



Journalism &
Communication

Exploration of Journalism Theory
Study on Realistic Problems

新闻理论探索

对现实问题的研究

丁柏铨 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

新闻理论探索

——对现实问题的研究

丁柏铨 著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书是作者继《新闻理论新探》(新华出版社 1999 年出版)以后,对新闻理论基本问题和现实问题进行深入探讨形成的新成果。内容涉及:中国共产党新闻思想新的发展;政府、新闻传媒与公众互动关系研究;新闻传媒与社会舆论及舆情;对提高舆论引导能力的探讨;党报面临的挑战及党报改革;新闻报道题材与呈现方式研究;时代变迁与新闻报道的嬗变;新闻伦理对新闻活动的制约作用等。本书力求做到:避免相同的内容重复出现,在同样的话题上努力体现有所深化;关注当下面临的新的现实问题,并从学理的角度作出有说服力的思考和回答,论述富于启发性。

本书读者对象:新闻学界人士、业界人士、新闻学子以及对新闻理论感兴趣者。

图书在版编目(CIP)数据

新闻理论探索:对现实问题的研究/丁柏铨著. —
上海:上海交通大学出版社, 2012
ISBN 978-7-313-07189-7

I. ①新… II. ①丁… III. ①新闻学—研究 IV.
①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 057576 号

新闻理论探索

——对现实问题的研究

丁柏铨 著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 951 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 韩建民

上海春秋印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本: 787 mm×960 mm 1/16 印张: 20.25 字数: 315 千字

2012 年 1 月第 1 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-313-07189-7/G 定价: 43.00 元

版权所有 侵权必究

告读者:如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-33854186

丁柏铨

特定学科的学科影响力,是指该学科对相关方面产生的影响所达到的程度,以此从相应侧面折射出其学科地位。学科影响力,一般都会在它所能影响的一定的对象身上体现出来。一定的对象通常为决策者、研究者、实践者和学习者。

这里着重讨论的是新闻学的学科影响力问题,然而许多数据往往以新闻学与传播学为统计单位,因此行文中常常会将两个学科并提,这是需要说明的。新闻学与其他学科一样,有自己的研究对象、学科内涵、体系框架、内在逻辑、话语系统。作为显学,新闻学与现实联系紧密、受到人们的密切关注。人类社会生活和新闻实践处于永恒的运动和发展中,因而新闻学有着随社会生活与新闻实践的发展而发展和不断提升自身影响力的广阔空间。

改革开放以来,新闻学学科发展态势良好,学科影响力不断提升。郑保卫教授说:“经过几代人的不懈努力,目前我国新闻学已经摆脱了过去那种在‘新闻无学论’的冲击和桎梏下受歧视与贬损的被动状况,得到国家的权威认可和学界的普遍认同,其地位逐渐巩固,学科建设正在进入一个良性发展的大好时期。但是也要看到,‘新闻无学论’依然还有市场,来自各方面的冲击和影响仍然存在,我们需要正确认识当前我国新闻学学科发展所面临的机遇和挑战,在此基础上,提出应对的策略和方法。”^①

新闻学的学科影响力,大致体现在以下四个方面:

一是对决策者的影响力。这主要是指对党政领导机构、决策机关和有关管理部门的影响力。诚然,新闻学研究有自己的对象和内容。作为一门学科,它应当具有独立性的品格,遵循自身发展的规律,不因政治风向的变化而改变其最重要、最根本的内容。新闻学研究的终极目标,并非就是用学术成果去影响领导机构、决策机关和管理部門的相关工作。但是,倘若能为上述机关和部门提供科学决策和合理管理的参考或依据,使新闻学和新闻学研究的价值在这一领域有所体现,无疑也是新闻学的影响力在一个重要方面的彰显。笔者认为,新闻学研究可以分为基础研究和应用研究两种类型。对两类不同研究的要求应有所不同。基础研究完全可以与现实保持一定的距离,这样可把问题看得更清楚和更透彻,使对此的学理把握更具有学术性和学术研究所追求的真理性的。但也不排除对现实问题作出学理思考并对实践产生相应的指导意义。而应用研究则必须关注由现实提出的问题,围绕问题进行调查研究和学理思考,并探讨具有可操作性的对策,以供

① 郑保卫. 2010年我国新闻学学科发展状况分析[J]. 当代传播, 2009(6).

