

XINWEN CHUANBOXUE

新闻传播学

● 黄旦 著

(修订版)



浙江大學出版社

G210

H755

(修订版)

XINWEN CHUANBOXUE

新闻传播学

● 黄旦 著

浙江大学出版社

新闻传播学

(修订版)

黄旦著

责任编辑 朱绍秦

* * *

浙江大学出版社出版

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

浙江大学出版社电脑排版中心排版

浙江上虞印刷有限公司印刷

浙江省新华书店经销

* * *

850mm×1168mm 32 开 10.25 印张 258 千字

1997 年 9 月第 2 版 2001 年 1 月第 8 次印刷

印数: 24501—29000

ISBN 7-308-02611-6/G · 368 定价: 12.00 元

序

宁树藩

近几年来,我有个想法,认为新闻学可分两类:一是以新闻传播为研究对象而形成的,这可说是本来意义上的新闻学;一是以报纸等新闻媒介的活动为研究对象而形成起来的,无以名之,姑称之为广义新闻学。后者包括前者,但内容要广泛得多:它所研究的已不止是新闻而扩及言论、副刊、广告和报业管理等方面了。要强调的是,前者是核心,是基础,失去前者就不成其为新闻学了。可是,长期以来,对新闻的研究不被重视。历史上,当新闻学作为一种专门学问出现时,其内容实为广义新闻学,对新闻的研究,往往置于次要地位,像我国第一本新闻学译作松本君平的《新闻学》和我国人自著的第一本新闻学著作——徐宝璜的《新闻学》均是如此。尤其值得深思的是,当人们对新闻进行探讨的时候,也往往只着眼于如何应用,而对于它的实质及其自身运行规律,则甚少深究。其实,对一事物,如果不真正了解它,也就不能有效使用它。改革开放以来,情况有所改变。但是,积习深远,需要做的工作还是很多。现在,当我看到黄旦同志精心写作的、致力于探讨新闻传播基本规律的《新闻传播学》这一专著时,喜悦之情,自可想见。

本书是在对论题进行了深沉思考的基础上写成的,其精要之处,在于始终清醒地以信息观念来考察新闻,揭示新闻是事实的信息这一特质,并紧紧抓住这一核心问题,从多个方面对新闻传播活动及其各种表现进行科学剖析,提出不少新见解,给人启发。可以

说,在打倒“四人帮”以前,还没看到我国新闻学论著把新闻作为一种信息来研究的。近年来承认新闻是一种信息的人越来越多了,也看到一些颇有价值的论述。不足的是,不少论著对问题探讨不深,论证乏力;更多的是,不能运用这一正确的认识,回答新闻学研究所提出的有关问题,那种在同一论著中自相矛盾的现象,也是屡见不鲜。目前我国新闻学领域所存在的某些混乱表现(如将“新闻”主观化的倾向),和我们对新闻传播的基本理论研究工作薄弱是有密切关系的。加强这方面的研究,实为一项迫切任务。本书的问世,正适应这一需要,是我国新闻出版界一项可喜的收获。

分析细微,逻辑严密,材料丰富,例证有力。一些看来抽象枯燥的问题,被讲得娓娓动听,引人入胜,我是兴致盎然地读完全部书稿的。写作上的成就,在于作者对问题钻得深,道理想得透,理顺而后文畅,今昔皆然。过去有人说,新闻理论论著最难吸引人看,看来这是没有根据的。

我们看到,本书积极运用传播学等西方学术思想为自己的研究服务,取得了良好的效果。马克思主义本是开放性的,它不断以人类优秀的科学成果来丰富自己,从而显示出无限生命力。前面曾经谈过,由于历史的原因,我们对新闻传播的自身规律研究不足,而传播学在这方面的研究中却取得不少成就,吸取传播学的有用知识以开展新闻学的研究,我想是很有必要的。近年来,我国新闻学界,在借鉴西方学术成果方面已做了不少有益的工作,活跃了研究空气。但也出现一种不顾实际情况、生搬硬套的偏向。有的更是满纸新名词、新术语、新概念,意旨不明,读懂也困难,求以此来推动我们的新闻学研究,怎能办到?!这是事物发展过程中难以避免的现象,不足为怪,在经验积累之后是不难解决的。

