关需求的强大影响,反过来又推动了有关需求的发展,如此循环往复,不断演进。

人类传播信息的需求,推动了信息的载体——新闻媒介的产生,而新闻媒介又推动了人类需求乃至人类本身的发展。

人们需要传播的速度快、数量多、范围广远,推动了新闻媒介向更快、更多、更广阔发展,包括旧媒体的改进和新媒体的产生;需要传播能满足多种需求、又能针对性强,推动了新闻媒介的综合化(如报纸的厚报化)与多样化;需要新闻媒介的获取和使用方便、且成本低,推动了新闻媒介的方便化(趋于随时、随地、随意)与低成本化(包括时间和精力成本)、廉价化,还使新闻媒介趋于图片化、影像化(既信息量大,又接受轻松)。

(2) 新闻媒介的产生和发展受到物质条件的强大影响,反过来又推动了物质条件的发展,如此循环往复,不断演进。

语言的产生和发展受到人类发音器官的发展的推动,反过来又促进了人类发音器官的进化。文字受到书写条件的推动,书信受到纸张的推动,报纸受到印刷和发行条件的推动,广播电视受到收音机、电视机的推动,数字化新媒体受到光缆、卫星的推动……

(3) 新闻媒介的产生和发展受到传播技术的强大影响,反过来又推动了传播技术的发展,如此循环往复,不断演进。

报纸受到印刷技术的推动,电话、广播受到声电和载波技术的推动,电影电视受到光电技术的推动,数字化新媒体受到数字化记录、传输、储存技术的推动……

(二) 与新闻事业和产业相互影响

新闻媒介是新闻事业和产业的重要组成部分,其产生和发展受到新闻事业和产业其他部分和整体的直接影响,反过来又直接推动新闻事业和产业其他部分与整体的发展,如此循环往复,不断演进。

新闻事业和产业是一个事物的两个方面。所谓事业,就是有较大规模和系统的、对社会发展有较大影响的经常性活动,包括从事这种活动所用的物资、设施、工具,技术、知识、经验,机构、人员、管理等。

作为新闻事业核心部分的新闻媒介,必然与新闻事业的其他部分相互影响。如新闻媒介受到新闻事业的体制、机构、人才等直接影响,反过来又直接影响、推进新闻事业的体制、机构、人才等。例如数字化新媒体的产生和发展及其带来的媒体融合,必然推进相关体制的改革,包括对新闻媒介市场准入的放宽,必然引起媒体机构的变化,包括跨媒体、跨地区整合与拓展,必然带来媒体人才的发展,包括知识专门化、技术全能化。

所谓产业,是指国民经济中较大的行业,或产品的原料、工艺、用途相近的众多行业的集合。在市场环境中,新闻媒介有很多经济活动和经济成果,属于第三产

业，即广义的服务业。即使是以事业性为主的我国新闻传媒机构，现在也都有一定的经济行为和效益，并实行“事业单位、企业化管理”，在一定程度上属于产业。

作为新闻媒介产业核心部分的新闻媒介，必然与该产业的其他部分相互影响。如新闻媒介受到新闻媒介机构、市场和消费的影响，反过来又影响、推进新闻媒介机构、市场和消费。

新闻事业和产业又受到其外部环境的影响，包括政治、经济、文化、社会诸环境，因而这些外部环境又间接地影响到新闻媒介的发展变化。

（三）新闻媒介自身的发展规律

1. 新旧更替和新旧并存

从历史和现实来看，人际传播媒介会比较彻底地更替。如电报、传真、信件，现在已很少使用了。而向大众进行传播、被大众广泛使用的新闻媒介，则难以被完全更替。杂志替代不了书籍，报纸替代不了杂志，广播替代不了报纸，电视替代不了广播，录像、光碟替代不了电影，网络、手机媒体也无法完全取代其他大众媒体。这里的关键在于，新的大众媒体无法在所有方面都超越原有的大众媒体。只要有某一方面新不如旧，这方面就成为旧媒体的生存空间和发展空间。

