

新闻出版总署“十五”国家重点规划图书

20

世

纪

中

国

新

闻

学

与

传

播

学

20世纪

中国新闻学与传播学

● 主编 戴元光 童兵 金冠军

宣传学和舆论学卷

- 本卷主编 邵培仁
- 编 著 何扬鸣 张健康

复旦大学出版社

20 SHI JI ZHONG GUO XIN WEN XUE YU CHUAN BO XUE

本书出版获伊斯顿教育基金资助

20世纪 中国新闻学与传播学

● 主编 戴元光 童兵 金冠军

宣传学和舆论学卷

● 本卷主编 邵培仁

● 编著 何扬鸣 张健康

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

20世纪中国新闻学与传播学. 宣传学和舆论学卷/邵培仁主编;
何扬鸣,张健康编著. —上海:复旦大学出版社,2002.1
ISBN 7-309-02974-7

I. 2… II. ①邵…②何…③张… III. ①宣传学-研究-现状-
中国②舆论-理论研究-现状-中国 IV. G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第060015号

出版发行 复旦大学出版社
上海市国权路579号 200433
86-21-65118853(发行部) 86-21-65642892(编辑部)
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

经销 新华书店上海发行所
印刷 复旦大学印刷厂
开本 787×960 1/16
印张 24.75 插页 2
字数 403千
版次 2002年1月第一版 2002年1月第一次印刷
定价 48.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

总 序

中国是一个有五千年以上文明史的国家,两千多年前就有关于传播的概念,关于传播活动的评价,关于传播技巧与传播思想的论述。但是,正如国际著名传播学家余也鲁教授所评价的,一个有如此丰富的文化背景的民族,一直没有人传播的理论与实践的研究方面下功夫,实在令人诧异。

20世纪是我国新闻事业发展最为迅速、影响力最大的100年。当我们立足新世纪去审视中国新闻与传播学研究所走过的风风雨雨的历程时,不仅为我国新闻与传播学研究虽历经艰难却不断前进而感慨万千,也为我国新闻与传播学学子虽遭困厄,却“操持不苟”,“日穷万卷”而自豪与骄傲。

20世纪前50年,中国的传播业是在西方传播业的影响下,在殖民文化、封建文化和资本主义文化的重压下缓慢发展的。1949年后,中国新闻与传播事业曾稳步发展,新闻与传播学研究有过很大的发展和进步。但受极左思想的影响,我国新闻传播事业与国际新闻传播业距离越来越大,尤其是中国大陆的“文革”时代,新闻与传播学研究惨遭劫难,新闻与传播事业处于停顿甚至倒退的状态。值得庆幸的是,1978年以来,中国大陆实行改革开放政策,新闻与传播事业飞速发展,新闻与传播学研究拨乱反正,逐步走向法制的轨道。

中国的新闻与传播学专门研究是从新闻传播史开始的,有近200年的历史。早在19世纪中叶,就已经出现了记述和探索中国新闻传播事业史的论文。20世纪初叶,已有关于新闻传播史研究的著作,1917年姚公鹤的《上海报纸小史》至今已有80多年的历史。1927年戈公振的《中国报学史》是1949年前影响最大的新闻传播史论著。1949年以后,中国新闻史研究进入新时代,尤其是改革开放的1978年后,新闻传播史研究成为中国新闻与传播学研究最活跃、研究队伍最大、成果最丰

富、发展最快的研究领域。据不完全统计,仅最近的20多年,中国大陆就出版了100余部新闻传播史研究专著与教材,发表了5000多篇论文。

我国的新闻传播理论研究起于近代报业出现以后。1873年,《申报》发表了《论中国京报异于外国新报》,是迄今所能见到的较早的理论研究文章。1918年蔡元培先生创立了我国第一个新闻研究机构——北京大学新闻研究会。1919年,徐宝璜撰写了我国第一部新闻传播理论著作《新闻学》。20年代后,列宁的报刊思想开始在中国传播。40年代,中国共产党开始系统研究列宁的报刊思想和新闻传播理论。总体看,1949年以前,我国的新闻传播理论研究无大的建树。1949年后到“文革”前,我国新闻传播理论研究虽有进展,但成果不多。我国大陆的现代新闻传播理论研究首先是在清理“文革”的破坏和干扰,从新闻传播理论的ABC开始的,这不能不使中国的新闻学子的心灵受到震动:有五千年文明史的泱泱大国,新闻传播理论如此之滞后。改革开放后,新闻传播理论研究逐步开展,并有实绩。80年代初就有几部理论著作先后出版,但大体上仍未摆脱“左”的影响。从80年代中期到90年代,新闻传播理论研究虽受到多方面的干扰,但研究成果已颇丰,水准不断提高。新闻传播理论研究真正取得突破性进步的,是1992年邓小平南巡讲话和中国共产党第十四次代表大会后。据不完全统计,近20年来,我国大陆先后出版各类新闻学著作、教材和普及读物达2000余种。

