

宣传舆论学

大辞典

刘建明 主编

社会科学系列大辞典



宣传舆论学大辞典

刘建明 主编



经济日报出版社

(京)新登字 102 号

责任编辑:赵润庭 朱 兰
雷 伟 王 含

封面设计:谭国民

宣 传 舆 论 学 大 辞 典

XUAN CHUAN YU LUN XUE DA CI DIAN

刘建明 主编

经济日报出版社出版发行
(北京市虎坊桥福州馆前街 6 号)
新华书店总店科技发行所经销

《中国石油报》印刷厂印刷

787×1092 毫米 16 开本 99.5 印张 3827.2 千字

1992 年 8 月第 1 版 1992 年 8 月第 1 次印刷

印数:1—10000

ISBN7-80036-669-3/G160 定价:精装本 96 元

总 序

目前我国正处于历史上非常重要的时期,无论在政治、经济、文化和科技等体制的总体和分体方面,都在发生全面的、重大的、甚至带有根本性的变革。这些体制方面的渐变和激变都与社会科学息息相关。一方面,没有充分的理论准备,体制改革是绝无可能取得成功的。另一方面,改革与发展又催生着新的理论和方法,而社会科学的生命力就植根于社会发展之中。这一点一直为古今、中外的历史实践所证明。

在新的历史变革中,新旧理论演变和交替,传统观念与现代思想融合、替代;信息量剧烈增长,社会科学领域中各个学科互相交融、渗透、借鉴、影响,以上发展趋势越来越明显。这些都给社会科学工作提出了更高、更复杂的要求。

作为科学理论工作者中的一部分,我们感受到一种历史的责任,并产生了通过合作,推出一批社会科学成果,出书、出思想、出人,为自己也为他人创造一种机会,检验自身实力的想法,并付诸实践。首先,于1986年始,协助华夏出版社组织和出版了大型国外社科名著翻译丛书《二十世纪文库》。至1991年,已出齐100种。在条件成熟时,继续出下去。其次,组织编写这套《社会科学系列大辞典》,计划出10种,(1992年中和1993年中各出齐5种,内容包括哲学、政治学、经济学、法学、宣传舆论学、社会学、心理学、语言文字学、文化艺术学、史学)。第三,自今年起,组织编写《社会科学系列哲学丛书》,内容同上。这样,在翻译(引进)——总结归纳——研究三部曲中,都做了一部分工作。

近十几年来,在社会科学领域内,中青年理论工作者的成熟期比以往缩短了。这要归于:继承以扎实地成果基础,大量汲取国内外新理论新方法,敢于站在科研前线。坚持从实际出发研究问题。北京是我国政治、经济、文化的中心,也是社会科学研究的中心之一,聚集了一大批各学科学术骨干及带头人,这是完成这套系列辞典的基本条件。

编写这套辞典,我们强调的是阶段研究成果,尽快使之产生社会效益,以后再不断修订完善,这样才能将时间效益与社会效益尽可能好地协调结合起来。

这套辞典在内容上力求全面、新、深;在结构上力求合理,中外比较,古今衔接,各分支学科自成体系;在文字上力求释义准确、简明,表达深入浅出。在编写过程中有老一辈权威以顾问形式作具体指导。在作者方面,主、副主编都是各学科中青年学术带头人,供职于中国人民大学、北京大学、中国社会科学院、中国政法大学、国际关系学院等著名学府,有硕士以上学位,副教授以上职称,有多年专业教

学及研究资历,有著(译)作发表,同时在编写辞典方面有较丰富经验。在整体水平上,我们还有一定的自信。

这套辞典每种规模均为四、五百万字,其读者对象很广泛,适用于大专以上文化水平的、各级各类企、事业及学校的管理干部,教学及研究人员。

尤其应该指出的是,这样一个大工程的实施,需要很大的魄力,经济日报出版社为作者及读者做了件大好事。我们感到,如果不继续组织编水平更高、质量更好的书,实在不能表达我们的敬佩与感激之情。