尽管如此，某一时期人们最常用、或影响力最大的主流大众媒体，还是新旧更替、后浪推前浪的。

2. 新闻媒介形式和内容日益大众化

新的新闻媒介出现时，能使用者总是少数，包括使用资格之能、能力之能、物质条件之能。如文字出现时，只有极少数人能掌握；纸张出现时，只有极少数人能获得；报纸出现时，只有极少数人买得起；电报、电话、照片、电影、广播、电视、网络、手机媒体出现时都是如此。然而随着生产力的发展，社会思想和政治文明的进步，为少数人所用的新闻媒介都逐渐走向大众了。

与此相应，许多媒体也就不仅仅是政治、经济权势的工具，而在很大程度上成为社会大众的信息传递、意见交流、休闲娱乐和艺术享受工具。既然新闻媒介的用户和功能大众化了，新闻媒介的形式和内容也就必然大众化。

3. 新闻媒介分众化

新闻媒介发展到一定程度以后，就呈现出分众化或者说分群化、小众化趋势。究其原因主要有四。一为传播需求多样化，包括传、受双方需求的多样化。二为媒介市场细分化，这是市场向高级发展的必然趋势，也必然要求新闻媒介以分众化、针对性满足细分市场。三为传播技术先进化，使单一媒介为较少的人服务时，仍能成本较低。四为社会控制宽松化，这得益于思想观念和政治、经济体制的进步。

4. 社会效益与经济效益的对立统一

新闻媒介的社会效益和经济效益是对立统一的。就对立而言，在许多情况下，好的社会效益并不能带来相应的经济效益，如一些反映和探讨社会深层问题的内容，以及服务于农村地区、少数民族、贫困人群、弱势人群的新闻传播，往往并不能带来数量众多、购买力强、广告商感兴趣的受众，不如替富裕人群服务更能获得



销售收入和广告投放。目前面向农村、受农民欢迎的报纸很少,农民看不上报已成为突出问题,这些情况都需要社会加以调节。片面追求经济效益也会损害社会效益。如果大多数媒介都只是为富人服务,就会形成接触媒介上的不平等,获取信息和知识上的差距,进而产生机会、能力等一系列的差距。有些传媒为了经济效益而降低格调、迎合低级趣味、搞有偿新闻等,更会直接降低、排挤社会效益,甚至产生负面效应。媒体“寻租”就是一种以经济效益、甚至以不正当的经济收益牺牲社会效益的典型表现。这里的“寻租”也是一种“权力寻租”,即利用社会赋予的话语权,寻获交易对象,以权易钱、物、色或其他利益。如有些新闻机构和人员,利用自己在采访、编辑、发表方面一定程度上的垄断地位,向报道对象换取种种“好处”,甚至让舆论监督的对象“花钱消灾”,这些情况都需要社会加以控制。

就统一而言,社会效益和经济效益又往往相辅相成,相互依存、转化和促进。

经济效益能给社会效益的创造提供物质基础,提供资源、设施、技术、人才等条件。经济效益的追求,扩大市场、降低成本、提高收益的努力,可促进传媒积极发掘和满足受众的需求,更贴近实际、贴近生活、贴近群众,更有针对性和吸引力、感染力、影响力,并在一定程度上克服唯上唯权、无视群众等痼疾;促进传媒管理科学化,工作高效化,积极性、主动性、创造性有更好的解放和发挥;促进传媒提高国际竞争能力。这些都会带来相应的社会效益。

反过来,完全不顾市场效应、经济效益,则会使大众传媒无视受众的需求,缺乏吸引力、影响力和市场竞争力,使传媒机构“吃大锅饭”,效率低下,浪费严重,经济基础薄弱,最终不能产生足够的社会效益。

