



国家级重点教材

20世纪新闻传播学系列教材

外国新闻传播史

JOURNALISM & COMMUNICATION

郑超然 程曼丽 王泰玄 著



中国人民大学出版社

国家级重点教材

21 世纪新闻传播学系列教材

外国新闻传播史

郑超然 程曼丽 王泰玄 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

外国新闻传播史/郑超然等著.
北京:中国人民大学出版社,2000
21世纪新闻传播学系列教材

ISBN 7-300-03324-5/G·636

I. 外…

II. 郑…

III. 新闻工作-文化史-世界

IV. G219.19

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 67995 号

国家级重点教材

21世纪新闻传播学系列教材

外国新闻传播史

郑超然 程曼丽 王泰玄 著

出版发行:中国人民大学出版社

(北京海淀路 157 号 邮编 100080)

发行部:62514146 门市部:62511369

总编室:62511242 出版部:62511239

E-mail:rendafx@public 3. bta. cn

经 销:新华书店

印 刷:北京市丰台丰华印刷厂

开本:787×980 毫米 1/16 印张:34.75

2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷

字数:627 000

定价:39.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

《21 世纪新闻传播学系列教材》编委会

主 编 方汉奇

副主编 (按姓氏笔划排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵



总序

20世纪以来的一百年，是世界新闻传播事业飞速发展的一百年。这一百年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视和互联网网络相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治经济和文化的影响，则变得越来越大。

这一百年，也是中国新闻事业飞速发展的一百年。其中最后的二十年，即改革开放以来的二十年，发展得尤为迅猛。综合有关部门发表的统计数字，截至本世纪的最后一年，全国已有公开发行的报纸两千一百种，通讯社两家，广播电台一千二百座，有线和无线电视台三千多座。其中，报纸年出版总数达到一百九十五亿份，广播人口覆盖率达到88.2%，电视人口覆盖率达到89%，电视受众超过九亿。与此同时，全国各类新闻从业人员的总数，也已超过五十五万人。这样大的发展规模，这样快的发展速度，在世界和中国新闻事业史上都是空前的。现在已经是世纪之交，回顾既往，盱衡未来，新闻传播事业在即将到来的21世纪，还将会保持着旺盛的发展势头。新闻传播，作为上层建筑、意识形态的一个重要组成部分，在全面准确地宣传党的基本理论、基本路线和基本方针以及各项决策，反映人民群众的伟大业绩和精神风貌，以及推动改革开放和社会主义现代化建设等方面，必将继续发挥着重要的导向作用。

与新闻传播事业的发展相配合，这一百年来，为中国的新闻战线培养和输送人才的中国新闻教育，也有了相应的发展。中国的新闻教育起始于本世纪初叶，

有八十多年的历史。新中国成立前的三十年，虽然先后在个别院校中设立了新闻系或新闻专科，但规模都不大，设备也不够完善，在校学生的人数，最多的时候不超过四百人，三十年间累计培养出来的毕业生人数还不到三千人。新中国建立后，为了为新中国的新闻事业培养人才，新闻教育继续有所发展，但到60年代中期为止，全国的新闻教育机构也还只有十四家。当时全国共有三百四十三家报社，七十八座广播电台和十三家电视台，新闻系和新闻专业的学生统招统分，勉强能够满足中央和省市以上新闻单位人才方面的需求。“文化大革命”爆发后，这一发展被迫中断。中国的新闻教育得以重振旗鼓并得到空前迅猛的发展，主要还是改革开放以来二十年来的事情。这二十年来，中国新闻教育的发展和新闻事业的发展完全同步。截至1999年，全国设有新闻学类院、系、专业的高校已由改革开放之初的两三所，增加到六十所以上，专业点已超过一百个。专业教育体系已从单一的本科教育，发展到博士生、硕士生、本科生、大专生、成人教育等多层次的格局。改革开放之初，全国在校的新闻系科学生总共只有五百来人，现在仅本科生就有六千人，加上大专生和研究生接近一万人。二十年来向新闻单位输送的毕业生，累计也已超过三万人。办学层次，办学规模，办学水平，都有了很大的提高。在世纪之交，新世纪的蹀蹀足音已经十分临近的时刻，随着新闻传播事业的加速发展，随着新闻战线人才需求的不断增加，在可以预见的将来，中国的新闻教育肯定还将会有更大幅度的发展。