人的传播活动是从第一声啼哭开始的,我国的先贤圣哲们对传播的认知非常悠久且非常深刻,职业传播者也是世界上最早出现的。早在春秋战国和先秦时代,就有“揽宾客”,“养”学生,“著书本天下”之风气,但传播学在中国的出现却比西方晚半个世纪。20多年前,西方人把传播学概念传进中国大陆时,我们对“传播学”这个词还非常陌生。20多年来,传播学研究在中国经历了痛苦而漫长的过程。传播学学科地位在中国的确立,是许多学者不惧“困厄”,孜孜追求的结果。从禁区到发展为二级学科,仅跨越了20多年。20多年时间,等于中国电视从发展到初步普及加上网络传播初步发展的时间,等于一个孩童从第一声啼哭到大学毕业。但我们还是有理由欣慰:我们的书架上有100多部中国人的专(译)著,1000余篇传播学论(译)文。从1997年起,我国已有传播学的硕士点、博士点和博士后流动站。

新闻业务的研究起步较早,但研究范围较小。过去关心的主要是采写编评等实务,忽视对新闻生产、流通和消费的研究;对新闻是不是商品,新闻的功能究竟是什么,新闻媒介集团化产业化问题,也缺乏深层次研究。据不完全统计,改革开放以来,我国大陆共发表新闻业务方面的论文、论著、教材、译著、作品集等1800多部(篇)。

最近几年,我国关于媒介经营管理和新闻法学的研究也有很大的发展,新闻与传播学学科、相关学科包括传播心理学、传播伦理学、舆论学、宣传学、公关与广告学的研究,这几年取得了相当可喜的成绩,并有向交叉、边缘、应用方向发展的趋势。特别应当指出的是,新闻法学研究备受关注。大陆新闻法学的研究起步于20世纪80年代。1980年新闻学界首先提出研究新闻法的问题,1984年,中国社科院新闻研究所成立新闻法研究室,1988年,中国新闻法制研究中心成立。进入90年代,研究新闻法的论文逐渐多起来,内容涉及新闻自由、知晓权、名誉权、舆论监督等,并于1991年和1993年召开了新闻纠纷与法律责任研讨会,90年代中期起,一些理论著作陆续出版。

20世纪是世界新闻传播事业空前发展的一个世纪,传播媒介从单一的印刷媒介(报刊图书)发展到广播、电视、电影和网络媒介。我国的新闻传播事业虽落后于西方,但也有很大的进步,包括三个主要发展阶段,即:1949年前印刷媒介和广播的发展,1949年以来印刷媒介和电子媒介的发展,1978年以来传统传媒、电子传媒和网络传媒的发展。经过这三个阶段,我国大陆的新闻传播事业与西方发达国家的差距越来越小。现在我国大陆有1900多家有(无)线公共电视台,900多家广播电台,2000多家报纸,8000多家刊物,每年生产200多部电影,1000余部电视剧。网络传播虽起步于1995年以后,但网民却已达到2000万,而我国传播学者对网络传播的关注还较早。

综观我国新闻与传播学研究走过的百年历程,我们不能不认识到,我国新闻与传播学研究现状与国际研究水准相比,与我国近13亿人口相比,与我国这样一个庞大的新闻与传播市场相比,与我国初具规模的新闻与传播事业相比,与我国在国际上的地位相比,是不相称的,是应该有危机感的。

我国的传播学研究最薄弱的是基础理论研究。在基础理论研究方面,首先是缺乏对西方国家传播理论的系统梳理和研究。提到西方国家的科学技术,大概没有人否定,谈到西方的政治文化和精神文化,有

