

蔡铭泽 著

XINWEN CHUANBOXUE

新闻传播学



暨南大学出版社

JINAN UNIVERSITY PRESS

新闻传播学

蔡铭泽 著

暨南大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻传播学/蔡铭泽著. —广州: 暨南大学出版社, 2003.9
ISBN 7-81079-282-2

I. 新… II. 蔡… III. 新闻学—传播学 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 064053 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 编辑部 (8620) 85226521 85228986 85228960
 营销部 (8620) 85225284 85228291 85220602 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心
印 刷: 广东惠阳印刷厂

开 本: 850mm × 1168mm 1/32
印 张: 10.375
字 数: 240 千
版 次: 2003 年 9 月第 1 版
印 次: 2003 年 9 月第 1 次
印 数: 1—6000 册

定 价: 18.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社营销部联系调换)

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 新闻传播事业的广泛影响	(1)
一 新闻传播事业是一项重要的社会事业	(1)
二 新闻传播事业极大地影响着人们的生活	(5)
第二节 学习新闻传播学的意义	(7)
一 社会全体成员都应学习新闻传播学基本知识	(7)
二 学习新闻传播学有利于做好新闻工作	(9)
三 学习新闻传播学有利于推进新闻改革	(11)
第三节 新闻传播学的产生和发展	(15)
一 西方新闻传播学的产生和发展	(15)
二 中国新闻传播学的产生和发展	(19)
第四节 新闻传播学的研究对象	(23)
一 传播和传播学	(23)
二 新闻传播学	(25)
三 新闻传播学与新闻学及传播学的关系	(26)
四 新闻传播学的基本内容	(28)
第五节 学习和研究新闻传播学的方法	(31)
一 掌握科学研究方法的意义	(31)
二 新闻传播学研究的基本原则	(32)
三 新闻传播学研究的具体方法	(33)

第二章 新闻	(38)
第一节 新闻的起源和本源	(39)
一 新闻起源于人们社会性生产、生活的需要	(39)
二 新闻起源问题上的唯心主义观点批判	(42)
三 新闻的本源是事实	(44)
第二节 新闻和信息	(49)
一 信息及其特征	(49)
二 新闻和信息	(53)
第三节 新闻的定义、本质和特征	(55)
一 关于新闻定义的辨析	(55)
二 新闻的定义	(57)
三 新闻的本质	(59)
四 新闻的特征	(61)
第四节 新闻的分类及其与历史、宣传和文学的关系	(64)
一 新闻的分类	(64)
二 新闻与历史、宣传和文学的关系	(66)
第三章 新闻传播要素	(71)
第一节 新闻传播者	(72)
一 新闻传播者的职业特征	(72)
二 新闻传播者的权利和义务	(75)
三 新闻传播者的职业素质	(77)
第二节 新闻传播媒介	(81)
一 新闻传播媒介的产生和发展	(81)
二 报纸的传播手段及其传播特点	(85)

三	广播电视的传播手段及其传播特点	(87)
四	网络媒体及其传播特点	(89)
第三节	新闻接受者(受众)	(91)
一	受众的含义及特征	(91)
二	受众的分类	(93)
三	受众和新闻传播媒介的关系	(94)
四	受众研究的历史发展	(97)
第四章	新闻传播过程	(100)
第一节	传播符号和传播模式	(101)
一	传播符号及其作用	(101)
二	新闻传播模式	(104)
第二节	新闻选择及其标准	(109)
一	新闻选择的必要性	(109)
二	新闻价值	(111)
三	新闻政策	(116)
第三节	新闻传播过程中的传播者与受众	(119)
一	事实转化为新闻的基本因素	(119)
二	新闻传播者怎样传播新闻	(121)
三	受众接触媒介的动机和心理	(123)
四	受众怎样选择、理解和利用新闻	(127)
第四节	新闻传播效果	(130)
一	新闻传播效果及其分类	(130)
二	新闻传播效果的实现	(132)
三	新闻传播效果的评价	(136)