在组织编写及出版这套辞典的全过程中,北京企业管理研究所协助出版社做了大量具体工作,减轻了出版社的压力。这也体现了改革中我国出版业的一种新机制。

由于这个工作要求标准高,时间紧,规模大,可能存在不当之处,恳请同行及读者指正,以便我们在修订中加以解决。本系列辞典是集体项目,任何成功之处都离不开参与其中工作的同志,在此表示衷心感谢。

贾 湛

一九九二、一、一

《宣传舆论学大辞典》编辑委员会

顾问：王昭栋(高级编辑 《经济日报》副总编辑)
 甘惜分(教授 中国人民大学舆论研究所所长)
 商 恺(教授 中国社会科学院新闻研究所前所长)
 何梓华(教授 中国人民大学新闻学院院长、《国际新闻界》杂志社社长)
 丁淦林(教授 复旦大学新闻学院院长)

主 编：刘建明

副主编：王泰玄 谷长岭 金 羽 陈力丹 徐耀魁 郑超然

编 委：	王泰玄	倪 宁	白润生	申 凡	田放牧
	刘明华	刘保全	刘夏阳	刘建明	时统宇
	吴庚振	孙旭培	杨家祚	杨退心	贾培信
	范东生	金 羽	徐耀魁	侯春翔	汪新源
	郑超然	谷长岭	姜秀珍	桑义靖	张 颂
	张 涛	高 鑫	常汝琪		

编撰人：	万联众	万生云	于 伟	于新超	马述强
	马鸿盛	马朝阳	王木林	王中义	王 昕
	王 娟	王 刚	王世林	王志明	王 勇
	王京芝	王怡红	王明龙	王根力	王 锋
	王海咏	王惠敏	王泰玄	王建刚	王瑞霞
	牛道斌	毛永政	毛丽新	毛微昭	文 言
	方 墅	亢淑芬	倪 宁	倪志善	邓忻忻
	石 磊	田放牧	申 凡	申玉彪	白润生
	付 程	冯 丹	冯忠玉	冯立凯	刘忠涛
	刘明华	刘关娴	刘跃进	刘保全	刘 野
	刘建明	刘夏阳	刘梅茹	刘新珏	宁 新
	吕治中	吕先富	曲长缨	任 东	任东杰
	朱卫东	庄 园	孙日昇	孙五三	孙向辉
	孙旭培	李 琦	李 铁	李广增	李圆月
	李海容	苏成雪	吴 飞	吴 杰	吴 敏

吴汝华
陈大可
陈崇山
赵一峰
杜大可
沈爱国
谷什佩
杨建英
林中兴
罗崇春
周中彦
易守宽
张荣涛
张更义
胡赛珍
姜春晖
袁耀霞
钱丹玲
高春光
郭庆源
涪实毅
程毅
蔡荣华
赫文夫

吴华冰
陈力丹
陈开仁
赵新兵
时统宇
汤春芳
邹仆华
杨培信
林有敏
幸智敏
周东风
昆顺征
张莉良
张国紫
钟春翔
侯慧鑫
徐端芳
高枫岚
郭晓进
程晓鸿
蔡铭泽
雷凌冰

吴庚振
陈京生
陈昌奉
赵承源
汪新源
闵大洪
邵小彬
杨秀国
林克勤
金羽
周宏栋
郑超然
张真英
张惟浦
孟一光
姚喜双
徐虹
高凯宇
高震宇
桑义焯
董炜
曾宪法
蔡典维
薛飞

陈文波
陈汉成
赵亚翔
赵树清
沈莉
宋建武
杨新惠
杨春惠
范东生
周萍
周学刚
张永垒
张幼梅
张胡杨
贺亚辉
贾培信
徐正英
高建洛
唐绪军
曹鹏
焦国章
曾宝辉
喻国明
戴元光

陈岚
陈惠娟
赵宁浩
杜浩
沈国勋
谷长岭
杨家祚
杨遐心
范爱群
周小普
明安香
张颂军
张希圣
张胡连利
姜秀珍
耿国妹
徐耀魁
高永振
郭华骏
谢兴宇
傅善震
赫美兰
常汝琪