一般说来，新闻教育质量的高低，起决定作用的，主要是两个因素：一个是师资，一个是教材。两者之间，教材的作用更大。这是因为，师资的多少和良窳，往往受办学主客观条件的限制，而教材只要一旦完成，就可以直接惠于学子，风行四海，无远弗届。进一步说，一部好的教材，不仅可以满足教学的需要，培养出一大批人才，而且还可以同时拥有很高的学术含量，推动新闻学研究的发展。1919年出版的徐宝璜的《新闻学》，1927年出版的戈公振的《中国报学史》，就是这方面的很好的例子。两书都是作者在高等学校从事新闻学和新闻史教学时，作为教材编写出来的。出版之后，立即引起世人的关注和推崇。几十年来，一再重版，历久不衰，至今仍然是公认的新闻学和新闻史方面的传世之作。正因为这样，新闻教育的前辈们，历来十分重视教材的建设。新中国成立初期的十来年，坊间出版的新闻学方面的书籍，绝大部分都是教材。改革开放以后，新闻学研究空前繁荣，新闻学方面的书籍大量问世，但教材仍然在其中占了很大的比重。这些教材，覆盖了新闻学的方方面面，经过出版家和众多作者们的长期努力，门类和品种基本配套齐全，曾经为同时期的新闻教学作出过重要的贡献。但是，随着时间的推移和新闻工作实际的飞速发展，这些教材的体例日显陈旧，观

点和内容也亟待调整和更新。一些属于学科前沿和科技含量较高的新开课程的教材，尚付阙如，使现有的教材，出现了不少缺口。21世纪即将到来之际，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识。

呈现在读者面前的就是这样的一套系列教材，她将涵盖新闻学、传播学两个学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。负责编写工作的，是中国人民大学、复旦大学、北京广播学院等校长期从事新闻传播学方面教学与研究工作的教授、副教授，其中有相当大的一部分人，都是相关学科的学术带头人，堪称一时之选。收入系列的教材中有国家级重点教材，有部级重点教材，其他也都是经过严格筛选的精品，所以，这套系列教材的质量是有保证的，她的权威性也将会得到社会的认同。

21世纪是一个高度信息化的时代，是信息经济和知识经济占主导地位的时代。信息经济和知识经济有两大支柱，一是以高新科技为代表的传播技术产业，二是从事新闻和信息产品生产的媒体产业。新闻传播学作为将这两大领域有机联结的桥梁，在今后的国家建设和社会发展中必将发挥越来越重要的作用。中国人民大学出版社经过精心策划，隆重推出这套系列教材，是具有高度的前瞻性和战略眼光的。在这里，我谨代表编委会和全体作者向中国人民大学出版社表示由衷的感谢。

新的世纪即将到来，中国的新闻传播事业和新闻教育事业都将有一个大的发展。这批系列教材的问世，将会为新世纪新闻传播事业和新闻教育事业的发展和繁荣，为新世纪新闻传播人才的培养，作出她应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

1999年9月20日于中国人民大学林园



序 言

中国人民大学新闻学院郑超然、程曼丽、王泰玄教授撰写的《外国新闻传播史》出版了，除了祝贺外，我想就学习外国新闻传播史本身说几句话。

一位历史学家说过，人人都是他自己的历史学家。其意思是：每个人都必须知道自己是何人、从何处而来、去何方或做什么，否则就不能做任何事情。如果一旦早上醒来失去了记忆，一定会不知所措，原因就在于他失去了自己的历史。而当一位新闻工作者完全不知道本行业的历史（许多行业的知识其实就是由历史构成的），也会出现类似情况，他不知道什么是新闻，也不会抓新闻。现在的问题是，许多新闻工作者知道一些新闻业的历史，但较肤浅，一般地写写新闻还过得去，若涉及本行业的一些规律性问题，则会由于缺乏行业史知识而出现偏差。例如当我们进入社会主义市场经济的新环境，一些记者忽然发现隐性采访、体验式采访十分有效，或者媒介参与事实的进程很能为媒介本身的形象增光，于是就写文章论证这些东西如何是一种新事物，评价极高。其实，如果学了一点外国新闻传播史就会知道，这些做法一百多年前发达国家的新闻业都实践过，并非成功了就是十全十美的好，其中有经验也有教训。在这个意义上，新闻业的历史知识越丰富，面对现实的新闻工作就越自由（哲学意义上的），可以少走弯路。特别对于像我国这样的发展中国家，借鉴发达国家新闻业的历史经验，尤其具有现实