第五章 新闻传播事业	(141)
第一节 新闻传播事业的产生	(142)
一 何谓新闻传播事业	(142)
二 新闻传播事业产生的社会历史条件	(144)
三 新闻传播事业的产生	(146)
第二节 新闻传播事业的发展	(148)
一 报业的发展	(148)
二 通讯社事业的产生和发展	(150)
三 广播电视事业和新闻网站的产生和发展	(153)
第三节 新闻传播事业的性质、特征和功能	(156)
一 新闻传播事业的性质	(156)
二 新闻传播事业的特征	(160)
三 新闻传播事业的功能	(163)
第四节 两种不同的新闻传播事业	(170)
一 新闻传播事业的阶级性	(170)
二 资本主义新闻传播事业	(173)
三 社会主义新闻传播事业	(177)
第六章 新闻传播事业的基本原则	(182)
第一节 新闻传播事业的真实性原则	(183)
一 新闻传播事业必须坚持真实性原则	(183)
二 新闻传播事业真实性原则的含义	(187)
三 新闻失实的表现及其原因	(191)
四 坚持调查研究, 确保新闻真实	(196)
第二节 新闻传播事业的客观性原则	(198)
一 客观性原则的提出	(198)

二	客观性原则的含义及其评价·····	(201)
三	正确把握客观性原则·····	(205)
第三节	新闻传播事业的党性原则·····	(210)
一	新闻传播事业党性原则的形成·····	(210)
二	新闻传播事业党性原则的基本内容·····	(212)
三	新闻传播事业党性原则和人民利益的一致性·····	(218)
第七章	新闻传播事业的运作方法 ·····	(227)
第一节	以正面宣传为主的方针·····	(228)
一	以正面宣传为主的方针及其基本内容·····	(228)
二	坚持以正面宣传为主的方针的基本要求·····	(232)
三	讲究正面宣传的艺术·····	(235)
第二节	舆论监督和新闻批评·····	(238)
一	舆论监督及其作用·····	(238)
二	舆论监督和新闻批评·····	(242)
三	舆论监督和新闻批评的原则和方法·····	(246)
第三节	新闻策划·····	(250)
一	新闻策划的由来及其意义·····	(250)
二	新闻策划的定义及其特征·····	(255)
三	新闻策划的类型及其方法·····	(260)
第四节	新闻传播媒介产业的经营管理·····	(267)
一	新闻传播媒介产业经营管理的特点·····	(267)
二	新闻传播媒介产业经营管理的基本原则·····	(270)
三	新闻传播媒介产业经营管理的方式·····	(272)

第八章 新闻自由与新闻控制	(277)
第一节 新闻自由	(278)
一 新闻自由的产生和发展	(278)
二 新闻自由原则的基本内容	(281)
三 资本主义新闻自由	(284)
四 社会主义新闻自由	(287)
第二节 新闻控制	(293)
一 新闻传播事业的社会控制	(293)
二 新闻传播法规	(296)
第三节 新闻道德	(303)
一 新闻道德的定义、特征和作用	(303)
二 新闻自律运动的产生和发展	(306)
三 中国社会主义新闻道德建设	(312)
 参考书目	 (317)
后 记	(323)

第一章

绪 论

内容提要

新闻传播事业是一项重要的社会事业，它能够深刻地影响人们的生活。为了促进新闻传播事业乃至整个社会主义民主法制建设的健康发展，新闻从业人员乃至全体社会成员都应该学习和了解新闻传播学基本知识。新闻传播学是专门研究新闻传播事业的产生、发展及其规律的科学。具体来说，它包括对新闻、新闻传播、新闻传播要素、新闻传播效果、新闻传播事业、新闻传播事业与社会其他相关事业之间关系等方面的探讨。学习和研究新闻传播学，应该坚持以马克思主义为指导，同时也应借鉴当代其他学科特别是传播学的研究方法。

第一节 新闻传播事业的广泛影响

一、新闻传播事业是一项重要的社会事业

新闻传播活动，自古有之。可以说，自从有了人就有了新闻传播活动。但是，真正的新闻传播事业则是在资本主义商品经济充分发展之后，于 16 ~ 17 世纪产生的。从那时起，新闻传播事业从小到大，从少到多，从弱到强，从简单到复杂，直至发展到今天如此数量繁多、规模巨大、影响深远，在整个社会生活中扮演着极为重要的角色。