西方国家公有电视台也给我们提供了前车之鉴。他们的许多公有电视台曾与私有电视台明显不同,没有广告,很少有纯娱乐性内容,经济来源稳定、不用通过市场竞争。然而有“大锅饭”可吃,或还有垄断性地位,使其缺乏竞争压力和创造活力,日益呈现出机构臃肿、效率低下、懈怠浪费和官僚主义,节目呆板俗套、吸引力不强。而私有电视台既能避免公有电视台的短处,又能借鉴吸收公有电视台对受众有吸引力的地方,加上社会越来越要求私有电视台承担社会责任,受众也越来越成熟,使私有电视台的许多内容也向公有电视台靠拢。于是受众大量流向私有电视台。现在许多公有电视台转变成了私有电视台,尚存的公有电视台也越来越多地采用私有电视台的经营和管理方法,节目与私有电视台日益接近。此外,有些严肃的私有传媒原本就很注重社会效应,其经济上的独立、对政府的批评监督又强于公有传媒,更符合西方人士对媒介的期望。以致许多专家和公众提出:还有没有必要再让公有电视台花掉公众纳税的钱?虽然公有电视台的经济支出逐年增多,有些国家给公有电视台的拨款却逐年减少,例如加拿大。

社会效益也可带来种种直接或间接的、即时或长期的经济效益。社会效益能创造传媒的知名度和美誉度,亲和力和权威性,使传媒获得受众和广告主的青睐,各种资助者的选择,从而提高传媒的各种市场收入和非市场收入。而有些传媒不顾社会效益,通过降低格调、迎合低级趣味、搞有偿新闻等,虽然得到了一些眼前收

益，但却瓦解了传媒的声誉、权威性和影响力，使许多高端受众、重要的广告客户和赞助者避而远之，从长远看无异于杀鸡取卵。

例如广州日报社在1990年代初进行改革时，有人建议弱化官方性、宣传性，强化社会性、娱乐性，读者爱看什么就给什么。而报社负责人则认为，这样会降低权威性，减弱影响力，最终在经济上也会得不偿失。后来，继续注重社会效益的广州日报社成为全国经济效益最好的报社之一。

三、从新闻媒介看新闻事业和产业的发展规律

新闻事业和产业是一个事物的两个方面。这两个方面的发展既有共同规律，又有各自的特殊规律。我们可从新闻事业和产业的核心——新闻媒介，来看它们的共同规律和特殊规律。

（一）共同的发展规律

新闻事业和产业的发展都受到内外部因素的影响，其许多内外部因素又是共同的。

1. 新闻媒介系统内部因素的影响

（1）新闻媒介的影响 新闻媒介的发展变化，各种媒介的此消彼长，也就意味着新闻事业和产业格局的变动。然而其对整个事业和产业的影响又会受到许多其他因素的制约，例如一种新的新闻媒介产生时，如果被政治权势视为有颠覆作用，或被社会视为会伤风败俗，这种新的媒介的发展及其对新闻事业和产业的影响，便会大受限制。

（2）新闻媒介思想和理论的影响 新闻媒介思想和理论，一方面通过影响新闻媒介体制，另一方面通过影响受众和新闻媒介人，进而对新闻媒介、新闻事业和产业产生或显或隐的、较长时期的、往往最终具有决定性的影响。不论是新闻媒介的威权主义理论、自由至上主义理论、社会责任理论、苏联共产主义理论，还是新闻媒介的发展传播学理论，都是如此。因而，新闻媒介思想和理论的研究、普及具有基础性的意义。

（3）新闻媒介体制的影响 体制就是体例制度，新闻媒介体制是一个社会关于新闻媒介和新闻媒介机构的设立、内部关系、运行范围和运行方式、外部关系和社会控制方面的体例制度。体例制度，亦称新闻传媒体制或新闻体制。可以看出，新闻媒介体制对新闻媒介的数量、内涵、所有权、经营权、发展方向，都有决定性作用。

新闻媒介体制并不是一成不变的，且不说会随着政治体制而变化，还会由于思想认识、社会需求、传播技术等的变化而变化。当变革某种体制可带来的好处大于变革的成本时，就可以进行体制创新。

（4）新闻媒介行业组织和规范的影响 包括新闻工作者协会以及报业、广播电视业等各种分支行业协会，包括新闻工作者道德规范，各种新闻传播活动的职业规范。