



刘卫东 著

新闻传播学概论

天津社会科学院出版社

新闻传播学概论

刘卫东 著

天津社会科学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻传播学概论/刘卫东著. —天津: 天津社会科学院出版社, 1999. 6

ISBN 7-80563-751-2

I. 新… II. 刘… III. 新闻学: 传播学-概论 IV. G20

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 20021 号

出版发行: 天津社会科学院出版社

出版人: 荣长海

地址: 天津市南开区迎水道 7 号

邮编: 300191

电话: (022) 23668122

经销: 新华书店北京发行所

印刷: 天津市豆张庄印刷厂

开本: 850×1168 毫米 1/32

印张: 11.0625

字数: 276 千字

版次: 1999 年 3 月第 1 版 1999 年 3 月第 1 次印刷

印数: 1-2000 册

定价: 22.00 元

版权所有 翻印必究

序 一

陈力丹

当我看到刘卫东同志的这部《新闻传播学概论》时，不禁想起 80 年代中期新闻学界种种把新闻学与传播学结合起来的设想和尝试。进入 90 年代，这个设想和尝试变成了现实，出现了多部以“新闻传播”为主概念的论著，这是令人高兴的事。传统的新闻学，主要是从新闻传播者的角度，揭示一些新闻工作的特点，并且主要是以报纸作为研究对象，以致新闻学又被称作“报学”。随着广播、电视等新型大众传播媒介的出现，以及新闻传播的市场化趋势，新闻学必须侧重于新闻受众的研究，传播效果成为人们关注的焦点，于是，以效果研究为中心的美国经验主义传播学开始渗入新闻学。在我国，关于新闻学和传播学的关系，无非是三种观点，一种是传播学替代新闻学，一种是传播学与新闻学相融合，一种是传播学渗入新闻学。传播学本来是由新闻学引导而来的，在借鉴许多社会科学的研究成果的基础上扩大了研究视角，二者不是对立的，而是相辅相成的，无所谓传播学取代不取代新闻学。但是，传播学确实给传统新闻学提供了更多的理论基础。

人类的知识体系可以划分为生命科学、物理科学、社会科学、人文科学这四类；在社会科学中，又可划分为政治学、经济学、社会学等等学科。在社会学这个较大学科的笼罩下，研究人与人、人与团体的传播关系，便形成“人的传播学”（Science of Human Communication）。自身传播、人际传播、组织传播、大众传播

(其中包括新闻传播和非新闻传播两大类)、国际传播、非语言传播则是传播学的六个分支。边缘性和交叉性始终是传播学的显著特征,因而它必须建立在广泛的其他学科知识的基础之上。我们现在涉及较多的,只是传播学中的大众传播研究。本书涉及的又仅是大众传播研究中的新闻传播研究,将这部分的研究成果渗入传统新闻学。学问大无边,深入一点才有成效。

学界有这样的观点:“一切学术事业的发展都往往具有某种弑父般的性质,陷入困境的理智之父受到贬抑,并被更受欢迎的后辈取而代之。”^①但是我国的新闻传播学不是这样,而是努力在保留原有基本理论的前提下,吸收包括传播学在内的各种社会——人文科学的成果。该书在这方面的特征是显著的,既保留了相当的新闻学的结构和内容,又继承了传播学广泛吸纳其他学科知识的传统,借助各种学科,例如社会心理学、系统论、符号学、接受美学、数理统计、几何空间理论等等来深化对问题的探讨。

经验主义传播学受美国社会科学研究传统的影响,坚持用自然科学方法解释社会现象的有效性,把科学知识与对知识的道德评价完全区分开来,对各种类型的传播现象进行客观的研究。这本书充分借鉴了这种科学的研究方法,在一些章节创造性地运用了数理统计分析法;但同时又延用了社会的、道德的、逻辑的分析方法。两类研究方法的结合,对于全面、深入地理解论证对象,是必要的。这就如一位传播学者所说:“正是在这个最后要靠价值观来解决的问题上,科学论据就无能为力了。科学只能发现客观上存在什么情况,而不能表示应该存在什么情况。”^②

然而,这样做绝不意味着简单地借用或套用政治术语,多数忠诚于新闻学术的学者们不屑于咀嚼政治套话。从本书的结构和内容看,学术化显然是作者努力追求的目标。新闻学术与政治的关系似乎应遵循这样一种关系:“社会科学家不可能被赋予政策判断方面的全部责任。不过,有责任作出这些判断的政策制定者们