本书还有专章论述近年来新闻学界所讨论的一些热点问题,很有启发性,我也很爱读。其中关于新闻真实性问题,我思考得特别多。对于“本质真实论”我早有不同意见,可是一直没有写文章。

现在看到书中的有关评析,我深表赞同,一些原来我没有考虑到的地方书中写出来了,可见作者是想得很周到的。不过我认为,新闻真实性确是颇为复杂的论题,要完全讲清楚实也不易,看来讨论还会继续下去。我想,如果确立一个可以检验的真实性的标准,再说明一下新闻真实性的根本含意是什么(不要把不同性质、不同范畴的问题纠缠在一起),对推动问题的解决也许是有帮助的。

新闻传播的研究领域是很宽广的,一本书不可能全部包容,但一些最主要的内容均已有论及。这部分内容是新闻学科理论学说的基础和领头部分,写好这一部分,可以带动其余。我热烈期待着一部新论著的问世。

一九九四年九月

于美国圣路易斯

前 言

新闻传播是一种社会现象，这在我们的新闻学论著中早有定论。问题是，究竟该如何认识这一现象。

我们一贯主张并坚持劳动生产是新闻传播产生的根本原因。劳动需要合作，进行合作需要交流信息，于是出现了新闻传播。正是在这一基点上，揭示了劳动——社会关系——新闻传播之间的因果关系：社会生产力越发达，社会关系就越密切，社会对新闻的需求就越大，新闻传播自然就越发展。从而于发生学的角度，为新闻传播的产生和发展，奠定了科学的理论基础。然而，上述视眼无疑是以社会为立足点，新闻传播首先被视为一种社会交往活动，突出其与社会之关系，即社会性。因此，当我们正确地看到新闻传播与社会发展同进退共消涨时，没有进一步思考或者说忽视了新闻传播的另一个层面——即它的人际性。新闻传播说到底，还是人与人之间的交往，是人与人之间获取并交流新情况、新信息的一种活动。

“人的本质并不是单个人所固有的抽象物。在其现实性上，它是一切社会关系的总和。”^①对于马克思的这句话，我们非常熟悉，并习惯于以社会关系，即通常所谓的人们在共同活动过程中所结成的以生产关系为基础的相互关系来观察、分析包括新闻传播在内的人类各种活动。这无疑是十分正确的。但是，我们对社会关系是依靠人际关系所存在、所显示这一点，却很少提起，因此马克思的下面这段话，“正是个人相互间的这种私人的个人的关系、他们

^① 《马克思恩格斯选集》，中文本第1卷第18页。

作为个人的相互关系，创立了——并且每天都在重新创立着——现存的关系”^①，并没有引起太多的重视，更未见有人从这一角度对新闻传播作一番探究。其实，只有坚持双重视眼才是全面的。一方面，我们要坚定不移地坚持人和人的各种活动，都要受到各种社会关系的制约，因而人际关系也理所当然“是社会关系中一个特殊关系的‘类’，它产生于每一种社会关系之中，而不是社会关系之外”^②。人际关系不可避免地要反映出各种社会关系对其所产生的作用；另一方面，我们同样要坚持，人际关系并不直接等同于一般的社会关系，它是社会关系安身之基础。社会关系是在具有个性特点的人际关系中得以实现，是在具体的个人交往中，在人与人的相互作用中得以存在。没有人际关系也就没有社会关系。因而，从社会关系看，人际关系是其真正的实在图象，是社会化了了的“人”；从人际关系看，这实在的图象又无不打上个人的烙印，是个性化了的“社会关系”。正因如此，在人们的一切社会活动之中，包括在新闻传播活动之中，参加者“仿佛是以双重身份出现的，既是非个性的社会角色执行者，又是独特的人的个性”^③。如果上述看法并无大错，我们可以下如是的结论：新闻传播具有社会与人际的双重性。

正是出于这样的思路，本书分为上、下两编。上编主要着眼于作为社会交往的新闻传播活动，试图勾勒出其起源、演变、发展以及与社会之关系、作用等等。下编则把新闻传播置于传、收双方获取新闻、达到共享的过程中加以认识，逐次讨论构成新闻传播的诸个要素，力图尽力突出新闻传播过程中的人与人交往的特点和规律。