相关机构作为决策参考。

二是对实践者的影响力。这里主要是指对新闻从业人员及其实践的影响力。新闻学是对世代包括当下新闻工作者实践的科学总结、理性概括。在这一点上,新闻学与不具备对应行业的学科存在着差异,甚至与同样是社会生活反映的文学也多有不同,而与法学、经济学等学科有较多相近之处。法学与立法、司法实践有着明确的对应性;经济学以经济实践、经济规律、经济现象为研究对象。与此相类似,新闻学有自己所对应的行业及其实践。新闻业界所进行的内涵丰富的新闻实践,为新闻学提供了研究的对象和内容,引发了学界对此所作的具有相当深度的学理思考。新闻学研究者在回答实践所提出的问题的过程中进行科学的理论概括,并被用于指导相应的实践,由此而发挥了“智囊”和“思想库”的作用,并获得业界人士的认可,体现了新闻理论与新闻实践之间的良性互动关系。对新闻业界及其实践具有较大影响力,是新闻学富于活力和价值的体现。

三是对学习者的影响力。学习者是一个相对宽泛的概念。其中尤为重要的是新闻学专业的教学对象——各层次学生。他们是新闻学研究成果的直接的学习者、接受者、使用者,同时也是有一定发言权的评价者。多年来,接受过高等新闻教育而最终成为优秀新闻人才者大量涌现,其中不乏高端人才。这是高校新闻院系具有存在价值的一个方面的体现,也是新闻“有学”的一个方面的重要证据。但是,如下事实毋庸置疑:认为“新闻无学”的人中,有些就是新闻学专业的各层次的学生,是我们的教学对象。这就更加说明新闻学进一步提升自身影响力有其不可忽视的必要性。

四是对研究者的影响力。研究者可分为两部分:其一是本学科的研究者,是专业内之人,大量接触本学科研究成果。其二是他学科研究者,是“隔行”之人,相对超脱。衡量学科影响力的评价体系中不能不包含本学科研究者的认同度这一指标。认为“新闻无学”的人中,有一部分是新闻学者。他学科研究者则涵括了新闻学学科以外的学者。新闻学对他们的影响力,既表现为学科的研究成果和学者的重要观点能进入他们的视野、引起他们的关注,又表现为这些成果或观点在其学术研究中被采用、被借鉴、被吸收。不同学科研究者之间学术观点的引用与被引用、借鉴与被借鉴,是不同学科得以交叉交融、特定学科理性研究得以深入进行的重要和必要条件之一。然而长期以来,在这一方面存在着明显的“逆差”:新闻学的研究者引用他学科研究者的成果较多,他学科研究者引用新闻学研究者的成果则较少。这与学科的特点及固有的学术辐射力不无关系,同时也折射出它在历史积淀、学术底蕴、学术规范和影响力等方面的相对不足。新闻学者有就此进行深思的必要。

■► 二

据教育部社会科学司提供的资料,2008年度在全国高等学校从事人文社会科学研究工作的总人数为397 431。新闻学与传播学为6 267人,略多于社会学(5 321人),略少于哲学(7 539人)。

(一) 对教育部高校人文社会科学研究优秀成果奖数据的考察分析

以获奖奖项数作为衡量、考察学科影响力的重要依据或唯一依据,难免存在偏颇,但作为一个方面的参考自有价值。自1995年始,教育部此奖项总共评过5次。按学科进行

分类,依据参评成果多寡确定获奖奖项数额。现将人数略少于新闻学与传播学的社会学作参照进行比较:奖项数额的比较;加权处理后得分比较。特等奖为7分,一、二、三等奖分别是5分、3分、1分。

第一届(1995年)共计评出498个奖项。新闻学与传播学共获1个二等奖奖项,占总奖项数的0.2%;社会学共获16个奖项,占总奖项数的3.21%。后者是前者的16倍。

第二届(1998年)共计评出412个奖项。新闻学与传播学共获4个二等奖奖项,占总奖项数的0.97%;社会学共计获奖15项,占总奖项数的3.64%。后者是前者的3.75倍。

第三届(2003年)共评出412个奖项。新闻学与传播学共获6个奖项,占总奖项数的1.46%;社会学共计获11个奖项,占总奖项数的2.67%。后者是前者的1.83倍。