最好还是尽可能地利用行为社会科学所提供的知识。”^③需要补充的是，不仅行为科学（经验主义的传播学属于行为科学派），而且批判学派的许多哲学、社会学、文化学的价值观所体现的知识，同样对政策制定者具有借鉴意义。

早年学习恩格斯的《反杜林论》，对他批评德国学界动不动就建立自己体系一事，记忆犹新，这是德国强大的理论思维传统带来的一种极端现象；而现在我国新闻学界的情况似乎处在另一极端，太缺少新闻学者个人的独特学术体系，基本没有学派，更谈不上学派争论。改变这种状况需要每位新闻学者从自己做起，以科学的态度建构自己的学术体系。对照此前的几本新闻传播学著作，有的是以“新闻的传播”作为论证的逻辑起点；有的将新闻学和传播学的架构并列安排。刘卫东的逻辑起点是“新闻信息”，因而是有其学术特色的。出现不同学术建构是件好事，只要不是单纯追求建构体系的形式，而是努力在某一点上深入耕耘，对于繁荣新闻学是有益的。

这本书考虑的新闻传播的方方面面已经较为详尽了。但我认为，如果单独就当前的网络新闻传播进行论证，而不是作为知识经济的背景情况，可能对现实更有意义，当然这是有难度的。另外，文化背景（包括语言、文字以及对民族思维特征的影响）对于不同民族的新闻传播影响很大，如果能够设专章深入探究，可能会获得较深刻的关于东西方新闻传播差异的认识。这里只是谈谈我个人的希望，不能要求一本书十全十美。注重借鉴和吸收各种社会科学、自然科学知识，努力建构自身的学术特色，提出一些新的观点和研究视角，这是这本书的价值所在。

作者是在家庭遇到重大困难、工作相当繁重的艰苦条件下完成这本书的。为保证论著的质量，研读了各个方面的学术著作，这是需要一定毅力的。既然谈到各种知识对于新闻学研究的意义，我不禁想到“如何写新闻学论文”这个老话题。市场经济的新环境

一时造成人心浮躁，有的人坐不下来，这对于作学问是很有害的。一些被称为“论文”的文章，甚至包括硕士论文，引文没几条，半数还是政治领导人的语录，很少学术性。有的作者对当代中外众多思想家的著作和社会——人文科学的基本著作，甚至连书名也不知道，还在靠诸如“事物都是一分为二的”、“主要矛盾次要矛盾”等中学就学过、已经成了套话的东西显示理论水平，靠生活常识（如果生活常识便是理论，科学就完结了）在推理。这样写来的文章，最多是经验的归纳总结，无法上升到学术理论。各种学科的知识平常就需要积累，只有在大量知识积累的基础上才谈得上创新。

我建议读一读1998年7月11日《人民日报》的报道《香山会议重建学风》，讲的虽然是自然科学，但同样适合于新闻学的研究。中科院院长基金每年资助10名青年学者，但每年一二百申请人中，绝大部分课题没有原始性创新。成思危说，很多年轻人口才不错，有新思想，但大多属于拍拍脑袋想出来的小聪明，没有论据，这就是个学风问题了。而论据需要许多专著，进行广泛的课题检索和调研、分析、论证而来，不是几句套话就可以解决问题的。

马克思的女婿拉法格回忆马克思时说：他的头脑就像一艘生火待发的军舰，只要一接到命令，就会立即驶向任何思想的海洋。这里讲的就是知识积累的效果。我们达不到这个高水平，但是作为新闻学研究者，在本学科领域内，至少遇到问题能够知道到哪里去查找资料，不要头脑一片空白，这总是能够做到的。

革命前辈是在《国际歌》的召唤下投身革命的，“一旦把它们消灭干净，鲜红的太阳照遍全球”。我们这一代是新世界的建设者，这照亮全球的太阳是什么？当然决不能是新的专制、愚民政策和无知、贫困。欧仁·鲍迪埃就此指出：“东方升起了红红的科学这颗太阳。”这一思想来自古希腊哲学家赫拉克利特的名言：“知识

是有学问人的第二个太阳。”^①也就是说，在新的世界和时代，我们需要科学、知识的照耀。让鲜红的科学、知识的太阳照亮新世界，这本来就是革命前辈前赴后继、英勇奋斗的目标。我们一度曾误将革命本身变成了目的，甚至“革”到了科学、知识上，而忘却了这个目标，这个深刻的教训应当永远记取。

1999年2月28日

① Cf. Rogers, E. M: A History of Communication Study, The Free Press, 1994, p. 445.