这样的框架体例与我们传统的新闻学论著有较大的区别。我

① 《马克思恩格斯全集》，中文本第3卷第515页。

② 安德烈耶娃：《社会心理学》，中译本第73页，上海翻译出版公司1984年版。

③ 同上书第75页。

们历来重视从社会体系的层面,尤其是从政治学的角度,把新闻媒介机构作为主要的研究、分析对象。在改革开放前,新闻理论基本上是党的新闻机构理论。“文化大革命”结束后,研究视野有所扩展,从机构推移到新闻本身,于是有学者提出,新闻学是事学。由是构成了新闻、新闻事业、新闻工作的基本体例。这样的研究其重要性是不言而喻的,也取得了很大的成果。但是,研究角度的单一,也使新闻学研究的进一步深入受到阻碍。正如我们前面说过的,新闻传播在本质上还是人与人的交往活动。因此,人际层面的研究同样是新闻学的重要内容。在这个意义上说,新闻学不仅是机构学、事学,还应是人学。

这样的框架体例亦与西方传统的新闻传播研究不同。西方的新闻传播研究,尤其是美国,虽然起初是从社会学、历史学、政治学的角度切入,但随着研究的深入,特别是当传播学的兴起与推开,则大体上限于传播过程的研究。到了80年代,除了“对受众的效果和使用媒介的关注,在这个国家里几乎没有什么正在进行的新闻研究课题”^①。于是,各种实验、调查越做越多,微观上的研究越来越细,其长处是人际传播的特点、规律等了解得越来越多,但传播本身与社会之关系,传播作为社会交往的特征、规律等却遭到了有意无意的冷遇,“忽视了社会‘大图象’,忽视了长期或大规模的社会力量会关系到人们受大众传播影响的可能性”^②。最后不免陷入困境。于是西欧的批判学派开始受到重视,不少学者正重新梳理研究层次,试图把更多精力置于社会与社会体系的层面展开研究。至于前景如何,尚待拭目观望。

本书附编的设置,看起来似与全书体例不谐,因为其内容本都

① 韦弗、格瑞:《美国新闻学与大众传播研究——过去、现在和将来》,载1980年的《大众传播评论年刊》。

② 梅尔文·德弗勒等:《大众传播学诸论》,中译本第336页,新华出版社1990年版。

完全可以纳入到上、下编之中去。之所以如此安排，乃是考虑到这几个问题不仅颇具中国特色，而且无论是对于理论本身抑或实践工作，均具有重要意义，不可使之淹没于其它内容之中，以此突出其特殊重要性。

视野不同，体例有别，本书对常有的作法难免会有所突破：比如它会涉及到他人所没有涉及过的内容，而对于某些传统认为不可缺少的东西也许会舍之不用。至于在论述中，则又难免有一些与现成观点不完全一致的认识。笔者的这些认识及作法，可能会引起不同的见解或争论。但我以为，如果不要求一本书面面俱到、包容万象，不要求学术观点定于一尊不可改变，那么，无论是笔者的探索还是师长学友们的争论，都将有益于新闻学的发展。任何一门学科，都是在众多学者从各种角度、层次的研究和探讨中逐渐走向丰满与成熟的。从这个意义上说，本书非但不敢妄称为成熟之作，如能起到点抛砖引玉的作用，则已是大喜过望了。

目 录

序	宁树藩
前言	

上编:作为社会现象的新闻传播

第一章 新闻传播的起源	(3)
第一节 什么叫新闻传播活动	(3)
第二节 新闻传播与人类社会同时产生	(7)
第三节 新闻传播产生于人类社会生产的需要	(12)
第二章 新闻传播的发展	(17)
第一节 新闻传播诸要素的发展	(17)
第二节 新闻传播模式的变化	(26)
第三章 新闻传播的新时代——新闻事业阶段	(33)
第一节 新闻事业与一般新闻传播活动的区别	(33)
第二节 新闻事业的产生	(37)
第四章 新闻事业的基本特征	(48)
第一节 新闻事业的组织特征	(48)
第二节 新闻事业的活动特征	(58)
第五章 新闻事业的社会功能	(65)
第一节 联系沟通——新闻事业的基本功能	(66)
第二节 联系沟通功能的具体表现	(70)
第三节 舆论引导等诸种作用	(73)
第四节 不断变化 有所侧重	(80)