序

一部辞典的诞生,是一门科学日臻完善或出现新发展的标志。《宣传舆论学大辞典》的问世,表明我国的宣传学、新闻学、舆论学的研究已进入一个新的阶段。人类科学史揭示,无论自然科学还是社会科学,当它发展到较为成熟阶段,都会形成一系列约定俗成的概念、原理、定理之类的知识元素。为了准确地表述这些知识元素,给人类进一步从事科学活动提供理论基础和思维材料,就需要把这些概念、原理、定理的内涵固定下来,汇集一起,于是出现了百科知识辞典。

在浩瀚的辞书海洋里,从16世纪欧洲巴塞尔学者斯卡列哲编写的《百科全书》至20世纪80年代出现的辞书热,已有几万部辞典构筑了多门科学峰峦的根基,使其牢牢地矗立起来。而在宣传学、新闻学领域则是另一番情景:即使部头不大的小型辞书也寥若晨星。显然,《宣传舆论学大辞典》的出版,是值得我国舆论界和宣传学术界庆幸的。因为它不仅囊括了三十个同意识传播有关的学科,而且是大部头的鸿篇巨构,在开拓新闻宣传辞书的编纂工作方面,无疑向前迈进了一步。

在当代社会,单纯的小型辞书业已被大型百科辞典所代替,因为科学有了长足的进步,源源不断的研究成果正在期望被世人所承认;特别是大量交叉学科和边缘学科的出现,使现代各门知识的体系日益庞大、日益贯通,容量较小、词目分类单一的辞书不再受到欢迎。我想,这部大辞典的编写宗旨,正是为了适应当代知识加速膨胀的趋势,把宣传舆论的研究纳入广阔的学科视野。它所融汇的意识形态工作理论、解释学、宣传学、理论新闻学、应用新闻学、舆论学、传播学、政治宣传术语、理论宣传术语、宗教宣传、广告学、文艺宣传术语、公共关系宣传、中外新闻史学、当代中外大众传播媒介概论以及宣传工作管理学等,丰满地展示出意识形态工作必备的知识和理论范畴。各类宣传机构和传播学的研究和教学活动,都可以从这部辞典中找到需要的概念及其释义。

目前世界上最大的宣传类辞典是牛津大学出版社于1989年出版的《国际传播学百科全书》(四卷本)(International Encyclopedia of Communications),其篇幅为1913页,规模也相当可观。但我国这部《宣传舆论学大辞典》的内容比它广泛得多,并具有中国特色。

多年来,新闻无学、宣传无学的观念使一些实际工作者感到困惑。由于没有种类众多、内容丰富的新闻学、宣传学辞书,给实际工作带来了困难,新闻与宣传学的研究人员和教学人员更是感到棘手。这部辞书的出版对改善这两种窘况,都可能有所裨益。

我和这部辞书的主编刘建明博士有师生之谊。他所组织的编辑班子大都是中青年学者,是在最近十年中成长起来的。他们刻苦治学,勤于笔耕,在缺少同类辞书借鉴的情况下,奋战两年,把一部400万字的大辞典编撰出来,其精神是难能可贵的。他们做的是探索性、开拓性和尝试性的工作,因此,这部辞典很可能有需要进一步充实和完善的地方,甚至会有一些短时间内难以克服的缺陷。这些,将在再版和增订时逐步予以解决。我相信,随着我国宣传事业的进步,以及宣传学、新闻学和舆论学研究水平的提高,一定会在短期内涌现出更多的新闻学、宣传学辞典加入这

类辞书的大家庭中来。

方得芳

一九九一年九月

凡 例

- 一、本辞典选收词条9035个。异词同义的概念同时收录；不同词目，但意义相近或略有差异的，也尽量分列出来。
- 二、有关外国的人名、知识性和理论性词条，为国内熟知和通用较久的，不注外文；国内不熟悉的、汉语译文艰涩的，或人物姓名全称有相同部分容易混淆的，汉语词目后标注外文。
- 三、学术上已有定论的，按定论书写释文；尚无定论的，以通用的观点为准，或者力争分列几种不同释义。属于一词多义的，分别用“①、②、③、④……”数码标列。
- 四、词条排列有两套词目表。第一套为分类顺序表，排在正文前；第二套为笔画顺序表，排在正文后。笔画数相同的以起笔笔形“一、丨、丿、丶、フ”为顺序。
- 五、属于不同学科的相同概念，以两个词目前后相接排列，词义可能有交叉。
- 六、所选词目尽管比较详尽，但不可能包罗万象、无一遗漏。对事件、人物和宣传机构，多选择具有代表性和有研究价值的词目。这类词目的主次和重要程度，根据其学术意义和借鉴意义来确定，同时兼顾知名度。写作释文的详略也依据这一原则。