据统计，当今世界各种报刊已超过 18 万种，其中日报 1 万多种，广播电台、电视台 5 000 多座，电视机 5 亿多台。据 2002 年《中国新闻年鉴》和 2003 年 7 月公布的《中国互联网发展状况统计报告》统计，在中国大陆，改革开放以来新闻传播事业得到了飞速发展。至 2001 年，报纸、广播和电视发展的大致数据如下：报纸由 1978 年的 186 种、113.2 亿印张发展到 2 111 种、938.96 亿印张；广播电台由 1965 年的 85 座发展到 296 座，其中省级台 36 座、地市级台 260 座，另有县市级有线广播台（站）1 304 座；电视台由 1965 年的 19 座发展到 1 881 座，其中省辖市以上 374 座，县级电视台 1 273 座，有线电视台 234 座；全国拥有电视机约 3.5 亿台，电视观众 10 亿人以上，电视人口覆盖率达到 89% 以上；国家广播电视干线网已与 29 个省、市、自治区干线网联通，全国有线电视光缆

和电缆干线 30 万千米，宽带有线电视用户分配光缆电线 300 多万千米。至 2003 年 7 月，我国上网计算机 2 572 万台，上网用户人数 6 800 万人，分别比 2001 年增长了 1 680 万台和 3 550 万人。至 2000 年，我国新闻传播事业的从业员工约 300 万人，其中从事采、编、播、译和其他工作的新闻工作者包括网络新闻传播从业人员约 100 万人^①。以如此庞大的人力、设备、财力和信息资源凝聚起来的新闻传播事业，已经成为现代社会中的一种令人瞩目的、须臾离不开的、心驰神往的重要事业。

新闻传播事业作为联系社会各行各业的中介，每时每刻为人们传送各种各样的信息，深刻地影响着人们的生活、工作和学习。这些信息能够满足人们的需求，使人们了解外部世界，从而更好地适应和改造外部世界。这些信息能够增加人们的见识和才干，提高自身的素质，使人们更好地求得生存和发展。这些信息能够解除人们由于紧张劳动而产生的疲劳，娱乐人们的心身，陶冶人们的情操，使人们产生多方面的美感。这些信息能够促成人与人之间资源共享，协调人与人之间的相互关系，维护社会的稳定和推动社会的进步。

当今社会信息传播媒介极为发达，除新闻传播媒介外还有邮件、电讯、网络等传播媒介，这些传播媒介和传播形式共同组成社会的信息传播网络。它们一方面为社会成员带来了个性化信息服务的方便，维持着社会的正常发展。另一方面，也为一些不良之辈的造谣生非提供了便利，使社会上时而出现信息的误传和误导。如 2003 年初春，在广州发生非典型肺炎期间，仅手机短信息发布量一天就达到 4 000 万条以上，由于这些信

^① 据 2002 年《中国新闻年鉴》和 2003 年《中国互联网发展状况统计报告》统计。另外，1997 年我国大陆新闻从业人员为 55 万人，经过多年发展已达 100 万人以上。

息真伪难辨，从而造成了公众的极大恐慌。另外，传播技术的进步也为一些不法之徒利用高技术犯罪提供了方便。据 2003 年 4 月 2 日《羊城晚报》报道，广东和福建两省警方作战百日，排查线索 3 000 多条，破获利用手机短信息作案的案件 500 多起。特别是在 4 月 1 日“愚人节”这一天，一则愚人短信息令不少人“中招”，造成广东省“艾滋病”预防控制中心咨询热线电话瘫痪。在这种非对称性信息传播的情况下，新闻传播事业作为社会的主流媒介享有固定的社会公信力，在传播人们所需要的各种信息的同时，还担负着澄清是非、引导舆论的重要任务。