意义。

新闻业的发展历史能够告诉我们些什么呢？我想起码有两点启示。

首先，全球性的市场经济的发展，是推动现代新闻业发展的基本动力。如果没有现代世界市场和世界交往，现代新闻业是不可相象的。

在以意大利为中心的古罗马帝国，建立在奴隶劳动基础上的局部市场经济，曾经造就了古罗马十分发达的公共信息传播系统。罗马帝国灭亡，这种经济形态一旦消失，当时最繁忙的信息传播系统便顷刻瓦解，随之而来的是一千年中世纪的沉寂。中世纪末期意大利处于地中海贸易的中心，因此也就再次成为欧洲信息传播的中心和欧洲文艺复兴的摇篮，然而全球性的地理大发现使得局部的地中海贸易转向全世界，意大利第二次失去信息传播中心的地位。三百年后，只是随着现代市场经济在意大利的重新出现，新闻业才逐渐在该国得到发展，但这时意大利的新闻业已远远落后于主要的工业国家。也只是在近二十年中，意大利新闻业才基本摆脱政党报刊时期的特点，较全面地进入市场经济的运行轨道。

无论是出现现代新闻业的萌芽，还是从欧洲封建社会末期的王权报刊转变到政党报刊，从资产阶级取得政权后的政党报刊转变到大众化的商业报刊，以及通讯社的建立、广播电视业的普及、因特网传播的推进，其基本的动力始终是市场经济的发展，它顽强地为现代新闻业的发展开辟着道路。

政治斗争的需要会造就一定的社会对于政治信息的需求，但是不会持久地拥有最广泛的社会性市场。英、法、德、日等国新闻业发展历经波折，都是在新闻业全面进入市场经济以后才最终稳固地发展起来。亚太、非洲、拉美的现代新闻业，也是在市场经济向全球的推进中产生的。对新闻信息的社会化需求，只能来自市场经济，而不可能来自其他经济形态。

其次，新闻自由政策的实行，需要各种综合条件，例如较完善的市场经济环境，政治、文化历史中的民主政治传统，公众和领袖人物基本的民主政治素养等等。否则，新闻自由只能成为频繁的政治事变的直接牺牲品。

巴西早在帝国时代就由皇帝给予了新闻业相当的自由，墨西哥 1824 年第一部宪法也规定了新闻自由，但是由于频繁政变中的政治领导人无视这种自由权利，公众对于这种自由也没有真正的了解和迫切的需要，新闻业历经数百年的磨难，直到现在新闻自由才初步有了实行的经验。为此，这些国家的新闻业付出的代价实在太大了。

法国自《人权宣言》后近一百年，由于政治、文化传统（特别是法国启蒙家卢梭的一些悖论对后世的影响）、市场经济条件的不完善和当权者的民主政治素养，新闻自由只表现为一些仁人志士的理想。第二次世界大战中法西斯主义的新

闻政策得以横行，其中有经济萧条民众寻求出路的背景、民族的黩武传统，同时更重要的是公众崇拜克里斯玛（charisma）人物的心态支持着法西斯主义新闻观拥有了市场。一旦这种新闻观占据主导地位，形成了政治军事的高度集权，即使多数人后来意识到需要改变，然而改变本身则需付出极大的代价。法西斯国家的新闻业因此走过的曲折道路，教训值得深思。

基于历史经验，在法律确立信息自由流通的前提下，衡量一个国家或地区实行某种形式的新闻政策是否符合时代的要求，需要综合考察其政治历史传统、经济形态、公众和领袖人物的民主政治素养等等。历史上一些发展中国家新闻业的情形，有的似乎超前了些，现实中滞后的似乎多一些。从最近数百年新闻政策发展变化的历史看，实现自由的信息流通的政策是不可逆转的，这里所谈的是如何以较小的代价较顺利地实现它。