总 目 录

一、总 序	(1)
二、周谷城序	(6)
三、方汉奇序	(7)
四、凡 例	(9)
五、分类目次	(10)
六、分类词目表	(11)
七、正 文	(1)
八、笔画顺序词目表	(1473)
九、编 后	(1522)

分 类 目 次

一、社会意识形态理论	(11)
二、宣传学	(12)
三、解释学	(13)
四、理论新闻学	(14)
五、应用新闻学	(17)
六、传播学	(21)
七、舆论学	(23)
八、舆论调查与民意测验	(25)
九、经济宣传术语	(26)
十、政治宣传术语	(28)
十一、理论工作术语	(30)
十二、文艺宣传术语	(32)
十三、人际宣传与思想政治工作学	(33)
十四、公共关系宣传	(34)
十五、广告学与广告传播	(36)
十六、出版工作术语	(37)
十七、图书宣传与情报文献工作术语	(38)
十八、宗教宣传	(40)
十九、广播电视电影学	(41)
二十、宣传文体写作学	(44)
二十一、系统论、控制论、信息论与宣传工作	(44)
二十二、马克思主义经典理论家关于宣传工作的理论观点	(45)
二十三、中国共产党的宣传工作	(46)
二十四、中国新闻事业发展史	(49)
二十五、外国新闻事业发展史	(53)
二十六、历史上重大理论争鸣与舆论战	(56)
二十七、传播工具史	(57)
二十八、当代中国大众传播媒介概论	(59)
二十九、当代外国大众传播活动概论	(61)
三十、宣传工作管理学	(63)

分类词目表

一、社会意识形态理论		忆象	8	进化人本主义	15	社会信念	22
		反映说	8	西方马克思主义	15	社会情趣	22
人格意识	1	分析哲学	8	圭亚那合作社会主义	15	初级意识	23
人脑	1	分解主义	8	后现代意识形态	16	社会主义	23
人文主义	1	认识	8	朴素唯物主义	16	社会主义人道主义	23
人本主义	1	认识工具	9	地理环境决定论	16	社会主义精神文明	23
人类活动圈	2	认识论断裂	9	行为主义政治学	16	阿连德社会主义	23
人道主义	2	认识的主体	9	自由主义	16	阿拉伯社会主义	24
人道主义伦理学	2	认识的客体	9	自治社会主义	17	纳粹主义	24
人道主义的社会主义	2	文明发展四阶段论	9	自我意识	17	现代托洛茨基主义	24
三民主义	2	文化形态史观	9	自发的唯物主义	17	欧洲共产主义	24
三世说	3	文明意识	10	伦理学	17	国际主义	24
大众意识	3	六德	10	伦理社会主义	18	国家主义	25
下意识	3	以形态为基础的现象	10	伦理相对主义	18	国家社会主义	25
上帝正义论	3	心理	10	伊斯兰社会主义	18	知识观念	25
个体道德意识	3	本能意识	10	全面的意识形态	18	知觉	25
小资产阶级社会主义	4	世界主义	11	沙文主义	18	实用主义	26
小资产阶级思想	4	世界体系理论	11	军国主义	18	实证主义	26
马克思主义	4	世俗主义	11	阶级意识	18	法制	26
马克思主义哲学	4	未来学	11	形而上学唯物主义	18	法治	26
马克思主义伦理学	5	未来主义	11	批判理性主义	19	法律	26
王道	5	卡扎菲社会主义	11	批判的社会理论	19	法律意识	27
五德	5	生态伦理学	11	乌贾马社会主义	19	法西斯主义	27
五福	5	生态社会主义	12	社会心理	19	非意识形态化	27
艺术	5	生态马克思主义	12	社会印象	20	非洲社会主义	27
历史唯心主义	5	生物政治学	12	社会环境	20	宗教	27
历史唯物主义	6	主观唯心主义	12	社会性格	20	享乐主义	28
历史社会学	6	礼治	12	社会意识	20	经验认识	28
历史循环论	6	弗洛伊德主义	12	社会意识形态	20	拷贝世界	28
无神论	6	民主社会主义	13	社会意识生产力	20	城市生态学	28
无意识	6	民族社会主义	13	社会意识生产	20	政治学	28
无意识写作	6	民粹主义	13	社会意识活动	21	政治社会学	29
无政府主义	7	发生认识论	13	社会意识消费	21	政治意识形态	29
无产阶级意识形态	7	发达的社会主义	14	社会意识交往	21	封建阶级思想	29
无产阶级思想	7	共产主义	14	社会理论意识	22	封建社会主义	29
天赋人权论	7	共产主义道德	14	社会存在和社会意识	22	思想体系	29
天赋观念	7	存在主义	14	社会批判理论	22	思想路线	30
日常意识	7	列宁主义	15	社会福音运动	22	思考	30