正因为新闻传播事业具有这种社会中介组织的性质和影响社会舆论的功能，所以各个阶级、政党、团体和国家往往利用它作为宣传工具，作为自己的喉舌。在阶级社会中，新闻传播事业的工具性特点又使得它具有阶级性，经常被用来作为阶级斗争的工具。特别是在阶级斗争激烈的时候（如军事政变期间），新闻传播事业更是被用来作为阶级斗争和阶级专政的工具。这种情况在资本主义社会是这样，在社会主义社会也是这样。在社会和平发展时期，新闻传播事业是执政党及其国家推行自己的路线、方针和政策，促进经济改革，维护社会稳定，凝聚社会人心的工具和渠道。新闻传播事业作为共产党、人民政府以及人民的喉舌，在社会主义中国已经成为广泛的共识。中国共产党的历代领导人一再强调，新闻传播事业是社会主义的经济基础在上层建筑领域的反映，新闻传播事业是党和国家以及人民的喉舌，新闻传播事业在社会的稳定和发展中担负着传播新闻信息和舆论导向的重要任务。

新闻传播事业是一种独立核算、自主经营的社会经济单位，具有法人资格。新闻传播事业产生之初，本来就是一种传

递经济信息的工具和一部分人的谋生手段。19 世纪 30 年代以后，随着世界工业革命的兴起，新闻传播事业在大众化和企业化的轨道上突飞猛进，逐渐成为了实力雄厚的企业。中国社会在经过近一个半世纪的动荡之后，终于在 20 世纪 80 年代迎来了自己的辉煌时代。在社会的深刻变革中，新闻传播事业也获得了巨大的发展动力，显示出勃勃生机。改革开放之前，中国的新闻传播事业，经费完全靠国家行政拨款，房屋矮小，机器陈旧，员工待遇低下。改革开放以来，新闻传播事业已实力大增，旧貌换新颜。一般来说，大的新闻单位特别是东南沿海地区的新闻单位，已经积累了数以十亿、几十亿计的资产，建造了高大华丽的办公楼所，添置了最先进的机器设备，每天刊播大量的新闻和其他各种信息。以广州日报报业集团为例，该报现有 10 报，1 刊，1 个出版社，1997 年集团的总产值为 16 亿元，净资产为 11 亿元，利润 3.8 亿元，1998 年的广告额为 7.2 亿元，是广州市国有资产十强企业之一。可见，我国新闻传播事业变强了、变大了、变富了、变美了，它本身已成为现代社会物质文明和精神文明的标志之一。

二、新闻传播事业极大地影响着人们的生活

新闻传播事业之所以能够存在和发展，主要是因为它和人们的生存和发展密切相关，它能够深刻地影响人们的思想、行为和生活方式。这种影响可以从积极的和消极的两个方面来分析。

从积极的方面看，主观和客观的沟通，个人与社会的沟通，都离不开新闻媒介。新闻传播事业能够提供人们生存和发展所必需的信息，从某种意义上说，它和食品、水分及阳光一样，是现代人生活的必需品。新闻传播事业能够给人们提供参

政议政、行使民主权利的渠道，能够搭起人们同外界交往的桥梁，加强个人与外界的联系。在特定的情况下，新闻传播事业也能教育、警戒人们积极进取、弃恶从善。

从消极的方面看，由于新闻传播事业具有工具性的特点，它常常被用来为专制统治者和野心家服务。在封建社会，虽然还没有正式的新闻传播事业，但是封建统治者对于出版印刷的控制是非常严密的。第二次世界大战以前和战争期间，德国和日本法西斯独裁者就利用新闻传播事业来宣传自己的战争政策，剥夺人们的言论自由。在中国无产阶级文化大革命期间，也有类似的情况发生，林彪、“四人帮”曾利用新闻传播媒介作为他们对广大人民“全面专政”的工具。除此之外，一些素质比较低下的新闻工作者还利用新闻传播媒介来张扬色情和暴力，揭露和侵害他人的隐私和名誉，甚至置人于死地。例如，1997年8月31日，英国王妃戴安娜在巴黎遭遇车祸丧生，这在很大程度上也是被一些无聊的小报新闻记者围追堵截逼迫所致。2001年9月11日，发生在美国纽约和华盛顿的恐怖袭击事件造成世界贸易中心大厦倒塌、数以千计的人员伤亡和数以千亿计的财产损失，恐怖手段之阴险狠毒和新闻传播媒介平时大量传播有关血腥暴力的信息不无关系。随着互联网的迅猛发展，人们有了更便捷的获得新闻信息的渠道，但是互联网上虚假信息充斥、色情暴力泛滥，又使人们面临许多陷阱和迷茫。这说明，新闻传播事业是一把双刃剑，人们在充分发挥其积极作用的同时，也应该注意避免其消极作用。

