

21 世纪新闻传播学系列教材

新闻与大众传媒通论

JOURNALISM & COMMUNICATION

李永健 展江 主编



中国人民大学出版社

21 世纪新闻传播学系列教材

新闻与大众传媒通论

李永健 展 江 主编

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻与大众传媒通论/李永健, 展江主编.
北京: 中国人民大学出版社, 2003
(21 世纪新闻传播学系列教材)

ISBN 7-300-04979-6/D·895

I. 新…

II. ①李…②展…

III. 新闻学: 传播学-高等学校-教材

IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 085537 号

21 世纪新闻传播学系列教材

新闻与大众传媒通论

李永健 展江 主编

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室) 010-62511239 (出版部)

010-62515351 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北三河新世纪印刷厂

开 本 787×965 毫米 1/16

版 次 2003 年 10 月第 1 版

印 张 22.5

印 次 2003 年 10 月第 1 次印刷

字 数 407 000

定 价 26.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 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

21

世纪

新闻传播学系列教材

总序

20 世纪以来的 100 年,是世界新闻传播事业飞速发展的 100 年。这 100 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 100 年,也是中国新闻事业飞速发展的 100 年。其中最后的 20 年,即改革开放以来的 20 年,发展得尤为迅猛。综合有关部门发表的统计数字,截至 20 世纪的最后一年,全国已有公开发行的报纸 2 100 种,通讯社 2 家,广播电台 1 200 座,有线和无线电视台 3 000 多座。其中,报纸年出版总数达到 195 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 9 亿。与此同时,全国各类新闻从业人员的总数也已超过 55 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。回顾既往,展望未来,新闻传播事业在 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 100 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 20 世纪初叶,有 80 多年的历史。新中国成立前的 30 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 400 人，30 年间累计培养出来的毕业生人数还不到 3 000 人。新中国成立后，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 14 家。当时全国共有 343 家报社、78 座广播电台和 13 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 20 多年间的事情。这 20 多年来，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 60 所以上，专业点已超过 100 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 500 来人，现在仅本科生就有 6 000 人，加上大专生和研究生接近 10 000 人。20 年间累计向新闻单位输送毕业生超过 30 000 人。办学层次、办学规模、办学水平都有了很大的提高。在 21 世纪，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，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，而教材一旦完成，就可以直接嘉惠于学子，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 and 品种基本配套齐全，曾经为同时期的新闻教学做出过重要的贡献。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。步入 21 世纪，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，一是以高新技术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。

21 世纪，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做出她应有的贡献。这是出版者和全体作者共同的一点希望。是为序。

方汉奇

于中国人民大学

21

世纪

新闻传播学系列教材

前言

2003 年春天,中国大地爆发了一场瘟疫——“非典”(SARS)疫情。某广播电台的记者奉命赴外地进行执行采访“非典”疫情的任务,由于有与“非典”病人接触史,这名记者在到达目的地之后,也被作为与“非典”患者有密切接触史者而被隔离。采访任务眼看就要泡汤了,但是这名记者利用自己携带的笔记本电脑、数码照相机和数字化的采访机,深入到隔离区,把他的所见所闻真实地记录下来,通过一根电话线把医生以及各界人士抗击“非典”的真实情况以及新闻稿件迅速传递出去。电台不但及时播出了这位记者的稿件和采访记,还将他的稿件配上他发回的照片,刊登在电台的网站上。

大众传媒与我们现代人的生活息息相关。今天,媒介的发展不但改变着我们的学习方式,也在改变着我们的思维方式,并改变着大众传媒从业者的工作方式。媒介技术的发展使得原先不可思议的事情成为可能。因此,作为 21 世纪的大学生和未来的传媒人,了解和掌握各种利用新技术工具武装起来的新媒介就显得非常重要了。

过去的新闻学专业常开有一门名叫《新闻学概论》的先行课,其教学目的在

于帮助新闻专业学生了解新闻学的一些最基本的常识，在对传统的新闻媒介（过去叫新闻工具）即报纸、杂志、广播、电视和通讯社的介绍中，将重点放在报纸上，为其后的新闻史、新闻业务和新闻理论课程打下基础。它也作为新闻学以外各专业的选修课，为这些专业的学生了解新闻事业的历史和现状提供了最基本的材料。

时代在发展，媒介在演化。今天，纯粹传递新闻的传媒已经不复存在，而其他不一定发送新闻的媒介却影响着越来越多的公众。因此这样一门课程如果继续只涉及新闻媒介及其运作方式，就不再合乎现实的需要了。正像如今的新闻院系纷纷改名为新闻与（大众）传播院系、扩大专业内涵一样，如果今天的新闻专业学生只熟悉报纸、杂志、广播、电视和通讯社，而对图书这个我们的无声老师和电影这种重要的娱乐媒介不甚了了的话，那恐怕是要留下缺憾的。