② 德弗勒等著《大众传播通论》第428页，华夏出版社，1989年中文版。

③ Dennis, E. E: The Media Society, WM. C. Brown Company Publishers, 1978, P29.

④ 薛梦得编纂《中外比喻词典》上册第537页，中国物资出版社1986年版。

序 二

郑秉伏

21年前，我与卫东同走进一所大学读书，成为同窗，成为朋友。四年朝夕相处的时光，他留给我的印象是：无论做什么事，都很认真，严谨，且执著。他总是很友善地带着微笑，几分儒雅连同几分睿智，从他那度数不很深的眼镜后面透露出来，总显得很沉静……我想，是这种性格和气质，能使他在毕业后留校任教的17年光阴里，在生活中不可避免的纷乱、尘嚣与喧闹的氛围里，摒除浮躁，而踏踏实实地教书、写书。因此，这些年当他在他的岗位上不断地取得成就，我除了钦佩外，并不感到惊诧。

将新闻学与传播学二者结合起来研究，或许只有十多年的时间，卫东于此方面称得上是较早的起步者。

1988年，卫东撰写了第一本专著《信息论与新闻》，这是他用系统科学方法研究新闻传播现象迈出的小小一步，该书获天津市社会科学优秀成果三等奖。1994年，卫东出版了第二本专著《新闻摄影基础》，这是借鉴信息论美学和接受美学的有关理论研究新闻传播现象的又一次尝试。从1994年底卫东开始着手本书的写作工作，到1999年初基本成型。

本书是卫东从事新闻学理论研究和传播学教学的成果。它的出版用卫东自己的话说也是他向新闻学术界著名学者、老师学习的结果。如甘惜分、郑兴东、成美、陈力丹、童兵、刘建明、孙旭培、王武录、明安香、徐耀魁、邵培仁、郑保卫等教授。卫东在长期的教学和科研中注意研修他们的学术精华，并有意将其介

绍给他的学生。

在本书的写作中卫东付出了艰苦的努力，在历时近五年的时间里，在繁忙的教学管理（从1995年开始，他作中文系副主任工作，主抓教学和新闻专业工作）工作和教学中，一点点地挤时间，广泛搜集资料。由于工作忙，时间紧，教学任务重，加上家务负担较重（母亲瘫痪卧床八年，父亲行走困难），可以说，是在非常困难的情况下，从事本书写作的，有时是将书稿带在身边，走到哪写到哪，他自己戏称，打一枪换一个地方，在“运动”中写作。但他仍然一丝不苟、严肃认真地研究，力求形成体系较为完整、结构较为严密的框架，尽量少留遗憾。在本书中，卫东将新闻信息作为新闻传播学研究的逻辑起点，以新闻传播学论纲的形式结构全书，共分为十二章，以新闻传播学本体论、新闻传播客体论、主体论、载体论、媒体论、受体论和效果论为主干，试图形成特色。

本书借鉴了多种学科的研究方法，如第三章主体论中引进了人才学理论；第二章引用了系统科学老三论的方法；第七章新闻真实论运用了几何空间理论、统计学、传播心理学等原理和方法，从政治、经济、社会生活、法律和历史等方面对新闻真实作了综合评价；在第九章和第十章，运用社会心理学、系统科学、符号学和接受美学等学科的理论和方法，力求本书的研究和写作变换多种视角，收到了较为满意的效果，具有自己的见解，也有一定程度上的新意。在对新闻失实现象的多维观照中，和对新闻敏感的触发规律与提高等方面借鉴了统计学、传播心理学等原理和方法，提出了个人看法。据笔者陋见，目前国内还未见有此论述。在第六章新闻传播过程论中，除运用上述学科原理和方法外，还对新闻作品的质量和信含量进行了探讨，分析了数理统计方法的特点，提出了度量新闻信息的方法。在新闻传播效果论中，引用了公共关系学理论，提出了如何通过树立良好的社会形象，满足受众“角色期待”的问题，对提高新闻传媒美誉度，加强职业道

