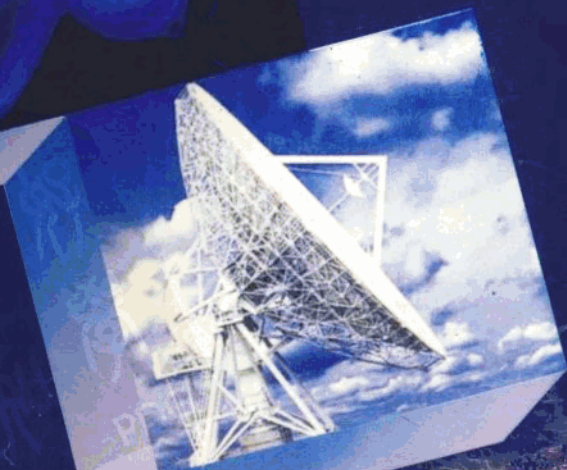
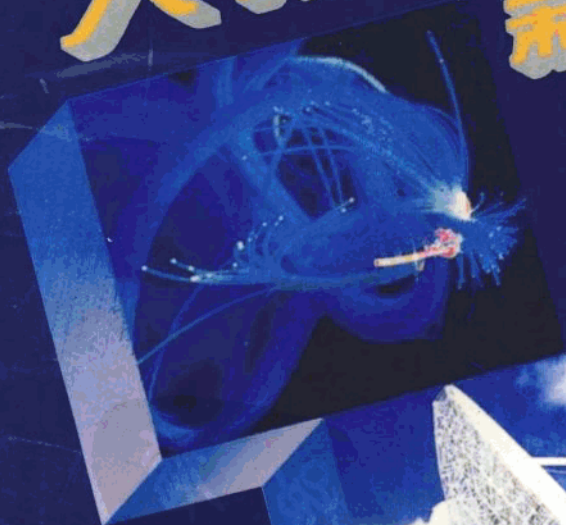


# 世界 大众传播 新潮

吴信训 著

四川人民出版社



# 序

---

我们所处的  
无疑是传播的世界。  
我们所知的  
未必是世界的传播。  
愿本书成为一扇  
新知的窗口，  
透进  
秋的信息，  
启迪  
春的思索。

作 者

1994. 酷暑于陋室

# 目 录

---

## 第1章 从新闻学到社会信息学 ..... ( 1 )

- 一、闻名于世的东京大学新闻研究所换了招牌  
..... ( 1 )
- 二、从新闻学到社会信息学的理论思路..... ( 9 )

## 第2章 西方传播界时髦的“新媒介” ..... (19)

- 一、何为新媒介..... (19)
- 二、新媒介的特征..... (22)
- 三、新媒介产生的背景..... (25)
- 四、新媒介与“旧媒介”..... (27)
- 五、新媒介在生活中的应用..... (30)

## 第3章 新媒介的旗手——有线电视 ..... (44)

- 一、概说..... (44)

|                                 |        |
|---------------------------------|--------|
| 二、美国的有线电视事业·····                | ( 47 ) |
| 三、日本的有线电视事业·····                | ( 64 ) |
| <b>第4章 一揽环宇的卫星电视与卫星广播</b> ····· | ( 82 ) |
| 一、通讯卫星与广播卫星·····                | ( 82 ) |
| 二、欧美的卫星电视节目·····                | ( 86 ) |
| 三、日本的卫星电视事业·····                | (103)  |
| 四、欧洲的卫星广播·····                  | (115)  |
| <b>第5章 周到服务的大众生活秘书——高度信息</b>    |        |
| <b>通信系统</b> ·····               | (128)  |
| 一、欧美的高度信息通信系统·····              | (129)  |
| 二、日本的高度信息通信系统·····              | (131)  |
| <b>第6章 八面灵通的电脑通信</b> ·····      | (146)  |
| 一、电脑通信的特征及功能·····               | (146)  |
| 二、电脑通信的活用实例·····                | (152)  |
| 三、日本电脑通信网络的发展现状·····            | (156)  |
| <b>第7章 巧用电波资源的图文电视</b> ·····    | (161)  |
| 一、图文电视的兴起与作用·····               | (161)  |
| 二、欧洲主要国家的图文电视·····              | (169)  |
| 三、欧洲图文电视的利用情况及发展趋势·····         | (173)  |