本教材所做的一个尝试是突破新闻媒介和新闻信息的范围，从我们每一个人日常接触的各类传媒入手来安排全书结构，通过全面介绍各种传统和新兴大众传媒的特点、历史发展、现状以及基本运作方式，让学生了解综合传递新闻、广告和娱乐信息的大众传媒对现代社会的巨大影响和彼此的互动，让学生意识到大众传媒不仅仅是工具，它们还是一个一个的实体，必须按照它们的规则与它们打交道，利用大众传媒为个人和社会的发展服务，并且避免其负面效应。当然，我们对传统的新闻媒介，仍然会侧重于它们的新闻传播属性，同时会对这些媒介的业务新发展进行探讨。

二

本教材所做的另一个尝试是站在科技的角度来看待新闻和大众传媒的发展。我们认为，这对于文科门下的新闻学与传播学专业的学生尤其重要。今天，一个家庭可能比10年前最现代化的编辑部拥有更多的信息采集手段。房顶上架设着卫星接收天线，孩子的卧室里放着带调制解调器的个人计算机和有线电视，使人们能够看到几十个甚至上百个频道，摄像机、复印机和传真机就像电话一样易于拥有和操作。而且，具备交互性的多媒体技术正在向我们频频招手。无论是福是祸，我们已经进入了以发达的媒介技术为重要标志的信息社会。

作为当今第一强势传媒，电视不仅扩大和延伸了人们的视野，而且以其形象、生动、及时的优点提高了信息传播的质量和效率。

多媒体的概念虽然与电视的概念不同，但在其综合文、图、声、像等作为信息传播媒体这一点上是完全相同的。不同的是电视中没有交互性，传播的信号是

模拟信号而不是数字信号。利用多媒体计算机和互联网的数字化、大容量、交互性以及快速处理能力,对视频信号进行采集、处理、传播和存储是多媒体技术正在不断追求的目标。

以数字化技术为核心的新一代媒介正在向我们走来,现今的媒介是你中有我、我中有你,编辑工具不再只是手中的笔,还增添了更多的利器。因此作为新闻学与传播学专业的学生,要有一种跟踪工具发展的意识,时时刻刻关注新媒介技术的发展,将这些技术和工具运用到信息采集和处理上来。编辑本教材的目的之一就是帮助刚刚进入这一专业的学生树立这种意识,通过本课程的学习了解和掌握媒介技术的现状和发展趋势。

三

本教材一共分为11章。在第一章“总论”里面,我们主要对新闻与大众传媒进行理论层面的解读和剖析,这一章可以说是本书的灵魂,相对也需要多安排一些讲授时间。但是区区三四万字只能是点到为止,不可能详尽阐释各种概念和理论,并且难免挂一漏万。以后各章我们是按照印刷媒介和电子媒介这样一个分类标准大致进行安排。第二章到第五章属于印刷媒介,其实这是一个大致的标准,因为称通讯社这样的机构为印刷媒介确实不太准确(甚至有学者不把通讯社看成媒介,而认为它是媒介辅助机构)。第六章到第十一章基本属于电子媒介。当然本书在考虑内容安排时,对一些重点内容也作了比较大的篇幅安排,比如说第一章、第二章、第七章、第十一章这些章节的内容比较重要,所占的篇幅也就比较大。

有鉴于本教材读者对象为新闻与传播专业一年级本科生以及其他文理科专业选修本科生,在除了第一章以外的其余各章中,我们力争做到:1)反映世界和中国大众传播界的基本情况,能给学生一个感性和理性相结合的认识。2)材料具体、翔实、新鲜。3)体例大致统一。例如,各种媒介的定义、特点、分类、功能、历史、现状、未来、运作实务(组织架构与运作流程、商业模式等)。4)每章附有5本以上“进一步阅读书目”,以供学生扩展知识。5)文字具有一定可读性,同时确保科学性和准确性。

各章内容具体安排如下:

第一章:总论。介绍新闻学与大众传播学的最基本知识和原理,它以概念和其他知识点众多而明显不同于其后各章,并反映一些最新学术研究成果,目的在于为今后学习新闻理论和传播学原理课程扫除部分障碍。

第二章：报纸。有上千年历史的报纸可以被称为传统新闻媒介之王。在电视和互联网时代仍然以廉价、易携、综合、深刻见长。“在电视（互联网）上得消息，在报纸上得解释”将继续是人们使用新闻信息的基本模式。

第三章：杂志。形式上仪态万千、内容上五花八门的杂志或以专门性和专业性吸引分众化的读者，或以综合性尤其是时事政治性打动吸引社会中的精英人群。现代杂志与有线电视结合，创造出专业频道，则是近年来的一个重要发展。