德建设,实现良好传播效果的途径进行了有益的探索。

卫东在他的教学岗位上和科研工作中密切关注国内外新闻学研究的最新成果,并注意将其充实到本书中来。目前,在新闻学术理论界,经常从宏观角度把握新闻学理论研究最新动态的老师如陈力丹、孙旭培、刘建明、童兵、王武录等,居于执理论研究之牛耳的地位,如陈力丹先生是大陆第一个倡导研讨符号学以加强传播学基础理论建设的学者,他还倡导并亲自撰写了用接受美学理论研究舆论引导和传播效果的文章;面对国际互联网的快速发展,他发出传播学理论研究要更新的呼吁;特别是《精神交往论》这一宏篇巨著,系统研究了马克思主义经典作家对人类传播现象的分析,可以说是奠定了马克思主义新闻传播学和人类信息交流研究的理论基础。孙旭培先生的新闻法研究,刘建明先生的宏观新闻学和传媒评论学研究,童兵先生对新中国新闻学理论和实践的研究,王武录先生对记者素质、修养及“过人的思想”的培养途径等,皆对卫东构成较大影响,在本书中均有所涉及。在新闻价值论一章中,借鉴了国内学者介绍西方新闻价值研究的新动向,同时,结合我国新闻传播实际提出了新闻价值构成要素的一些新内容。在新闻传媒发展史和现状与未来的预测分析中他也提出了自己的看法,许多观点具有独到之处。

本书还紧密联系我国新闻传播实际,结合当前新闻改革实践中出现的问题,提出了对策性的建议,注意学术研究和实际操作的统一。新闻传播学是一门实践性很强的新兴学科,当然搞研究和教学不能脱离新闻工作实践。卫东在天津日报社做过不到三年的夜班版面编辑,在天津电台协助创办过新闻节目,也做过电台副监制工作。在本书中,他力求在体现学院派宏观、严谨的学术风格的同时,也注重对新闻工作实践者的指导和启发作用,试图使研究的理论能够指导实际工作。如在第六章新闻传播过程论中,对媒体策划实践的分析,知识经济时代对新闻传播工作的影响及

新闻传媒在光电脑控媒面前面临的挑战、未来走势的分析，对我国新闻传媒在市场经济机制下前景的预测等，都体现了卫东有益的探索。我认为，这本书对新闻学术界同行和新闻从业人员具有参考价值。

春华秋实。作为同窗好友，我期待着他更多的学术成果面世。是为序。

1999年2月26日于天津日报社

目 录

序一	陈力丹(1)
序二	郑秉伏(6)
第一章 新闻传播学本体论	(1)
第一节 新闻学与传播学	(1)
第二节 新闻传播学研究的范围与逻辑起点	(9)
第三节 新闻传播学的学科框架	(11)
第四节 新闻传播学的研究方法	(15)
第二章 新闻传播客体论	(27)
第一节 信息的定义与特性	(27)
第二节 信息的发现和认识	(35)
第三节 信息的种类和功能	(37)
第四节 新闻的信息属性	(43)
第五节 信息与新闻之异同	(48)
第六节 新闻信息概念分析	(51)
第三章 新闻传播主体论	(53)
第一节 新闻人才研究	(53)
第二节 新闻人才的本质、基本要素及其分类	(56)
第三节 新闻人才成长的内在因素	(62)
第四节 新闻人才成长的外部条件	(74)
第五节 新闻人才的职业道德与修养	(76)
第四章 新闻传播载体论	(89)
第一节 载体的定义及其相对性	(89)
第二节 符号与信号的关系	(89)

第三节	传播的物理形态——信号载体	(91)
第四节	传播的文化形态——符号载体	(96)
第五节	非语言符号与新闻传播	(103)
第五章	新闻传播媒体论	(113)
第一节	新闻传媒发展简史	(113)
第二节	新闻媒体分析	(123)
第三节	21 世纪新媒体分析	(132)
第六章	新闻传播过程论	(141)
第一节	传播模式与要素	(141)
第二节	捕捉信息与新闻敏感	(145)
第三节	再现事实与信息含量	(164)
第四节	报道事实与媒体策划	(201)
第七章	新闻真实论	(207)
第一节	新闻真实的综合评价	(207)
第二节	新闻真实的内涵	(211)
第三节	几何学和空间理论与新闻真实	(213)
第四节	统计学与新闻真实	(220)
第五节	传播心理误区与新闻真实	(229)
第八章	新闻价值论	(233)
第一节	价值及其特性	(233)
第二节	新闻价值及其特性	(235)
第三节	新闻价值的构成要素	(239)
第四节	新闻价值与新闻政策、新闻法规	(243)
第五节	新闻价值的实现过程	(245)
第九章	新闻传播受体论	(248)
第一节	概念的相对性与受传者的地位	(248)
第二节	新闻受传者分类与特点	(251)
第三节	受传者接触新闻传媒的动机	(255)