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| <b>第8章 录像机的普及及其对大众传播的新课题</b>     |       |
| .....                            | (178) |
| 一、录像机技术的开发与普及.....               | (179) |
| 二、录像机对传统传播秩序及形态的冲击.....          | (185) |
| 三、录像文化的生机及问题点.....               | (192) |
| <b>第9章 传播技术的新趋势</b> .....        | (202) |
| 一、广播电视新技术的动向.....                | (202) |
| 二、信息通信新技术的动向.....                | (216) |
| <b>第10章 亚洲·太平洋信息圈的崛起</b> .....   | (230) |
| 一、亚太信息圈现状及课题.....                | (231) |
| 二、日本在亚太信息圈中的交流情况.....            | (239) |
| 三、日本家庭的信息化.....                  | (241) |
| <b>第11章 经久不衰的“儿童与电视”研究</b> ..... | (250) |
| 一、研究的沿革.....                     | (251) |
| 二、研究的新动向.....                    | (259) |
| 三、欧洲儿童电视节目的动向.....               | (265) |
| 四、儿童收看电视习惯变化的动向.....             | (270) |
| <b>第12章 发展中的世界各国手语电视节目</b> ..... | (275) |
| 一、概观.....                        | (275) |
| 二、手语电视节目研究的课题.....               | (282) |

## 第13章 老话新题——尖端技术的传播与传播

的倾向性…………… (286)

## 第14章 国际电视纪录片的走向…………… (292)

## 第 1 章

# 从新闻学到社会信息学

---

### 一、闻名于世的东京大学新闻研究所换了招牌

1992 年 4 月 1 日，闻名于世的日本东京大学新闻研究所换了招牌，更名为东京大学社会信息研究所，当天下午 5 时许，研究所的全体教授、研究者们聚集在大门口新换的匾牌前，留下了纪念的合影（笔者当时作为外国人客座研究员，也有幸出席了这一仪式）。从新闻学发展史的角度来看，这绝不只是简单意义上的名称更换，而是意味着日本新闻学界最具有学术权威性的机构及人士，经过深思熟虑和严谨的科学分析与判断，认定人类的新闻学发展到今天，已跨入了社会信息学的崭新阶段。毫无疑问，日本新闻学

界的这一历史性认定与抉择，首先是建立在对日本新闻学发展的历史与现实认识的基础上的，但透过日本新闻学界的这一认定与抉择，对我们认识和把握新闻学与社会信息学之间的联系与差异，深化认识当代西方发达国家以及未来整个世界新闻学的发展潮流与趋势，是颇为有助的。

众所周知，东京大学新闻研究所在整个日本新闻学界始终处于执牛耳的地位。它创立于第二次世界大战之后的1949年（昭和24年）。它的前身——新闻研究室则早于1929年（昭和4年）诞生，是日本最早的新闻学术研究机构。在新闻研究室的历史阶段，在理论上主要是对德国的新闻学进行系统的研究与介绍，同时，对当时报纸的内容进行分析，对人们的阅读关心状态等开展调查。在这日本新闻学的初始阶段，其“新闻”二字真正是只具有日语中“新闻”一词的直接含义，即：“新闻”就是报纸。

这里，我们可以看一看日本新闻学的创始人，亦即东京大学新闻研究所的创始人小野秀雄当年所著《新闻原论》一书的章目（东京堂刊行本，番号为笔者所加）：

### （一）报道素材的本质

素材制作中作用力的要素

国家

政党

财界

广告主

其他的利害关系者

读者

教会

发行的记者

他人提供素材搜集的实况

国际通信社的搜集颁布组织

英、美、苏三国的国际通讯社

法、德、日三国的国际通讯社

国际通讯社的性质及我国外报的源泉

对报道正确性的调查

误报的诸种原因

结论

## (二) 报道的本质

素材编辑工程的研究

报纸的使命

创始期发行者的使命观

政论时代和政党机关报时代

时事新报的使命

小报的使命

日本新闻报的使命

“不偏不党”的流行

国民新闻报的使命

东日新闻报的新使命

万朝报的使命

报道时代朝日新闻报、每日新闻报的使命

让发行者言明的使命

重视尊重公益的两个文献

尊重公益和无视公益的文献

自由主义国家的新闻理想

专制国家中新闻的使命

尊重公益的使命及其概念内容

### (三) 报纸内容的本质结论

### (四) 报纸颁布的本质

序说

有关颁布时间性的诸家见解

时间性的本质

有关颁布空间性的诸家见解

公现性的特殊性质

### (五) 新闻事业的本质

诸家的见解

企业的经营及其意义

### (六) 新闻的本质结论

### (七) 新闻的自由

其根本概念

其意义

### (八) 新闻机能论

### (九) 所谓新闻的力量

诸家的见解

新闻学界的见解

## (十) 新闻的基本机能

其研究方法和机能可能性的吟味

报道的机能

社论的机能

诱导、指导两机能的作用过程

舆论成立的过程

作为心理集团的读者

新闻的结合机能

## (十一) 三机能的再研究

读者心理的态度

心理态度的统计考察

对诸关心群的三机能作用力

读者圈的构成

## 〔附录〕新闻伦理纲领

从上可以看出，日本新闻学的初始阶段，是以报纸为核心来展开的。

在东京大学新闻研究室时代培养出的研究人材，成为第二次世界大战后担当日本新闻学及大众传播研究、教育的骨干。

第二次世界大战前，在日本，能将新闻学作为正规的学问领域予以承认的人为数甚寥。但是，第二次世界大战后，在对不幸的战争进行反省之际，日本各界（当然也包括日本学界）增强了对人类相互理解和国际协调中传播交流的必要性以及各国新闻界作用的重要性的认识。因此，战