也许会有不同看法，那么我们共同学习外国新闻传播史，更多地领会这个世界已经须臾不可缺少的行业走过的历程，讨论中一定会有更好的理解。

陈力丹

1999年7月14日



前 言

1997年，国务院学位委员会决定将新闻传播学提升为一级学科，下有新闻学和传播学两个二级学科。与此相适应，我们将本书的书名定为《外国新闻传播史》。

本书共计八篇，二十四章。第一篇为总论，综述人类传播活动的发展进程；第二篇至第七篇，分述各洲各国新闻传播事业的历史，重点介绍了英国、法国、德国、意大利、俄国、美国、日本、印度、巴西及埃及等在世界上具有一定影响的国家，而每个国家，均包括报纸、杂志、通讯社、广播电视的创始、发展、现状及趋势；第八篇介绍了关于世界新闻传播新旧秩序的论争。

本书第二篇至第七篇按国别分述，原因有二：（1）于历史来讲，各国的新闻传播业有着各自的发展规律，这种规律与各国的政治经济变化息息相关。按国别叙述，有利于准确把握各国的政治沿革及经济变化，更重要的是，在这宏观的历史背景下，新闻传播业的发展才有可能得以准确的反映。因此我们说，按国别构架世界新闻史，有利于真实客观地纪录历史，并防止人为地割裂历史。（2）于读者来讲，新闻传播史基本上由新闻事件、新闻人物、新闻媒体及新闻制度等构成。一个重要的新闻媒体往往有着较长的历史沿革，有较多的历史变迁，并有可能贯穿该国新闻业发展的几个阶段，集中在一章（一个国家）进行叙述，能达到

叙述完整、清晰的目的，这对初学者尤为重要。媒体发展史如此，新闻制度史等亦然。

当然，各国的新闻传播业也存在着许多共同点，有着类似的发展规律，比如说，英、法、美三国的近代报业都经历了资产阶级革命时期、政党报纸时期、廉价报纸时期三个阶段，并且每个阶段有着类似的表现形态。如果仅仅按国家逐个地写，在同一时期不作横向的比较，不作相对理论化的概括，那将难于勾勒外国新闻传播史的宏观发展轨迹，也不利于读者了解外国新闻传播业的全貌。正因为如此，本书在总论部分按照世界新闻传播业的总体发展规律，在各国之间进行分析、比较及综合，分五大媒体进行一贯到底的叙述。

此外，本书命名为《外国新闻传播史》的原因在于，它突破了传统的新闻研究框架，试图把新闻传播的历程和各种媒介的沿革过程放置于整个人类社会的发展历史当中加以考察，从宏观的社会视角剖析新闻传播与政治体制、经济结构、文化背景、社会环境的关系。我们试图达到这样一个目的，即了解了新闻传播的历史后，对人类社会的发展历史也能有所掌握，而不是简单地局限在行业史的范围内。

仅以如上文字，作为本书即将付梓之际的一些说明。

作者

1999年8月



目 录

总 论 篇

第一章 口语传播	3
第二章 文字传播	7
第三章 印刷传播与通讯社	11
第一节 印刷传播的产生	11
第二节 近代报刊的发展	14
第三节 新闻通讯社的产生与发展	24
第四章 电子传播	30
第一节 广播的产生和发展	30
第二节 电视的产生和发展	32
第三节 广播电视的现状	35
第五章 国际互联网传播	38
第一节 国际互联网的产生和发展	39
第二节 互联网传播的属性和特点	40
第三节 互联网对新闻传播活动的影响	43
第四节 互联网发展的趋向	47

欧 洲 篇

第六章 英国的新闻传播事业	53
第一节 早期报业与封建压制	53
第二节 资产阶级革命中的报刊	57
第三节 资产阶级革命后的报刊	63
第四节 乌托邦主义和工人报刊的发展	74
第五节 20 世纪前期的报业演进	82
第六节 二战后的报业发展	92
第七节 通讯社	100
第八节 广播电视事业	105
第七章 法国的新闻传播事业	109
第一节 封建统治压制报业发展	109
第二节 启蒙思想的传播	112
第三节 报刊在资产阶级革命风暴中发展	113
第四节 大革命后的报业	120
第五节 廉价报刊的兴起与发展	125
第六节 第一次世界大战与报业	128
第七节 两次大战之间的报业演进	129
第八节 第二次世界大战与报业	133
第九节 二战后报业的发展	135
第十节 通讯社	144
第十一节 广播电视事业	147
第八章 德国的新闻传播事业	153
第一节 早期报业的发展	153
第二节 资产阶级革命中的报业	155
第三节 两次大战期间的报业	171
第四节 二战后的报业	177
第五节 通讯社	182
第六节 广播电视事业	184
第九章 意大利的新闻传播事业	189
第一节 近代报业的产生与发展	190
第二节 两次大战期间的报业	193