映象	30	道德评价	38	精英主义	46	电视宣传短片	54
科学	30	感觉	39	精神	46	电化宣导政令	54
科学哲学	30	感觉论	39	精神生产	46	电视文字卡插播	54
科学伦理学	31	感觉登记	39	《精神生产》	47	电子信息公害	54
科技意识	31	感性世界	39	精神生产力	47	记忆保持	54
狭隘爱国主义	31	感性要素	39	精神产品的经济效益	47	立体宣传	54
宣夜说	31	碑铭学	39	精神产品的社会效益	47	对外宣传	54
浑天说	31	意向性	39	精神活动	48	对台宣传	54
前意识	31	意向谬误	40	精神总动员会	48	对内宣传	54
语言	32	意向观念	40	潜科学	48	对比和同化评定律	55
费边主义	32	意象	40	潜科学学	48	纪实性形象宣传	55
“真正的”社会主义	32	意识	40	潜意识	48	孙中山	55
原始意识	32	《意识论》	40	整体道德意识	48	亚里士多德	56
哲学	33	意识内容	41	整理	49	动员	56
特殊的意识形态	33	意识系统	41	霸道	49	行说	56
复兴社会主义	33	意识的社会本质	41	二、宣传学		自己人效益	56
消费社会	33	意识的社会性感官	41			自主性理解	56
资产阶级思想	33	意识的社会结构	41	一点论	50	军事宣传	56
资产阶级民族主义	34	意识能力	41	一点论宣传法	50	好感和恶感效应	56
理念	34	意识能动性	41	二难推理	50	寻求社会支持的定势趋向	56
理论意识	34	意识生产关系	42	十法六例	50	两点论	56
理解意识	34	意识形式	42	人身攻击	50	形象宣传	57
理论认识	34	意识生产手段	42	三表法	50	批判	57
理论科学学	34	意识生产者	42	三教	50	批判性宣传	57
教育学	35	意识流	42	三感	50	报刊宣传	57
教育社会学	35	意识产业论	42	大众宣传媒介	51	克尔之家	57
基督教伦理学	35	意识形态	43	士君子之辩	51	技术博览会	57
基督教社会主义	35	意识形态论	43	口头宣传	51	时事形势宣传	57
基尔特社会主义	35	意识形态战线	44	孔子	51	狄德罗	57
情感意识	36	意识形态工作者	44	飞去来器效应	51	私语宣传	57
科学学	36	意识形态的终结	44	五千人限度	52	我向思维	57
爱国主义	36	意识形态的整体功能	44	韦林顿之家	52	社会宣传	58
庸俗社会学	36	意象主义	44	艺术性形象宣传	52	社会宣传系统	58
庸俗社会主义	37	新马克思主义	44	中共中央宣传部	52	诉诸感情	58
深层意识	37	新生活运动促进会	45	中国国民党中央宣传部	52	启发式	58
联想	37	新弗洛伊德主义	45	反宣传	52	“运动式”宣传	58
黑人主义	37	新达尔文主义	45	公益事业宣传	53	直接反驳	59
集体无意识	37	新实在论	45	公共关系宣传	53	英国谋略派	59
道德	37	新托马斯主义	45	文化宣传	53	表达性言语	59
道德决定论	38	新批判史学	45	文字宣传	53	招贴	59
道德境界	38	群居意识	45	计划生育宣传	53	招贴画	59
道德职能	38	模写	46	双基教育	53	招贴宣传	59
道德标准	38	舆论意识	46	正面宣传	53	国防教育	59
道德规范	38	僧侣主义	46	可视交流	53	典型宣传	60