第六章 控制——社会对新闻事业的作用	(84)
第一节 社会控制的涵义	(84)
第二节 产生社会控制的原因	(87)
第三节 控制者和控制手段	(90)
第四节 社会控制的效果	(97)
第七章 新闻自由	(100)
第一节 新闻自由的涵义	(100)
第二节 新闻自由口号的源起及发展	(102)
第三节 资产阶级新闻自由的实质	(106)
第四节 关于社会主义新闻自由的几个问题	(111)
第八章 新闻传播的发展规律	(117)
第一节 新闻传播的发展是积累发展	(117)
第二节 新闻传播的发展是整体水平的发展	(119)
第三节 新闻传播与社会同步发展	(122)

下编:作为传播过程的新闻传播

第九章 什么叫新闻传播过程	(129)
第一节 构成新闻传播的基本要素	(129)
第二节 新闻传播过程是相互制约的过程	(132)
第三节 新闻传播过程是信息分享的过程	(135)
第十章 新闻	(139)
第一节 新闻的产生过程	(140)
第二节 定义的最一般分析	(143)
第三节 新闻的特性	(147)
第十一章 新闻价值	(158)
第一节 新闻价值的涵义	(158)

第二节	新闻价值的本质·····	(160)
第三节	新闻价值要素与新闻价值评价·····	(166)
第四节	不同的新闻价值观·····	(171)
第十二章	新闻传播者·····	(180)
第一节	新闻信息的选择者·····	(181)
第二节	新闻受众的服务者·····	(186)
第三节	严格自律的职业传播者·····	(192)
第十三章	大众媒介·····	(199)
第一节	大众媒介的发展及一般特征·····	(200)
第二节	大众媒介在传播过程中的作用·····	(204)
第三节	媒介的发展及协调·····	(209)
第十四章	新闻接收者·····	(215)
第一节	新闻接收者涵义的历史演变·····	(215)
第二节	新闻接收者的地位及作用·····	(222)
第三节	新闻接收者与新闻传播效果·····	(229)
第十五章	新闻传播过程规律·····	(235)
第一节	追求尽可能大的新闻流通量·····	(235)
第二节	追求尽可能高的新闻价值·····	(237)
第三节	追求尽可能多的相近性·····	(239)