些人是否定的。不能说西方的科学技术非常先进,而政治文化和精神文化一无是处。研究西方文化也不是为了马上去实行它,而是去认识它,消化它,也包括吸收它,批判它,甚至改变它。文化的同化、被同化,文化的异化和移情是客观的和正常的,害怕西方文化是下策,增强自身的免疫能力才是要紧的,何况许多文化是人类共同的精神财富,是无国籍的。其次是学术研究环境不够宽容,干扰多。学者应当立足现有的基础,从现状去看未来,研究未来,预测未来。研究未来,预测未来,就要看到现在的不足,就要有批评精神。没有批评精神的学者不能算是真正的学者,批评(包括反批评)越多离真理越近。我国大陆现在实行的许多改革开放政策,在“文革”前和“文革”中是无法想象的,在改革开放初期也是难以想象的,但邓小平同志以伟大的政治家和思想家的胆略去实践,走出了一条新路。新闻传播也一样,80年代末,还有人批评把“广播、电视、报纸”称作“传播媒介”,现在大概不会,但有些人对媒介产业、媒介市场、媒介消费、媒介兼并很敏感,提到“新闻自由”、“新闻商品属性”、“产业化”就恐惧,就过敏,好像这些是资产阶级的专利。加入WTO在即, these 问题是回避不了的,关键是我们要去研究,做前人没有做、不敢做的事情,只有这样才能使自己立于不败之地。

加强理论研究和新闻学、传播学科建设是新千年的首要任务,因为新闻学和传播学都已经成为一级学科,而对于它们的发展却不能没有系统研究;传播学的中国化研究刚刚开始;网络传播的许多问题还很模糊;加入WTO将给我们带来许多新的研究课题。

摆在我们面前的这部《20世纪中国新闻学与传播学》是十几位作者三年多时间的研究成果,是两岸三地专家学者的共同心血,是集体的智慧和劳动成果。它展示了100年来中国新闻学与传播学研究的历史与现状,勾画了它们发展的基本轮廓。

早在1995年就设想写50年(1949—2000)中国新闻学与传播学。1996年,童兵教授应邀去兰州大学讲学,在同戴元光叙旧时,共同探讨了组织专家研究100年(1901—2000)中国新闻学与传播学的问题。在认真磋商后,初步设想从七个方面研究100年来中国新闻学与传播学,即理论新闻学、新闻史学史、应用新闻学、传播学、宣传学与舆论学、公关与广告、台港澳新闻与传播学,商定了拟邀请的专家,开始筹集启动经费,并于1996年底开始启动。1998年夏,童兵教授、明安香教授、邵培仁教授、徐培汀教授、夏鼎铭教授、金冠军教授、戴元光教授等聚会上

海大学乐乎楼,就研究 20 世纪中国新闻学与传播学进行了讨论,并达成共识。

上海大学常务副校长方明伦教授一直关心本研究的进展,并同专家交流学术问题。著名新闻传播学专家宁树藩先生、丁淦林先生、夏鼎铭先生、彭家发先生审读了编写大纲,并提出了许多具体建议。吴小美先生、樊凡先生、魏永征先生、刘树田先生、朱敏彦先生、孙旭培先生、曹家麟先生、张国良先生、霍红辉先生、徐维杰先生、陈力丹先生、李良荣先生、丁柏铨先生,为本书的编写提供了许多具体的帮助。复旦大学出版社为本书的出版做了大量的工作。许多专家学者为本书的编写出谋划策,并一直关心本书的编写进度。在此,一并表示衷心的感谢。

20 世纪已经过去,21 世纪的曙光已沐浴大地。新闻与传播学学子已登上新世纪的航船!

编委会

2001 年 1 月 1 日



XUAN CHUAN XUE HE YU LUN XUE JUAN



内 容 提 要

宣传研究和舆论研究，是一个既古老又现代的课题。但是，对宣传学和舆论学发生、发展的演替过程及其名家、名作进行全方位、多层面的系统描述和评析，本书堪称首次作为。

本书以宏大构架和多维视野，对中国宣传学和舆论学史上的大量文献资料进行了科学聚集、合理精选和系统分析；同时在时空纵横上，对中国宣传学和舆论学的历史和成果作了详尽、全面的介绍和论述，提出了一系列新颖、精辟的结论和观点，为建立当代宣传学和舆论学提供了鲜活的思路，指点路径。

目 录

总序·····	1
---------	---

上编 宣传学部分

第一章 绪论 ·····	3
第一节 1949 年以前中国的宣传学研究 ·····	3
第二节 1949 年以后中国的宣传学研究 ·····	15
第三节 1949 年以后中国台湾地区宣传学研究简况 ·····	28
第二章 对古代宣传活动的研究 ·····	30
第一节 对“宣传”二字的探寻 ·····	30
第二节 对中国远古时代宣传活动的叙述 ·····	34
第三节 先秦时代宣传活动研究成果丰硕 ·····	37
第四节 两汉以后宣传研究的平淡 ·····	53
第五节 清代宣传活动的研究 ·····	59
第三章 对近代宣传活动的研究 ·····	63
第一节 第一批外国传教士的报刊宣传思想。 ·····	63
第二节 先进中国人的报刊宣传思想 ·····	65
第四章 对现代宣传活动的研究 ·····	88
第一节 中国共产党的宣传理论 ·····	88
第二节 1949 年以前中国共产党的宣传工作 ·····	90