第四届(2006年)共评出427个奖项。新闻学与传播学共获7个奖项,占总奖项数的1.64%;社会学共获12个奖项,占总奖项数的2.81%。后者是前者的1.71倍。

第五届(2009年)共评出634个奖项。新闻学与传播学共获15个奖项,占总奖项数的2.37%;社会学共获17个奖项,占总奖项数的2.68%。后者是前者的1.13倍。

从以上数据可以看出,在首届评奖中,新闻学与传播学处于低谷。在以后四届,该学科从总体上说呈现出上升趋势,与社会学的差距在缩小,但尚未有过成绩优于社会学的记录。

经加权处理后,社会学及新闻学与传播学在历次评奖中得分情况如下:第一届,社会学58分,新闻学与传播学3分,前者是后者的19.3倍;第二届,社会学31分,新闻学与传播学12分,前者是后者的2.58倍;第三届,社会学21分,新闻学与传播学14分,前者是后者的1.5倍;第四届,社会学18分,新闻学与传播学11分,前者是后者的1.64倍;第五届,社会学29分,新闻学与传播学25分,前者是后者的1.16倍。可见新闻学与传播学同社会学之间的差距从总体上说在缩小。该学科的曲线呈现出上升趋势,只有第四届稍显拐点状,但第五届较前有明显突破,从而展现出光明前景。

(二) 对全国优秀博士学位论文统计数据的考察分析

全国优秀博士学位论文评选,既是对各学科高层次人才培养质量的检阅,同时也是学科影响力的比拼。与教育部中国高校人文社会科学研究优秀成果奖这类主要按学科门类进行纵向评奖不同的是,优秀博士学位论文的参评论文首先要获得所在学校的推荐,或者要在省、市、自治区教育厅组织的评选中胜出,然后才能进入到由教育部学位管理和研究生教育司(国务院学位委员会办公室)组织的评选程序。这些评选较多体现出横向选拔的性质。学科的影响力和被认可的程度客观上必然会发生作用。从1999年开始,教育部一年一度评选全国优秀博士学位论文,至今共评选过12次,获奖博士学位论文总计1182篇,其中人文社会科学论文190篇,新闻学与传播学获奖论文4篇(平均每3年入选1篇)。新闻学与传播学优秀博士学位论文占人文社会科学优秀博士学位论文的2.1%,占有所有学科优秀博士学位论文总数的0.34%。在这一领域,该学科尚未摆脱地位较低和影响力偏弱的弱势学科的困境。

(三) 对2008年度CSSCI刊物上新闻学与传播学和他学科论文引用被引用情况的考察分析

前面所作分析都涉及奖项的评定,可理解为少数评委专家的行为选择和意见表达,

对新闻学学科影响力的评价反映出了他们的判断。而基于 CSSCI 刊物所载论文引用与被引用篇/次所作的比较研究,则反映出学者个人对新闻学的认可度和该学科对他们的影响力。因此,新闻学与传播学论文的被引用情况是其学科影响力的重要表征。从统计的数据来看,情况不容乐观。

CSSCI 刊物所载新闻学与传播学和其他学科论文引用被引用篇/次统计表

	新闻学与传播学引用	所占比例(%)	新闻学与传播学被引用	所占比例(%)
历史学	296	8.43	13	0.32
图书馆、情报与文献学	330	9.40	699	17.12
经济学	154	4.39	46	1.13
管理学	108	3.08	40	0.98
中国文学	71	2.02	19	0.47
政治学	62	1.77	18	0.44
法 学	62	1.77	17	0.42
社会学	51	1.45	14	0.34
语言学	50	1.42	14	0.34
教育学	49	1.40	49	1.20
艺术学	35	1.00	45	1.10
体育学	32	0.91	35	0.86
文化学	25	0.71	28	0.69
哲 学	19	0.54	10	0.24
民族学	9	0.26	2	0.05
马克思主义	7	0.20	1	0.02
综合社科	6	0.17	5	0.12
考古学	2	0.06	1	0.02
统计学	2	0.06	1	0.02

笔者在上文中曾谈到过新闻学学者与其他学科学者论文的引用与被引用的问题,提出了“逆差”说。以上简表则为“逆差”说提供了一定的实证依据。

根据对新闻学与传播学和其他 19 个学科 CSSCI 论文引用、被引用篇/次的统计,最大的“逆差”存在于新闻学与传播学同历史学之间,前者对后者的引用高达 296 篇/次(占 8.43%)和前者被后者引用 13 篇/次(仅占 0.32%)之比是 296:13,达到近 23 倍。“逆差”超过 3 倍的有 8 个学科:经济学、中国文学、政治学、法学、社会学、语言学、马克思主义、