新闻传播事业之所以能深刻地影响人们的生活，主要有以下三个方面的原因：首先，新闻是人们日常生活中不可缺少的精神食粮。人们的日常生活，除物质生活条件以外，还需要精神生活，在某种程度上甚至更需要精神生活。而精神生活的主要来源之一就是新闻传播事业。在延安时期，毛泽东的生活规

律是“先看报后吃饭”，其实这也是一般人的生活习惯。这说明，在某种特定时期例如社会危机时期，人们对信息的需求远甚于对物质的需求。其次，人类具有了解自然界和社会新近变动的欲望，新闻传播学将人们的这种欲望称为“新闻欲”。新闻欲是指人类了解社会或自然界新近变动的一种欲望，这种欲望是人的社会联系的必然产物，是人的求知欲的组成部分。^①正是人们与生俱来的“新闻欲”促使人们去接触新闻媒介，去追求新闻信息，去理解新闻信息的含义。再次，新闻传播事业能够为人们了解自然和社会提供必要的信息，是人们求得生存和发展的重要手段。人们具有追求新闻信息的欲望，而新闻传播媒介正是人们接受新闻信息的最佳工具。井冈山革命根据地时期，为了及时了解敌人的情况，毛泽东曾派一个营的兵力去攻打茶陵县，搜集旧报纸。后来，情况有了改善，可以看到南京、上海、广州等地的报纸，毛泽东感慨地说，“真是拨云雾见青天，快乐不可言状”^②。

第二节 学习新闻传播学的意义

一、社会全体成员都应学习新闻传播学基本知识

新闻传播事业已经成为现代社会中的一种令人瞩目的、须

^① 甘惜分：《新闻学大辞典》，河南人民出版社1993年5月版，第2页。

^② 龚育之：《毛泽东的读书生活》，生活·读书·新知三联书店1986年9版，第239页。

臾不可分离的、心神向往的重要事业。它深刻地影响着人们的生活、工作和学习。如何更好地认识新闻传播媒介，批评新闻传播媒介和利用新闻传播媒介，已经成为人们所面临的一个重要问题。因此，所有社会成员都应该学习和了解新闻传播学的基本知识。这主要是由以下三个方面的理由决定的：

第一，正确地认识新闻传播媒介是每个社会成员必备的基本常识。在当今信息社会，新闻传播事业已经成为社会全体成员须臾不可或缺的重要工具。报纸、广播、电视、互联网等将每一个人和外部世界紧密地联系在一起，深刻地影响着人们的生活、工作和学习。这就要求每一个社会成员要了解新闻传播媒介的性质和功能，树立正确的新闻媒介观念。

第二，正确地利用新闻信息是每个社会成员求得生存和发展的必要条件。新闻传播事业能够提供给人们所需要的各种信息，这些信息帮助人们了解外部世界，适应和改造外部世界，更好地求得生存和发展。一般说来，一个人要求得生存，必须要有健全的心智（即内在传播系统），要求得发展，必须要有良好的外部环境（即外在传播系统）。只有将这两种信息传播系统紧密联系起来，使它们良性互动，一个人才能生存无忧，发展顺畅。

第三，批评新闻传播媒介和监督新闻传播媒介是每个社会成员应有的职责。新闻传播者（含新闻传播媒介）和受众是新闻传播过程中的两个行为主体，新闻媒介代表受众对政府实行监督，同时也应该自觉地接受受众的监督。这样才能形成一个良好的舆论环境。从根本上说，新闻传播者和新闻传播媒介是为受众服务的。但是，在实际工作中，有些新闻传播媒介往往出于政治和经济方面的压力，或出于一己之私利，而歪曲事实、误导舆论、“贩黄贩毒”。这些信息垃圾严重毒化社会风