后日本各大学相继开设了新闻学科或新闻学的课程。不过这里所用的“新闻”一词，其内涵已经扩大。所谓的新闻学科或新闻学课程，其内涵正如原日本新闻学会会长、上智大学教授春原昭彦所说：“旨在指导和培养从事报纸及有关时事的出版、广播电视及电影的研究或实际工作的人才”（《新闻研究所40年——其轨迹及未来的展望》，第14页，东京大学新闻研究所1989年10月出版）。

比如，在立教大学名誉教授、文学博士小山荣三于1969年著的《新闻学原理》中，就有不少的章节，包含了已在原始“新闻”含义上扩展了的传播学的内容。在“第一章：新闻研究的动向”中，就有“第一节：信息与行动”、“第四节：作为资料学的新闻研究”、“第六节：传播研究与新闻研究”、“第七节：信息科学与新闻研究”、“第八节：行动科学与新闻研究”；在“第六章：大众传播的构造和体系”中，就有“第一节：感觉作用与心理过程”、“第二节：感觉的要素”、“第三节：传播的体系”、“第四节：传播和语言”、“第五节：传播的流程及效果”、“第六节：大众传播的意义及其发展史”；在“第十四章：大众传播中的‘杂音’”中，就有“第一节：错觉现象”、“第二节：心的图像”、“第三节：原始的心性”、“第四节：认识与铅版”、“第五节：意识形态”；在“第十九章：日本大众媒介的发展状况”中，就有“第一节：日本新闻史的发展”、“第二节：战后大众媒介的发展”等论述。

东京大学新闻研究所在新闻学向大众传播学演进的历

史进程中更是立于潮头，并因此而进一步增强了在日本新闻学研究中的领衔地位。在1949年创立新闻研究所之时，就率先引进了美国兴起的“大众传播”这一新的概念，进一步扩大了自己的研究领域，增设了大众传播理论研究的部门。在1952年（昭和27年）发刊的第一期《东京大学新闻研究所纪要》上，就刊载有题为《大众传播》的研究论文。70年代，以时任东京大学新闻研究所所长稻叶三千男为首的一批教授，就完成了翻译出版5卷集《大众传播学》日文版巨制的浩大工作。此后，继任的东京大学新闻研究所所长竹内郁郎教授及儿岛和人教授、冈田直之教授所著的《日本的社会学·大众传播》，以及其他教授的诸多有关论著亦纷纷问世。

到40余年后的今天，纵观东京大学新闻研究所的研究轨迹，可以清楚地看到，其研究的对象、研究的课题、研究的方法、研究所依托的学际科学体系等，更进一步随历史的阶段性发展呈现明显的变化。除传统的报学以外，广播、电视、有线电视、卫星电视等的登场，迅速拓展了新的研究领域。家用摄像机、录像机、录音机、个人电脑、电话、传真机等等的普及，以及它们同传统概念上的大众传播媒介相互联系作用而生成的一系列新的传播关系，又迅速启发了新的研究理念与思维。对投票行动及选举预测等的政治传播研究，对有关地域传播变动的实证研究，关于居民对灾害信息的反应及效果的实证研究等等，都纷纷成为日本新闻学者们的思维课题。以1991年度东京大学新闻

研究所的研究活动为例来看：

研究所的共同研究课题是：《关于伴随高度信息化的社会体制和人们行动变化的研究》。

研究员们的自选研究课题则有：《关于灾害信息传达过程迅速化、正确化的研究》、《对受灾者的社会心理学的援助方策之研究》、《关于大都市及地方城市的地域信息体制的展开和机能之研究》、《日、韩两国国民的信息行动之比较研究》、《关于广播电视媒介变化的社会影响过程之国际比较研究》、《广播电视的多样化与规制的多样化》、《关于有线电视产业和广告关系的国际实证研究》、《电话的社会学研究——其社会的普及与传播环境的变化》、《电视对幼儿影响的多方位研究》、《关于新闻研究所藏瓦版及报纸锦绘的学际研究》、《信息化的进展与大众传播理论的变化》等等。

可见，当代日本新闻学者研究着眼点的重心，已经从传统的新闻学课题，较多转移到以社会信息为焦点，以交叉学科理论为依托的社会信息学领域。东京大学新闻研究所最后一任所长高木教典教授曾概括道：“社会信息研究所是以广泛的社会信息现象为研究对象”。（《从新闻资料中心到信息媒介研究资料中心》，1992年3月，第13号东京大学新闻研究所《新闻资料中心新闻》）也就是说，随着新闻传播媒介和新闻传播事业的发展，在当代西方发达国家，新闻学研究的使命已经演变为社会信息学研究，从而促使了新闻学向社会信息学的学科体系上的演进。