民族学。存在“逆差”但小于3倍的有5个学科：管理学、哲学、考古学、统计学、综合社科。存在“逆差”的共计有14个学科。无“逆差”而表现为持平之态的学科为1个，即教育学（49：49）。新闻学与传播学同他学科相比被引用数大于引用数的有4个学科，即：图书馆、情报与文献学，艺术学，体育学，文化学。而后面三个学科同新闻学与传播学论文的引用与被引用数非常接近。只有同图书馆、情报与文献学的引用、被引用关系是一个特例，被引用数是引用数的2倍以上。该学科同新闻学与传播学的学科相关度甚高，这是一个重要原因。

三

新闻学有待进一步提升自身的学科影响力。以下几点是任何时候都不可以忽视的。

第一，致力于把研究做深、做实。近年来带领团队坚持每年撰写中国新闻传播学研究年度报告的童兵教授，密切关注新闻学学科领域的研究成果。他在2010年的年度报告中指出，纵观2009年新闻传播学学科研究，明显存在两个不足：其一，基础性研究下工夫不够，缺少标志性成果；其二，对策性研究深度不够，缺少理论性成果。^①笔者认为，需要有若干年磨一剑才形成的成果，不少新闻学著述已经达到这种水准。但仍有一些成果仅停留于谈感性经验和工作体会的层面，止步于罗列材料和描述案例。有的作者满足于撰写应景之作和提供速朽成果。总之，要紧的是增强本学科的实力。发展才是硬道理，实力才是硬道理。应体现“三个力戒”：① 潜心研究，力戒浅尝辄止。潜心研究，有赖于发现值得探索的问题，有赖于通过恰当的方式详细地占有材料，有赖于对问题进行独立思考 and 学理探讨。对于研究者中的在行的专家学者来说，他们对面前的成果是否为潜心研究的结果，是否具有比较高的学术价值，研究的难易程度如何，并不难判断。他们不认同只需举手之劳就能获得的、无学术价值可言的成果。吸纳外国学者的思想、学说、见解中的养分，或者借以拓展学术视野，或者以之为新闻学研究中的参照系，都是可取乃至必需的；但把外国学者的思想、学说、见解拿来，简单地套到中国的研究对象头上，则不值得提倡。这是缺乏潜心研究的典型表现。缺乏潜心研究的另一典型表现是：理论与通过理论想要解决的问题之间呈现为“两张皮”状态，所用的理论说明不了实际问题。如此，新闻学研究成果又如何体现学科影响力？② 追求深度，力戒泛泛而论。学科影响力所涉及的四方面人士，均不认同泛泛而论、缺乏深度的成果。常常有人评价新闻学门槛太低，甚至是“零门槛”。从事其他专业学习和研究的人，转行从事新闻学专业的学习和研究，可不必花费很大的力气，也不存在难以逾越的障碍。这与新闻学各分支学科的话语系统没有艰深晦涩的表述和“拦路虎”、几乎人人都能看得懂有关。这是该学科的一个特色。但是这并不表明新闻学研究注定没有深度。其实，用浅近的文字表达深刻的道理，也可以达到一定的学术高度。对此，不仅不应贬抑，相反倒是应该提倡的。许多获得好评的新闻学著述都具备了这样一种可贵品格。新闻学的优秀研究成果，不应是“举轻若重”型的，

^① 童兵. 中国新闻传播学研究最新报告[M]. 上海：复旦大学出版社，2010：31.

而应是“举重若轻”型的。将研究成果写成“天书”、让人根本无法读懂,不一定是学问深的表现。③ 体现新意,力戒人云亦云。学术研究鼓励创新,注重创新。成果多有原创作品自高。相反,重复他人的意见,或者只是为他人之论做脚注,或者说的是尽人皆知的话,都不可能获得同学科以及其他学科研究者的高度认同。学术研究中的新意不是唾手可得的,需要在较长的时间里对研究对象进行凝神思考,不断排除平平之见和一般之论,方才可能获得有价值的、有新意的见解。