第四章：图书。“书生”、“书卷气”、“书呆子”、“书香门第”、“掉书袋”这些熟语往往与知识分子相联系，不过即便是手不离书的“书虫”，对于图书上的各种“花样”和“名堂”以及图书的生产、流通过程也不见得知道多少。这一章帮助你认识图书的“庐山真面目”。

第五章：通讯社。作为向新闻媒介提供新闻的专业组织，通讯社有“消息总汇”之誉，往往又是一个国家国力强弱的象征。在 2003 年的美国对伊拉克战争中，新华社比国外同行提前 10 秒发出开战的消息，一改中国人在新闻的国际竞争中“慢三拍”的形象。

第六章：广播。加拿大传播学家麦克卢汉这样说：广播是孩子的村落，只许听，不许说。但这个“孩子”现在也长大了，它与互联网结合，既许听，也许说了。广播还是一种相对廉价的国际传播利器，自问世起就受到各国政府的“青睐”。

第七章：电视。有人把电视称之为重媒体，说它重，一是因为这种视听媒介的影响大，其次是这种媒介的技术比较复杂，制作起来颇费工夫。所以我们一开始就给电视下了一个定义：电视是一种技术性的大众艺术。

第八章：电影。本章会告诉你，随着电视的兴起，电影的影响开始消退，但是，吸取了文学、戏剧、绘画、建筑元素的电影走过了极为辉煌的百年历史，就艺术性而言，它高居各媒介之首，并且留下了不朽的人物和故事形象。

第九章：互联网。有人把互联网称之为第四媒体，或者称它制造了第四媒体空间——赛伯空间。除了影响经济和文化，互联网会不会使各国政府面对着更加开放和高效的信息披露要求，使得民主平等的观念更加深入人心？这样的问题恐怕是社会精英所共同关注的。

第十章：电子音像出版物。这是一种有可能替代印刷媒介的新型永久性信息存储和阅览媒介，虽然有专家预计这一时代很快就会来临，但是我们将看到的可能是它们继续共同繁荣。

第十一章：新媒体与新技术。互联网、电信和传媒结成“神圣同盟”，造就了当代信息技术的大发展，重新塑造着 21 世纪的社会面貌。新媒介新技术也在

不断发展和更新，本章主要介绍目前几种主流的媒介新技术，并展现了未来新媒介的发展趋势。

以上构想和写法当然远不是完美的，事实上我们的学识也很可能跟不上新闻与大众传媒日新月异的进步。此外，多名作者的写作风格也不尽相同。因此我们真诚欢迎读者对本教材的不足和缺点提出批评与改进意见。

李永健 展江

2003年8月

21

世纪

新闻传播学系列教材

目 录

第一章 总论	(1)
第一节 传媒·新闻传播·大众传播	(2)
第二节 新闻学与大众传播学	(24)
第三节 大众传媒与当代社会	(38)
第二章 报纸	(49)
第一节 报纸概述	(49)
第二节 报纸的历史	(52)
第三节 世界主要大国报业现状	(60)
第四节 报社实务举要	(69)
第五节 未来的报纸	(83)
第三章 杂志	(88)
第一节 杂志概述	(89)
第二节 杂志的历史	(95)
第三节 杂志的现状	(101)

第四节	杂志实务·····	(104)
第五节	前景与展望·····	(112)
第四章	图书·····	(116)
第一节	概述·····	(117)
第二节	中外图书出版简史·····	(122)
第三节	中外图书出版现状·····	(131)
第四节	图书出版过程·····	(136)
第五节	新技术的影响·····	(146)
第五章	通讯社·····	(149)
第一节	概述·····	(150)
第二节	通讯社的历史·····	(155)
第三节	世界主要通讯社·····	(160)
第四节	通讯社业务举要·····	(167)
第五节	网络时代的通讯社·····	(172)
第六章	广播·····	(176)
第一节	广播的传输系统·····	(177)
第二节	中外广播新闻事业简述·····	(182)
第三节	广播新闻采访·····	(189)
第四节	广播新闻写作·····	(194)
第五节	广播产业经营管理·····	(198)
第六节	世界广播的发展趋势·····	(202)
第七章	电视·····	(209)
第一节	电视媒体概论·····	(209)
第二节	电视基本原理介绍·····	(216)
第三节	电视媒体的特性·····	(223)
第四节	电视节目·····	(226)
第五节	世界电视的发展趋势·····	(231)
第八章	电影·····	(239)