## 二、从新闻学到社会信息学的理论思路

对新闻学发展到社会信息学的理论思路,具体说来,可以从以下几点来认识和把握。

(一) 大众传播媒介迅速更新,蓬勃发展,各种新媒介层出不穷,争丽斗艳,社会进入高度信息化时代。

传统概念上的新闻或大众传播媒介,主要是报刊、广播、电视、电影。在高度信息化时代的今天,除此以外,尚有电子音像出版、录像、激光录像、高清晰度电视、卫星电视、卫星广播、有线电视、高度信息通信系统、电脑通信、都市型有线广播、电视电话、图文传真、移动通讯等等。丰富多彩、且充分运用高新技术的传播媒介,使信息的社会化传播更加大量、迅速,利用也更加便捷。这一切,直接影响着人类的社会生活、工作、学习、娱乐、休闲,令其方式及思维都在发生着前所未有的深刻变化。

过去,人们想看电视的时候,头脑里浮起的“看电视”的概念,就是电视台播出节目,自己坐在家里的电视机前收看节目,而且,只能是在电视台要播出节目的时间里才能收看,也不是自己想看什么节目就能看什么节目,只能在电视台安排了的节目中进行选择。但是,随着家用录像机的普及,现在,人们想看电视的时候,并不仅仅指望电视台一家了,可以从录像带出租店租回自己想看的节目,

并且随自己方便的时间独自观赏；

过去，人们想寻找某种信息，比如天气的预报、飞机的航班、外汇的牌价、股市的行情等等，只能是从大众传播媒介已经发布的资料中寻找，要不就只得直接给有关单位挂电话去询问。但是，随着有线电视、图文电视、高度信息通信系统、电脑通讯等具有双向交流媒介的问世，人们只需坐在家中或办公室里，通过电话，利用其中任何一种媒介机构，就可以迅速获知上述种种信息。并且，这些媒介还可以帮助人们实现家庭购物、家庭转帐、家庭炒股、家庭保安、家庭看病等等以前想也未曾想到过的人生行动方式；

过去，一提到“写信”，人们会立即联想起铺开信笺，挥笔疾书，装进信封，贴上邮票，交到邮局等一系列过程。然而，在信息化时代，利用电脑通信，这一系列过程通通将不存在。人们只需按动自己的家用电脑的键盘，在荧光屏上打出一封“信”，然后再操作有关功能键，这封“信”就会瞬间输送到哪怕是远在天涯的对方的电脑之中。只要对方打开电脑，便能读到。

所以，难怪有些人类学家、社会学家、传播学家将人类社会的历史划分为农业时代，工业时代、精神产业的时代。而称信息产业为精神产业时代的先驱；或将人类社会的历史划分为狩猎社会、农业社会、工业社会、信息社会，而谓信息社会以电脑、电气通信、新媒介等信息技术为核心，从而实现信息传播无所不在，无所不能，无所不达。

但是，这一切又并非意味着高度信息化时代的大量新媒介及信息现象就与传统新闻学的内涵失去了必然的内在联系，而是由已有的种种事实充分证明着社会信息学是新闻学的自然延伸。迄今为止的种种新媒介大都与传统的新闻、大众传播媒介尤其是与广播电视有极为密切的联系。比如，有线电视、高度信息通信系统、电脑通信等等，无不是现代电子通讯技术、现代电脑技术与电视技术交织一体、幻化新姿的结果，就是有力的证明之一。

## （二）研究对象扩大了。

从新闻学到社会信息学，可细分为新闻学——大众传播学——社会信息学三个阶段。在我国，虽然今天尚未把大众传播学正式立为一门学科，而是仍归入新闻学之内，实则只不过是用扩大新闻学内涵的方法，来涵盖了事实上存在的从新闻学到大众传播学的两个发展阶段，以显学科发展的一脉相承性。这或许是在学术概念上的一种习惯罢。西方国家之所以要在阶段性概念上分得如此明白清楚，或许是追求更准确界定阶段性概念的内涵罢。但不论何种称谓，从传播媒介的发展史以及从主要以传播媒介为研究对象标志的学术体系发展脉络来看，新闻学、大众传播学、社会信息学三个阶段是比较分明的。

在新闻学阶段，研究的对象主要是报纸及围绕着报纸的新闻现象。对此，除了从前述日本新闻学创始人小野秀雄的《新闻原论》可以一窥外，这里，我们无妨再展示一下我国新闻学创始人之一徐宝璜于1930年所著《新闻学纲