第二,致力于把学科做强、做大。这里所说的“把学科做强、做大”中的“做大”,与把办学规模做大是不同的概念。按一般的说法,全国高等学校的新闻传播学类专业现在已经有15万左右的在校生,教学点也已超过800个,已经有了一定的规模。但在学科发展的一些主要指标上,如CSSCI刊物发文数、获得纵向科研项目数、优秀社科成果获奖数等方面,新闻学却难言“强”和“大”。在学科先“做大”还是先“做强”的问题上,人们难免有不同的看法。笔者的意见是:“做强”和“做大”,很难说孰先孰后。仅仅满足于“做大”(铺摊子、扩规模、跑马圈地)而不致力于“做强”(增强实力和深化内涵),当然是不可取的。但这只是问题的一个方面。问题的另一方面是:如果学科不能“做大”,则往往会影响和制约学科的“做强”。从申报教育部和各省、市、自治区人文社会科学成果奖项的情况来看,新闻学仍然属于基数偏小、处于弱势的学科。由此,新闻学与传播学获得的奖项配额相对较少;而按照设置奖项等级的“金字塔”原理,高等级奖项则往往空缺。在这种情况下,“做大”成了“做强”的前提性条件。

第三,致力于消除人们对新闻学的刻板印象。笔者认为,有必要就新闻学学科影响力的提升情况加以广泛传播。以教育部举办的五届中国高校人文社会科学研究优秀成果奖为例,新闻学与传播学获奖成果呈现的曲线,清楚地说明了该学科在影响力方面的明显进步。评奖结果与现实情况是相吻合的。然而无论是评奖结果的趋于优化还是现实情况相对于历史情况所体现的进步,在本专业和他专业的学者及学子中,充分知晓者尚少。许多人对新闻学学科状况的认识,仍然停留于以往所形成的刻板印象。这种刻板印象与现状不相吻合甚至大相径庭。如果任由它存在而不据实加以纠正,那么人们的刻板印象还会继续存在下去并不时地产生负面影响。根据事实加以实事求是的传播,虽并不是一个学术问题,然而又是新闻学与传播学学者必须做且必须做好的事情。

所有新闻学人对本专业的发展现状有清醒的认识并勉力去做,这是提升新闻学学科影响力的关键之点。相信假以时日,通过不懈努力,新闻学在提升学科影响力方面将会取得显著成效。

《《现代传播》2011年第6期刊载;

《新华文摘》2011年第19期转载)

鸣谢:南京大学社会科学研究评价中心白云老师提供了关于新闻学与传播学同其他19个学科CSSCI论文引用与被引用的数据和表格。在此谨表衷心感谢。

CONTENTS

目 录

■ 导论	001
一、改革开放以来中国的新闻理论研究	001
二、重视对当下新闻传播现实问题的研究	009
■ 第一章 中国共产党新闻思想新的发展	
——兼及国内马克思主义新闻思想研究	015
第一节 近年来中国共产党新闻思想的新发展	015
第二节 新中国成立后的马克思主义新闻思想研究	029
■ 第二章 政府、新闻传媒与公众互动研究	
——从三者关系角度进行的探讨	041
第一节 人民的“四权”与政府及新闻传媒	041
第二节 政府、新闻传媒、公众关系的失衡与平衡	053
第三节 从社会冲突视角探讨人为灾难报道	066
■ 第三章 新闻传媒与社会舆论及舆情	
——基于现实层面和学理层面的思考	084
第一节 舆情、舆论的联系与区别	084

第二节 网络舆情——虚拟环境中的实在舆情	089
第三节 舆情与新闻、与媒体的关系	100

■ ■ ■ 第四章 对新闻传媒的若干新认识

——关于媒体长短、竞争及影响力	105
第一节 对新闻传媒长短的新认识	105
第二节 对新闻传媒间关系的新认识	112
第三节 对新闻传媒影响力的新认识	119

■ ■ ■ 第五章 对提高舆论引导能力的探讨

——基于对历史和现实的考察	131
第一节 对新中国成立后舆论工作的历史考察	131
第二节 在新形势下提高舆论引导的能力	136
第三节 议程设置中的科学发展观话题	149
第四节 新闻策划：舆论引导的重要抓手	154

■ ■ ■ 第六章 严峻挑战：来自各个方面

——对党报改革的研究(上)	163
第一节 新形势下党报进一步改革势在必行	163
第二节 党报发展中的有利因素和不利因素	169
第三节 党报进一步改革的现实路径探索	173