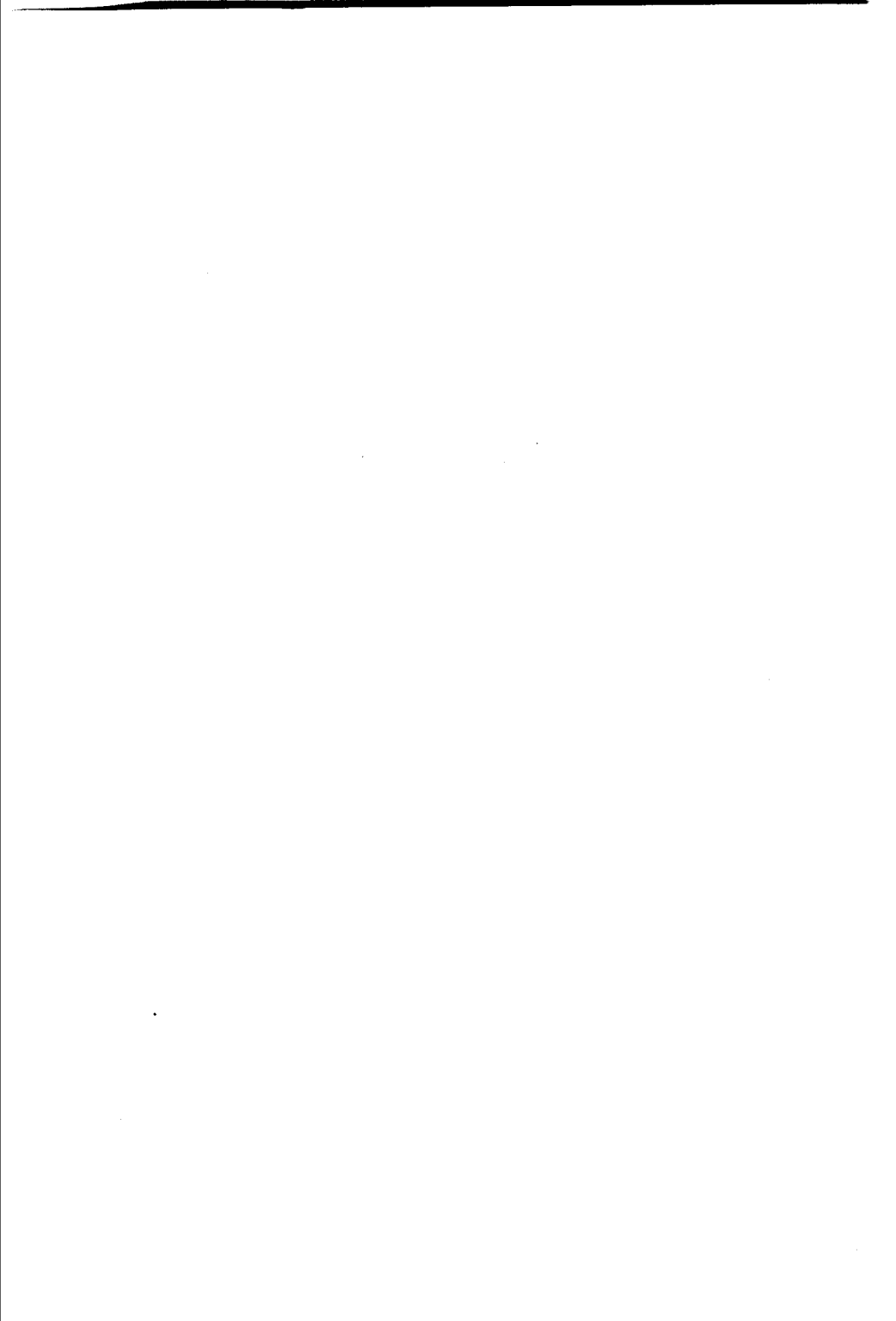
附编:我国新闻理论中的几个基本问题

第十六章	新闻真实理论·····	(243)
第一节	中国共产党新闻真实思想发展小史·····	(243)
第二节	新闻真实概念的涵义·····	(246)
第三节	全面——达到新闻真实的方法·····	(251)
第四节	有关新闻真实性的两个问题·····	(254)

第十七章 我国社会主义新闻事业的党性原则	(261)
第一节 党性与党报党性.....	(261)
第二节 党报党性原则内容的历史发展.....	(265)
第十八章 新闻传播的指导性	(275)
第一节 指导性理论的历史回顾.....	(275)
第二节 目前对指导性概念的理解.....	(279)
第三节 指导与服务.....	(282)
第四节 指导性中必须注意的几个问题.....	(290)
附录:本书主要参考书目	(294)
后记	(297)
修订版后记	(299)

上 编

作为社会现象的新闻传播



第一章 新闻传播的起源

新闻传播的起源是一个不易说清的问题。年代的久远和第一手资料的缺乏,使问题的解决往往难免要建立在逻辑推理和合理想象的基础上,这不仅导致了某些阐释上的含混不清,也造成了观点的分歧。其实这也并不是新闻学中所独有的现象,其他一些社会科学同样如此,“鸡”与“蛋”的哲学命题给众多的研究者带来了困扰。然而,起源问题又是无法回避的。它对于我们理解整个新闻传播的发展,理解当代新闻传播活动的变迁与趋势,其重要性都是不言而喻的。至于它在本书框架中所具的特殊地位,更是无需指点也可以一目了然的。

在这一章中,我们将按次展开三个问题的讨论,即:什么叫新闻传播,它产生于何时及它的发展和成熟。不敢说能比别人做得更好,但我们力求做出自己的解释。

第一节 什么叫新闻传播活动

要讲清新闻传播的起源,首先要了解什么叫新闻传播活动。

新闻传播活动,就是人们之间相互进行的获取新情况、交流新信息的社会传播活动。

这个定义与目前国内新闻学论著中的“新闻活动”概念类似。这不难理解。因为所谓的新闻活动,实际就是新闻传播活动。尽管