忠告专栏	60	宣传史学	66	宣传品	73	新闻宣传	78
具体情况具体分析	60	宣传对象	67	宣传信息	73	意见导向	78
肯定和否定	60	宣传决策	67	宣传效果	73	《群众宣传与报道手段》	79
知识竞赛	60	宣传动机	67	宣传部	73	精神污染	79
实物宣传	60	宣传价值	67	宣传员	73	灌输	79
空飘	61	宣传时机	67	宣传家	73	靡非斯特法	79
诡辩论	61	宣传形式	67	宣传威信	73		
学术性理论宣传	61	宣传学	67	宣传倾向	73		
孟子	61	《宣传学导论》	68	宣传控制	73	三、解释学	
《政治宣传心理学》	61	《宣传学概论》	68	宣传弹	74	一般词汇	80
政策宣传	62	《宣传学概论》	68	宣传腔	74	二律背反	80
政党宣传	62	宣传性现象	68	宣传渠道	74	十分之见	80
春秋笔法	62	宣传过程	69	宣传媒介	74	大辩若讷	80
科技大集	62	宣传纪律	69	宣传情境	74	口辩	80
科技讲座	62	宣传阵地	69	宣传道德	74	个人理解	80
科技馆	62	宣传部门	69	宣传意图	74	义素分析	81
科技示范	63	宣传贤于耕织	69	宣传社会学	74	五个警号	81
科技宣传月	63	宣传的忘我法	69	战争宣传	74	艺术阐释学	81
科技咨询	63	宣传的社会分析法	70	美国报道派	74	历史的第三时刻	81
科普展览	63	宣传的正效果	70	首因效应	75	历史解释的涵盖规律模式	81
科普橱窗	63	宣传的负效果	70	举一反三	75	历时性联系	81
科普画廊	63	宣传的软控制	70	洗脑	75	日常语言哲学	81
选择性注意	63	宣传的阶级分析法	70	说服	75	内在原意	82
信号系统	63	宣传的自我法	70	称赞法	75	以先后为因果的谬误	82
重点论	63	宣传的择一性效应	70	资产阶级自由化的宣传	75	以部分为整体的谬误	82
宣传	63	宣传的硬控制	70	洛克	75	以整体为部分的谬误	82
宣传一条街	64	宣传的直接效果	71	海飘	76	以无知为据的谬误	82
《宣传手册》	64	宣传的间接效果	71	党员教育	76	公理	82
宣传工作	64	宣传的行为模式	71	悖论	76	分解	82
宣传工作的党性	64	宣传的潜在效果	71	展览宣传	76	分析与综合	83
宣传工具中立性	65	宣传的无效果	71	辅助性宣传信息	76	反证法	83
宣传工具	65	宣传的一面法	71	接受宣传的程序	76	反驳方式	83
宣传口	65	宣传的社会功能	71	偶像效应	76	反思	83
宣传口径	65	宣传的有效性	71	情感宣传与理智宣传	76	文本意义	83
宣传艺术	65	宣传的新奇律	71	欲扩性	77	文本解释	83
宣传艺术的原则	65	宣传的首位律	72	商鞅壹教	77	心理解释	84
宣传方式	65	宣传的两面法	72	偷换论题	77	比较	84
《宣传心理学》	65	宣传的效益原则	72	董狐笔	77	书面言语	84
《宣传心理研究》	66	宣传战略	72	简单枚举法	77	本文理论	84
宣传内容三要素	66	宣传规律	72	普法宣传	77	权威	84
宣传内容的有序律	66	宣传画	72	强迫定势趋向	78	四层意义说	84
宣传队伍	66	宣传战	72	鼓动	78	出处	84
宣传手段	66	宣传炮弹	72	德国论理派	78	归纳推理	84
宣传主体	66	宣传栏	72	摄影宣传画	78	归纳词义	84
						归谬法	85