■ ■ ■ 第七章 致力于报道方式的改进

——对党报改革的研究(下)	186
第一节 党报新闻报道方式优劣的分析	186
第二节 党报新闻报道方式改革的丰富内涵	191
第三节 个案分析：《新华日报》改革研究	196

第八章 报道题材与报道方式

——考察新闻传播效果的一种视角 215

第一节 对“负面新闻”概念的辨析 215

第二节 报道题材与传播效果关系探析 223

第三节 报道方式与传播效果关系探讨 229

第九章 时代变迁与新闻报道的嬗变

——从学理角度探析新闻报道的变化 242

第一节 新闻报道嬗变的内涵及动力 242

第二节 对新闻报道嬗变的历时性考察 247

第三节 对新闻报道嬗变的共时性考察 254

第十章 新闻伦理对新闻活动的制约作用

——对违反新闻伦理规约原因的探析 262

第一节 新闻伦理内容的两个层面 262

第二节 对违背新闻伦理行为的深层探究 267

第三节 力戒违背新闻伦理的各种行为 276

第四节 个案研究：对“杨丽娟事件”的反思 280

参考文献 288

附录 丁柏铨：理论不代表“空对空” 297

后记 310

新闻理论探索当坚持不懈。多年来,笔者有志于此。此前已有一些相应的研究成果出版。^①本著作是笔者对新闻理论进行再探讨形成的成果。再探讨,主要的意思并不是说在别人作过探讨的基础上由我再进行探讨,而是以自己此前的探讨为参照系再次进行探讨。力求做到:避免相同的内容重复出现,在同样的话题上努力体现有所深化;关注当下面临的新的现实问题,并从学理的角度作出思考和回答。

这样的探索,拟从对改革开放以来新闻理论研究的回眸开始。

一、改革开放以来中国的新闻理论研究

(一) 改革开放:新闻理论研究的沃土

改革开放以来,中国新闻理论研究取得了令人瞩目的成绩。这是有目共睹的。在对中国新闻理论研究进行回顾性阐述的时候,我们的考察不能不注意到如下重要背景——作为改革开放的前奏,党的指导思想在十一届三中全会上发生了历史性的变化。而在此之前,在邓小平、胡耀邦支持下开展的关于真理标准的全国性的大讨论,批评了“两个凡是”的错误思想,倡导解放思想、实事求是的精神,为党的十一届三中全会和后来的改革开放奠定了坚实的思想基础。十一届三中全会标志着党和国家的工作重心由阶级斗争向经济建设的转移,“左”的指导思想在党内的统治地位由此宣告结束。在此基础上,方可启动改革开放这一巨大的社会工程。

改革开放,涉及内与外两个方面。

^① 作为本著作参照的,有本人的如下论著:《新闻理论新探》(新华出版社1999年出版)、《中国新闻理论体系研究》(新华出版社2002年出版)、《中国当代理论新闻学》(复旦大学出版社2002年出版)、《新闻探索集》(社会科学文献出版社2007年出版)、《执政党与大众传媒——基于党的执政能力建设的研究》(江苏人民出版社2010年出版)等,请参阅。

先说对内。改革涉及经济、政治和文化等各个领域,变革与生产力发展要求不相适应的生产关系,变革与经济基础发展要求不相适应的上层建筑,经济社会因此而获得了前所未有的巨大发展。人民群众的物质文化需求与这种需求的满足程度同步提高。这既是新闻传播事业得以繁荣发展的条件,又是新闻理论学术研究兴旺发达不可或缺的要素。民主和法制建设得以大力推进,公民的表达权得到较为充分的保障,人们可以比较自由地展开学术讨论和发表学术见解。新闻理论研究与其他学术研究一样,获得了良好的环境条件。

再说对外。结束闭关锁国的状态,打开国门,与别国包括西方发达国家进行经济和文化的频繁交流,以借鉴异国发展经济、管理社会和治国理政的理念、做法、经验,避免故步自封、夜郎自大。