第一节	概述	(240)
第二节	电影发展史	(244)
第三节	电影的现状	(257)
第四节	电影制作流程	(260)
第五节	电影的未来	(265)
第九章	互联网	(267)
第一节	网络媒体概说	(268)
第二节	网络媒体的发展脉络	(277)
第三节	网络媒体传播实务	(284)
第四节	网络媒体发展中的问题和展望	(295)
第十章	电子音像出版物	(300)
第一节	录音制品	(300)
第二节	录像制品	(305)
第三节	卡拉 OK 和电子游戏	(311)
第十一章	新媒体与新技术	(315)
第一节	数字通信	(315)
第二节	数字音频技术发展的方向	(317)
第三节	数字视频技术——虚拟演播室	(323)
第四节	流媒体技术与网络电视	(327)
第五节	互动电视的现状与未来	(333)
第六节	新媒体 新认识	(336)
后记		(340)



总 论

美国最著名的新闻记者沃尔特·李普曼在其 1922 年出版的著作《公众舆论》中讲述了发生在 1914 年的一个故事：大洋上的一个岛屿住着几个英国人、法国人和德国人。岛上不通电缆，英国邮轮每 60 天来一次。到了 9 月，邮轮还没有来，这些岛民谈论的话题仍然是邮轮上一次送来的报纸上报道的即将对法国财政部长约瑟夫·卡约的妻子 3 月 16 日枪杀《费加罗报》主编加斯东·卡尔梅特一案进行审判的消息。9 月中旬的一天，这些心情急切的岛民涌向码头，想听邮轮船长讲述判决结果如何。令他们不可思议的是，自 8 月初的 6 个星期以来，英国人和法国人为了所谓“协约”的尊严同德国人兵戎相见了，而这些仍像朋友一样相处的岛民事实上已经成了敌人。

时隔 87 年之后的 2001 年 9 月，在中央电视台内，本书作者之一通过国外电视在第一时间目击了美国纽约世界贸易大楼双子楼中的一座被一架飞机撞击后起火的现场画面。经过紧张的录制，几分钟以后，央视《现在播报》节目在北京时间 9 月 11 日晚上 9 点 18 分播出了这则惊人消息。更令人目瞪口呆的是，继续跟踪国外电视的编辑们从荧屏上看到了第二架飞机撞向世界贸易大楼第二座双子楼的实况。大家明白过来，这不是意外事故，而是有组织的恐怖袭击。

上述两个真实故事至少向我们揭示了两个道理：1) 新闻和大众传播媒介在

20 世纪得到了飞速发展。同近百年前相比,当代传播媒介已经实现了在瞬间把我们同发生在远在天边的人们周围的事情联系在一起。2) 传播媒介和信息环境在很大程度上决定了人们对外部环境的认知。难怪以预测人类全球问题未来为己任的世界超一流思想库“罗马俱乐部”在 1992 年发表的报告《第一次全球革命》中预言,21 世纪有三股影响人类的最大力量,其中之一就是传媒。

遵循这一思路,本书对各类大众传媒的发展脉络、内部结构、基本特征、性质功能和未来前景等进行概述和分述,并重点探讨它们与现代社会的强烈互动。

第一节 传媒·新闻传播·大众传播

一、信息时代的新闻与传播

(一) 信息与信息社会

20 世纪 50 年代以来,出现了一系列关于当下社会和时代特征的新理论。其中代表性的有:“丰裕社会”、“服务型社会”、“技术社会”、“后工业社会”、“知识社会”、“第三次浪潮”、“大众传播社会”、“地球村”、“网络社会”、“信息社会”等等。从这些理论的视角变化可以看出,社会科学家们从关注社会传统产业的变化逐步转向了选定一个新的关键词——信息。

美国新闻工作者和社会学家丹尼尔·贝尔在 1973 年出版的《后工业社会的来临》一书中将人类社会分为“前工业社会”(农业社会)、“工业社会”和“后工业社会”三个阶段。他分析说:“在前工业社会里,……占压倒多数的劳动力从事包括农业、林业、渔业、矿业在内的采集作业,生活主要是对自然的挑战。工业社会是生产商品的社会,生活是对加工的自然的挑战。在这个时代,技术化、合理化得到了推进。后工业社会是以服务业为基础的社会。因此,最重要的因素不是体力劳动或能源,而是信息。”

加拿大传播学家马歇尔·麦克卢汉在 1969 年出版的《地球村的战争与和平》一书中首次提出了“地球村”的概念。当时在大众传媒领域中发生了两件事:一是越南战争成为历史上第一次“电视化的战争”,被吸引在电视机前的美国公众成了这场战争的直接观众;二是 1969 年 7 月 16 日美国宇航员尼尔·阿姆斯特朗登上月球,这一新闻通过通信卫星进行了全球电视直播,媒介从此进入一个新的被人称之为直观的时代。正如陈卫星教授所言,麦克卢汉的传播理论虽然算不上大流派,但却是最普及的,被人解释最多的。^① 如今我们在某个网站上输入

^① 参见陈卫星:《麦克卢汉的传播思想》,载《新闻与传播研究》,1997(4)。