第三节	二战后的报业·····	196
第四节	通讯社·····	199
第五节	广播电视事业·····	201
第十章	俄罗斯地区的新闻传播事业·····	204
第一节	帝俄时期的报业·····	204
第二节	苏联时期的新闻传播事业·····	232
第三节	独联体国家的新闻传播事业·····	265
第十一章	东欧各国的新闻传播事业·····	277
第一节	社会主义时期的报业·····	277
第二节	社会主义时期的广播电视和通讯社·····	283
第三节	东欧剧变后各国的新闻传播事业·····	289

北 美 篇

第十二章	美国的新闻传播事业·····	302
第一节	殖民地时期的报刊·····	302
第二节	独立战争中的报刊与报业活动家·····	310
第三节	政党报纸时期·····	314
第四节	廉价报纸的兴起·····	322
第五节	南北战争中的报业·····	328
第六节	工人报刊·····	330
第七节	新式新闻事业·····	332
第八节	现代战争中的报业·····	341
第九节	报业现状·····	349
第十节	杂志的发展·····	357
第十一节	通讯社·····	366
第十二节	广播电视事业·····	371
第十三章	加拿大的新闻传播事业·····	384
第一节	报纸的历史沿革·····	384
第二节	报业的现状·····	386
第三节	杂志和通讯社·····	390
第四节	广播电视事业·····	391

亚 洲 篇

第十四章 日本的新闻传播事业	401
第一节 早期报业的发展	401
第二节 “明治维新”至一战期间的报业	404
第三节 两次世界大战与报业	412
第四节 二战后的报业	418
第五节 通讯社	422
第六节 广播电视事业	425
第十五章 朝鲜半岛的新闻传播事业	429
第十六章 印度的新闻传播事业	437
第一节 报业	437
第二节 杂志和通讯社	441
第三节 广播电视事业	442
第十七章 东盟及西亚主要国家的新闻传播事业	445
第一节 新加坡的新闻传播事业	446
第二节 马来西亚的新闻传播事业	450
第三节 印度尼西亚的新闻传播事业	454
第四节 越南的新闻传播事业	458
第五节 黎巴嫩和科威特的新闻传播事业	460

非 洲 篇

第十八章 埃及的新闻传播事业	469
第一节 报刊	469
第二节 广播电视和通讯社	472
第十九章 非洲其他代表性国家的新闻传播事业	476
第一节 南非的新闻传播事业	476
第二节 尼日利亚的新闻传播事业	479
第三节 加纳的新闻传播事业	481

大 洋 洲 篇

第二十章 澳大利亚的新闻传播事业	485
第一节 报业	485

第二节	杂志和通讯社·····	489
第三节	广播电视事业·····	490
第二十一章	新西兰等国的新闻传播事业·····	492

拉丁美洲篇

第二十二章	巴西的新闻传播事业·····	499
第一节	报刊·····	499
第二节	通讯社和广播电视·····	502
第二十三章	墨西哥的新闻传播事业·····	505
第一节	报业·····	505
第二节	杂志和通讯社·····	508
第三节	广播电视事业·····	509
第二十四章	拉美其他主要国家的新闻传播事业·····	511
第一节	阿根廷的新闻传播事业·····	511
第二节	古巴的新闻传播事业·····	513
第三节	智利的新闻传播事业·····	515

终篇 为建立世界新闻传播新秩序而斗争

第二十五章	建立世界新闻传播新秩序·····	521
第一节	世界新闻传播的不平衡状态·····	521
第二节	建立新秩序的论争历程·····	525
第三节	新秩序的构想与论争的实质·····	528
第四节	论争的初步成果与未来展望·····	531
后记	·····	535