总而言之,在政治环境宽松、社会价值观念发生剧变和对外开放的情况下,社会思想包括学术思想空前活跃。

在改革开放以来的不平凡历程中,三个重大事件成为历史发展的重要里程碑。这就是:十一届三中全会,拨正了党和国家前进的方向,开启了一个新的历史时期;邓小平南巡并发表重要谈话,阐明了社会主义的本质是什么和建设什么样的社会主义等一系列重大问题,在他的倡导之下,我国确立了社会主义市场经济体制,市场成为配置资源的主要手段,改革开放由此进入了深化期;党的十六大召开,意味着中央领导集体新老交替的顺利完成,新的中央领导集体带领全国人民踏上全面建设小康社会的新的历史征程。以上三个重大事件,在改革开放以来的30多年中分别标志着相应重要历史段落的开始(而十一届三中全会又是整个新时期的开始和改革开放的开端);正因为如此,我们大致可以将改革开放以来中国社会的发展划分为三个阶段。中国改革开放以来的新闻理论研究,不能不受到社会发展的相应制约,因而与上述阶段划分是大体对应的。

在改革开放开始后的一段时间里,经过拨乱反正,新闻传媒的功能和人们对此的认识重新回归到了正确的轨道上,新闻传媒在社会生活中得以正常地发挥其应有的作用。但不断发展的社会生活和新闻实践,总是会向人们不断地提出许多新的问题。在改革开放的深化过程中,市场因素的作用力、影响力日渐加大,社会利益分配格局已有很程度的调整,社会阶层结构发生很大变化,社会舆情趋于复杂,舆论引导的重要性和艰难度凸显。随着信息时代的到来,随着传

播技术的日趋发达和“地球村”由预言成为现实,新闻传播领域出现了两个方面的重要命题:一是新闻传媒的重要性日益彰显,影响力进一步扩大;二是面临由于互联网崛起带来的一系列以前没有遇到过的问题。加之新闻事业蓬勃发展、新闻实践生生不息,新闻理论研究获得了许多新鲜的现实内容。所有这些,都使我国当代的新闻理论研究获得了前所未有的沃土。新闻理论与新闻实践的发展同步,与改革开放的伟大实践同步。进行纵向考察,我们不难得出如下结论:中国的新闻理论研究是与时俱进的,内容不断深化拓展,方法也逐步有所改进。

(二) 对改革开放以来新闻理论研究的分阶段考察

1. 对第一阶段的考察

从1978年年底至1992年年初邓小平在南方发表谈话前,这是改革开放以来中国新闻理论研究的第一个发展阶段。

这一发展阶段,开始于有着重大意义的党的十一届三中全会。在十一届三中全会上,中国共产党依靠自身的力量纠正了多年来在指导思想方面所存在的“左”的错误,果断地决定全党全国实行工作重心的转移,实行改革开放的基本国策。倡导解放思想、总结历史教训、探索前进道路、推行改革开放,成为当时中国社会生活中的主旋律。将被“四人帮”和林彪反党集团颠倒了的思想理论是非再颠倒过来,重新回归到科学和理性的轨道上来,重新恢复社会生活的正常秩序,是这一阶段全党、全国人民的要务。

这一阶段的前半期,新闻理论研究的重点是拨乱反正,清理和消除“四人帮”和林彪反党集团散布的极为荒谬的新闻观点(如“事实为政治服务”等),清理和消除在“左”的指导思想影响下新闻理论研究出现的诸多谬见、误识。值得注意的是:1978年年底,《人民日报》等首都数家新闻单位联合向财政部提交报告,要求试行“事业单位,企业化管理”的新套路,在保持事业单位性质不变的前提下,进行企业的某些相应的经营活动以弥补国家下拨经费的不足。这一要求获得批准,从而开了“事业性质,企业化管理”的先河,成为后来研究传媒经营和新闻事业管理不能不提及的重要史料。这一阶段的后半期,则有较多学者致力于研究西方传播学和信息论等的理论论著、观点,并借鉴吸收其中的有益成分,新闻理论研究的视野得以拓展。

这一阶段的新闻理论研究,沿着以下两条路径向前推进。

第一条路径：对马克思主义新闻思想进行研究。

1983年，中国社会科学院新闻研究所等单位主办了“纪念马克思逝世100周年研讨会”。这是改革开放以来国内关于马克思新闻思想的第一个学术研讨会。它开启了科学、理性、全面地研究马克思主义新闻思想的新的历史进程。这一阶段的后期出现了研究马克思主义新闻思想史方面的专著。