第三节	对国民党在大陆 22 年宣传的研究·····	93
第四节	1949 年以后中国共产党的宣传工作·····	95
第五节	《中国共产党宣传史》简介·····	98
第六节	《中国共产党宣传学概论》简介·····	106
第五章	宣传、宣传学及其概念、性质、范围的研究 ·····	108
第一节	宣传的概念、性质、范围·····	108
第二节	宣传学的对象、体系·····	132
第六章	新闻与宣传 ·····	136
第一节	新闻与宣传的关系·····	138
第二节	新闻与宣传的交错圆说·····	141
第三节	新闻与宣传关系争论的影响·····	143
第七章	宣传学与传播学 ·····	145
第一节	中国传播学研究概要·····	146
第二节	有关学者论及传播与宣传关系·····	146
第三节	《传播学即宣传学——兼论传播学在我国的发展方向》 简介·····	149
第四节	“整体互动论”·····	151
第八章	宣传规律、功能的研究 ·····	153
第一节	宣传规律的研究·····	153
第二节	宣传控制·····	158
第三节	宣传功能的研究·····	160
第九章	宣传效益的研究 ·····	166
第一节	社会效益·····	166
第二节	宣传效益的评价·····	169
第三节	影响宣传效益的因素·····	171
第四节	宣传效益的提高·····	173
第五节	《宣传的改革与宣传效益》简介·····	175

第十章 宣传组织、纪律的研究	179
第一节 宣传组织	179
第二节 宣传纪律	181
第三节 《宣传思想工作宏观管理导论》简介	183
第十一章 宣传原则、管理的研究	185
第一节 宣传原则	185
第二节 宣传管理	188
第三节 《社会宣传管理学》简介	189
第十二章 宣传形式、方法和过程	193
第一节 公共关系与宣传	194
第二节 广告与宣传	195
第三节 标语口号与宣传	198
第四节 演讲与宣传	201
第五节 典型宣传	204
第六节 宣传过程的事、理、情	209
第七节 古今中外的宣传方法	212
第八节 宣传技巧	214
第九节 《宣传技巧》简介	217
第十节 宣传心理的研究	221
第十三章 宣传者与宣传对象研究	227
第一节 宣传者研究	227
第二节 宣传对象的研究	231

下编 舆论学部分

第十四章 绪论	239
第一节 国内外舆论研究的发展轨迹	239
第二节 我国舆论学的发展趋势	245

第十五章 我国古代丰富的舆论形态和思想·····	249
第一节 我国古代丰富的舆论形态·····	249
第二节 我国古代丰富的舆论思想·····	258
第十六章 19、20世纪之交的舆论研究·····	266
第一节 舆论的勃兴和舆论思想的活跃·····	266
第二节 舆论研究的集大成者——梁启超·····	271
第十七章 辛亥革命时期的舆论研究·····	282
第一节 多样化的舆论宣传媒介及其思想·····	282
第二节 孙中山的舆论活动和舆论思想·····	285
第十八章 国民党的舆论统制政策和两个对立的舆论学派·····	288
第一节 国民党的舆论一律政策·····	288
第二节 两个对立的舆论学派·····	291
第十九章 马克思主义舆论思想的传入和发展·····	295
第一节 马恩列的舆论思想·····	295
第二节 毛泽东的舆论思想·····	299
第二十章 舆论调查的兴起和发展·····	304
第一节 十一届三中全会前的舆论调查回顾·····	304
第二节 十一届三中全会后舆论调查的兴起·····	307
第二十一章 马克思主义舆论思想的新发展·····	312
第一节 邓小平的舆论引导思想·····	312
第二节 以江泽民为核心的党中央的舆论导向思想·····	317
第二十二章 舆论研究的新局面·····	324
第一节 我国社会科学对舆论的研究·····	324
第二节 我国对西方舆论思想的引介·····	326

第二十三章	20 世纪 80 年代以来的舆论研究著作状况	333
第一节	舆论研究的主要著作及其评价	333
第二节	舆论学著作主题研究回顾	340
第二十四章	20 世纪 80 年代以来舆论研究论文状况	359
第一节	舆论研究论文的考察和分析	359
第二节	舆论论文主题研究回顾	368
主要参考书目	377

上 编
宣 传 学 部 分