无产阶级新闻事业	115	用事实说话	123	关于“新闻与想象”的争鸣	133	报纸是无产阶级专政的工具	
《天庐谈报》	116	记事五主	123	关于新闻事业的党性和人民			144
“无冕之王”	116	记者四能	124	性问题的争论	133	《报纸工作谈话录》	144
不署名新闻现象	116	《记者摇篮》	124	关于新闻商品性问题的争论		报纸批评	144
见报第一	116	宁树藩	124		134	报纸六职务	145
《中国新闻事业》	116	以正面宣传为主	124	关于新闻与宣传关系的讨论		报纸资本化	145
《中国的新闻纸》	116	《对外报道业务》	124		135	报纸风格	145
《中国共产党新闻工作文件汇编》	117	对立的的社会意识论	124	关于新闻五要素的讨论	135	报馆四善	145
《中国记者》	117	加法原理	125	关于新闻传播规律的讨论	135	报馆八德	146
《中国广播电视》	117	发展新闻学	125	关于增加新闻信息量的讨论		《报章文体说》	146
《中国广播电视学刊》	117	发展性新闻	125		136	报道	146
中国管理科学研究院新闻文化研究所	117	异常论新闻观	125	关于新闻写作应向“散文式”		报道价值量版面分析法	146
中国社会科学院新闻研究所	117	地下出版物	125	方向发展的讨论	136	报道过程	147
	117	抢与压	126	关于新闻工作者素质的讨论		报道三环节	147
中国新闻法制研究中心	117	耳目论	126		137	报道型报纸	147
中国新闻学发展五阶段论	117	臣记者	126	关于企业报性质、任务、作用的讨论	137	报道立场	147
内部新闻自由	118	亚精确时间	126	关于深度报道的讨论	138	报道量	148
公告性	118	《列宁是党报的编辑者和组织者》	126	关于“非事件性新闻”的讨论		报道的质	148
手抄新闻	118	《列宁论报刊与新闻写作》	127		138	报道权	148
《毛泽东新闻工作文选》	118	灰色刊物	127	关于新闻价值的争鸣	139	报道组	148
反“客里空”运动	118	机关报	127	关于新闻道德的讨论	139	报道量控制准则	148
反复报道	119	有闻必录	127	关于“新闻文学”的讨论	140	报道思想	149
反强制主义道德论	119	同人报	127	关于新闻指导性与服务性关系的讨论	140	报禁	149
比较新闻学	119	同类异体事实	128	关于新闻定义的争鸣	141	“报喜不报忧”	149
文化新闻学	119	朱立	128	农民论坛	141	求近心理	149
方汉奇	119	朱传誉	128	农民信箱	141	求知心理	149
户坂润的新闻论	120	会议报道	128	农村报道	141	求新心理	149
书报检查	120	企业性政治报	128	农业报道	141	求短心理	150
“打苍蝇不打老虎”	120	全面真实	128	论说四主	141	抢新闻	150
可受性原则	121	全党办报	129	李瞻	142	时间元	150
可读性	121	合理想象	129	李龙牧	142	时限	150
《北京广播学院学报》	121	任白涛	129	形式彰明论	142	时宜性	150
北京广播学院新闻研究所	121	优秀作品五要素	129	批评报道	142	时效性	150
本质真实论	121	传受互动方格	130	批评性来信	143	时量	151
正面报道	121	传播与宣传工具系统	130	批评性调查报告	143	时新性	151
甘惜分	122	自我统治论	130	批评性消息	143	时间形态	151
去塞求通	122	自然法的新闻自由观	131	抓“活鱼”	143	时序	151
四不主义	122	多透视新闻学	131	报刊文章	143	余也鲁	151
电波战	122	危机新闻手段	131	《报刊的四种理论》	143	何梓华	151
出版特许制	123	刘建明	131	报纸之元素	143	言论之母	151
史家办报	123	关于典型报道的讨论	132	报纸之原质	144	社会主义的新闻自由	152
印刷新闻	123	关于新闻真实性问题的争论	132			完全真实	152
						社会新闻	152