第二条路径：对某些重要的新闻基本命题进行研究。

——对新闻定义进行探讨。新闻定义涉及新闻理论研究的逻辑起点。研究者在“报道说”之外，又提出了“事实说”、“传布说”、“讯息说”、“手段说”和“信息说”等，并且不止一次地进行过论争。虽然最终未能形成关于新闻定义的“标准答案”和统一认识，但是这种百家争鸣、畅所欲言式的探讨对于学术研究无疑是颇有裨益的，折射出学术思想的活跃。

——就新闻真实性加以研究。真实性是新闻的生命。在“文革”中和“文革”前（例如“大跃进”年代），新闻报道“假大空”盛行，人们在这一方面有着切肤之痛。在改革开放的最初几年里，研究者的理论探讨已经触及具体事实与事实本质的关系问题。有的研究者指出，不仅要求对每一个具体事实的反映完全真实，而且要求对事实整体的反映完全真实，同时还要力求反映出事物的本质。围绕新闻真实性进行的探讨具有积极的意义，但有些研究仅仅停留于谈业务体会的层面。

——对新闻价值展开研讨。在“文革”中及“文革”前的一段时间里，新闻价值曾被视为资产阶级新闻观点而不被正面提及。改革开放后，自《解放军报通讯》1979年第7期最先刊出《谈谈新闻价值》一文始，就一直有研究者就新闻价值进行理论探讨。而关于新闻价值定义的不同见解（“标准说”、“素质说”、“功能说”、“效果说”等），则体现了这方面较早的研究成果。

——在研究中对新闻规律也有所触及。新闻有规律，在新闻实践中应遵循新闻规律，在新闻理论研究中应重视新闻规律研究。但在改革开放之前，新闻规律被束之高阁、不受重视。从不被重视到逐渐受到重视，这是一种历史性的进步。但限于当时的条件和认识水平，研究尚不够深入。

值得注意的是传播学、信息理论的传入，对新闻理论研究产生了相当大的影响。传播学理论看重受众在传播过程中的地位、注重传者与受者之间的互动、重

视对传播过程和传播效果的研究等诸多优点,为从事新闻理论研究工作的学界和业界人士所借鉴、吸收。信息理论中的核心概念“信息”,更是为新闻学者所频繁和广泛采用。

2. 对第二阶段的考察

从20世纪90年代初,邓小平在南方发表谈话至党的十六大召开之前,这是改革开放以来中国新闻理论研究的第二个发展阶段。

这一阶段体现出如下特点:

——中国共产党在理论上越来越成熟。邓小平理论的最后形成、“三个代表”重要思想的提出,都在这一阶段。“以正确的舆论引导人”,作为指导包括新闻工作在内的宣传思想工作的重要理念,有着重大的理论意义和实际价值。

——从理论和实践两个方面对中国特色社会主义的探索取得了具有突破性意义的进展。在邓小平的倡导下,长期以来形成并存在的“市场经济等于资本主义”这样的思想禁锢被彻底打破,与社会主义相联系的市场经济体制得以在中国大陆确立起来。这表明,在经济基础范畴,改革开放实实在在地深化了,并由此对中国的社会生活发生了全方位和深层次的影响。经济社会走上了发展的快车道。与此同时,一些与计划经济体制相对应的传统观念受到颠覆。

——在这一阶段的中期,互联网作为新兴媒体进入人们的视野并以惊人的速度融入公众的工作、生活,自此一发而不可收。在若干年内,网民数量呈几何级数增长,网络的影响力与日俱增,新闻传播的格局因之而改变,公众的工作方式、生活方式乃至思维方式都发生了深刻变化。

在这一阶段中,与社会主义市场经济体制的确立相适应,新闻传媒程度不等地进入了市场,几乎没有媒体不与市场发生千丝万缕的联系。经营,成为媒体运作中的一项重要内容。在1996年及此后的一段时间里,一批新闻单位组建了传媒集团,这成为新闻传播业发展中全新的实践内容 and 研究课题。就全国的情况而言,新闻传播业规模扩大、发展迅速。它涵盖了报纸、广播、电视等传统媒体和以互联网为代表的新兴媒体。各类媒体均获得了很大发展。在报纸媒体的格局中,在原有的党报、专业报和对象报以外,勃然兴起的都市报占据了重要的一席之地。电视媒体进行了频道专业化、制播分离等方面的改革和探索。网络媒体加盟新闻传播,其传播新闻信息和表达网民意见的作用日甚一日。媒体的分众