第四节	受传者需求心理分析·····	(260)
第五节	受传者接收心理分析·····	(263)
第十章	新闻传播效果论·····	(280)
第一节	传播效果的界定与分类·····	(280)
第二节	系统科学与传播效果·····	(282)
第三节	社会心理学与传播效果·····	(288)
第四节	传播心理对效果的影响·····	(292)
第五节	符号学和接受美学与传播效果·····	(301)
第六节	实现理想传播效果的途径·····	(308)
第十一章	知识经济时代与新闻传播·····	(318)
第一节	知识信息革命与信息化社会·····	(318)
第二节	知识信息革命与人类传播变革·····	(323)
第三节	知识经济时代的新闻传播·····	(326)
第十二章	新闻传媒市场论·····	(334)
第一节	传媒市场化势在必行·····	(334)
第二节	两种体制下传媒运作之异同·····	(335)
第三节	传媒市场现状及对策·····	(336)
后记 ·····		(340)

第一章 新闻传播学本体论

第一节 新闻学与传播学

一、历史性转变与学科超越

1845年,德国学者普尔兹出版了世界上第一本新闻学专著,时至今日,新闻学研究已经历了一个半世纪。然而,自本世纪50年代以来,以微电子和光电子技术高度发展和广泛应用为标志的新技术革命,在给人类社会带来巨大冲击和震荡的同时,也为传统的新闻传播技术领域注入了新的活力。继广播和电视之后出现的新一代多功能大众传媒,使文字、语言、图像、视像、数据等人类信息的核心媒体,进入了电子与光电子运作的领域,同时,卫星电视技术的广泛使用,使传统的新闻学研究从对象到内容、从基本概念到相关术语都面临新的变化。以新闻传播技术这一历史性变革为特征的传播实践,呼唤传统新闻学向更高的学科层次发展。

为适应新闻传播和社会信息交流需求量日趋增长的客观现实,经过半个多世纪各国学者的努力探索,一门集心理学、社会学、政治学、语言学以及系统科学(信息论、控制论、系统论)等多学科研究成果的新兴交叉学科——传播学及其分支学科大众传播学逐步建立起来。随着各国学者研究的不断深入,传播学的理论体系和应用开发研究日趋完善。自60年代以来,工业发达国家的大学纷纷创建传播或大众传播(也叫公众传播)学院和系(专业),原有的新闻学院、系也改名为传播或大众传播学院(系)。1991年,创建40年之久的“日本新闻学会”正式改名为“日本大众传播学会”。两年之后,美国政府公布了关于建立“国家信息基础结构”(National

Information Infrastructure),即俗称的“信息高速公路”的决定。其后短短4个月,这一举措在世界范围内引起强烈反响。工业发达国家相继推出发展“21世纪信息高速公路”战略。在大众传播和新闻信息传播与其它各种社会信息通讯相互融合趋势愈来愈突出的情况下,日本东京大学大众传播研究所又于1992年4月1日改名为“社会信息研究所”,以适应“信息化社会”传播发展的需要。这一系列重大举措突出地反映了当今世界新闻学正在向传播学发展的历史趋势。

新闻学向传播学的历史性超越,有其自身学科发展和研究内容与方法不断变化等原因。

首先,新闻传播媒介不断更新并迅速发展,使社会信息传播结构和方式发生了根本变化。这是基本动因。

纵观新闻媒介发展史可以看出,人类传播技术发展经历了传统的报纸媒介、近现代无线电广播和电视三次飞越,完成这三次飞越的周期越来越短。近代报刊经历了大约三百多年历史才出现广播技术,从广播问世(1920年匹兹堡KDKA电台)到电视开播(1936年BBC)仅经历了十几年时间。50年代人造卫星的发射,继而是以电子计算机为核心的新技术革命,完全改变了人类信息传播的时空观念,它不仅极大地提高了信息传输的速度,在信息制作的数量和质量上也有了显著的变化。随后,80年代高清晰度电视、有线电视、卫星直播技术以及高速信息网的出现,使传统的电视“广播”交流方式进入到以家庭和个人多功能光电脑终端为特征的电视“窄播”阶段。这样,以近代报纸出现为标志的传统的新闻事业内涵,有了根本变化。新闻传播事业所有这些巨大变革,很难再用新闻学的传统概念术语加以包容。从20年代开始,一个包括报纸在内、有广播电视等多种媒介的大众传播概念逐渐形成。可以说,在单一的报业实践中产生了“报学”;广播的出现诞生了“新闻学”;当电视面世之后,又开始进入传播学或大众传播学研究新时期。甚