

JOURNALISM WEST

西方

新闻事业概论

■ 李良荣 著

■ 复旦大学出版社

新闻学高级教程丛书

526603



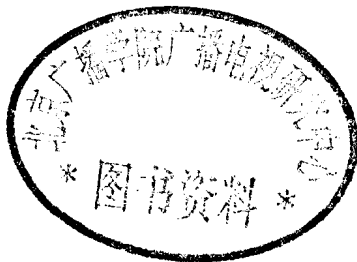
526603

• 新闻学高级教程丛书 •

西方新闻事业概论

李良荣 著

70.95/61



复旦大学出版社

责任编辑 顾 潜

责任校对 张利勇

G219.1
LLK

西方新闻事业概论

李良荣 著

出 版 复旦大学出版社

(上海国权路 579 号 邮政编码 200433)

发 行 新华书店上海发行所

印 刷 上海第二教育学院印刷厂

开 本 850×1168 1/32

印 张 10

字 数 230 000

版 次 1997 年10月第 1 版 1997 年10月第 1 次印刷

印 数 1—5 000

书 号 ISBN 7-309-01893-1/G·308

定 价 15.00元

本版图书如有印订质量问题, 请向承印厂调换。

内 容 提 要

本书客观、系统、历史地评述了西方各国(尤其是美国)新闻学的基本理论、新闻业务、新闻业经营管理以及新闻媒体的最新发展等,分析鞭辟入里,评判切中肯綮,具有很高的学术价值。对于全面、辩证地了解西方新闻事业的缺陷和精髓,以在扬弃中给予我们警示和借鉴,发展我国的新闻传播事业,具有较大的现实意义。

前 言

本书书名《西方新闻事业概论》，包含它们的新闻理论与实践。而实际上，在西方新闻学专业的词汇里，“新闻理论”一词已很少见到。并不是西方的新闻学没有新闻理论，而是原先的新闻理论已溶入大众传播学理论中去了。我们所理解的新闻理论与西方大众传播学理论已有很大的差别。

一、研究的领域不同。新闻理论仅仅研究报纸、广播、电视三大传播媒介的新闻、评论那两大部分，兼带广告和报纸上的副刊，对广播电视的娱乐节目（包括音乐、戏曲、电视剧等）基本不涉及。而大众传播学的研究对象包括报纸、广播、电视、电影、杂志、戏曲六大块的全部内容，而且大众传播学对新闻的研究所占的比重并不大。

二、研究的重点不同。新闻理论研究的重点是新闻媒介内部的运行，包括新闻体制、新闻以及新闻媒介的特性、功能、新闻工作的原则、新闻工作的技能技巧等。而西方大众传播学的研究重点是大众传播媒介与社会的互动，即社会（包括政治制度、经济体制、文化价值观、社会结构）和社会变迁对传媒的决定作用，以及传媒对社会、社会变迁的反作用，尤其是传媒的效果研究是大众传播学研究始终关注的重点。

三、研究方法不同。新闻理论的研究基本上采用定性的研究

方法,而西方大众传播学理论的研究基本上采用定量研究方法,虽然近些年西方批判学派的崛起,强调把定量定性研究相结合,但定量研究仍占统治地位。

四、研究的理论背景不同。鉴于政治对新闻媒介的运作过程具有极大的甚至决定性的影响力,新闻理论研究有浓重的政治学背景。而西方大众传播学理论研究的理论背景极其复杂,包括哲学、政治学、社会学、社会心理学、经济学等等,而且不断受到各种思潮的影响,从而使西方大众传播学理论的分支众多,学派、流派纷呈。

中国的新闻理论开始显露向大众传播学靠近的势头,但要建立中国的大众传播学为时尚早,新闻理论研究仍有相当的活力。为了便于研究借鉴,本书已把纳入西方大众传播学的新闻理论部分挖出来加以评述,或者说,还西方新闻理论的本来面貌。

本书涉及到西方新闻理论与实践的方方面面,那么毫无疑问,他们的新闻理论与实践植根于西方的资本主义制度之中。西方各国尽管在政治、经济、文化诸方面有不少差异,但作为资本主义制度,其基本特征是相同的,那就是:政治体制是以两党制或多党制为基础的三权分立;经济体制是以私有制为主体的市场经济;文化观念是以崇尚个体主义为核心的价值取向;社会结构是以中产阶级为基础的市民社会。西方的新闻理论与实践在其历史发展过程中不断变化,但万变不离其宗,其宗旨就是不断适应西方资本主义制度。这是我们认识、研究、借鉴西方的新闻理论与实践的基本出发点。

同时,我们还需要全面地、历史地认识西方的新闻理论与实践。西方的新闻理论与实践随着西方的历史条件改变而不断演进。

有些理论主张曾风行一时,但后来被西方新闻学者们摒弃了;有些理论主张占据着主流地位,有些可能很时髦,但可能是非主流的。所以,对西方的任何一本新闻学著作、各种新闻学观点,要从历史发展观点来看,要在全面认识西方的新闻理论与实践的基础上给予应有的评价。

目 录

前言	1
第一章 西方新闻学的研究框架	1
第一节 社会、媒介、受众三者关系的基本课题	2
第二节 新闻媒介内部研究课题	8
第三节 西方新闻学研究的基本学派	10
第二章 自由主义报刊理论	15
第一节 自由主义报刊理论的产生与发展	15
第二节 自由主义报刊理论的要义	20
第三节 自由主义报刊理论的哲学基础	22
第四节 自由主义报刊理论的现实困惑	24
第三章 社会责任论	29
第一节 社会责任论的提出	29
第二节 社会责任论的理论前提	32
第三节 社会责任论的基本观点	35
第四节 社会责任论的影响及问题	37
第四章 客观主义理论及其实践	42
第一节 客观主义理论的产生及内涵	43
第二节 客观主义理论面临的冲击	50
第三节 客观主义理论的拓展	57

第五章 新新闻主义理论及其实践	66
第一节 新新闻主义产生的背景及经过	66
第二节 新新闻主义的主要特点及其理论依据	70
第三节 对新新闻主义的评价	79
第六章 新闻媒介的功能研究	85
第一节 西方学者的新闻媒介功能观	85
第二节 媒介主持人的新闻媒介功能观	90
第三节 新闻媒介的效果研究	93
第四节 新闻媒介效果的基本理论模式	98
第七章 客观报道	108
第一节 客观报道的基本特征	108
第二节 客观报道的写作规则	112
第三节 倒金字塔结构	116
第八章 解释性报道	120
第一节 解释性报道的沿革	121
第二节 解释性报道的基本特点	124
第三节 解释性报道的写作要领	126
第四节 全面认识解释性报道	131
第九章 调查性报道	134
第一节 调查性报道的发展过程	134
第二节 面临的困难	138
第三节 记者的素质和调查性报道的采写	142
第十章 特写	150
第一节 什么是特写	150
第二节 特写的种类	153

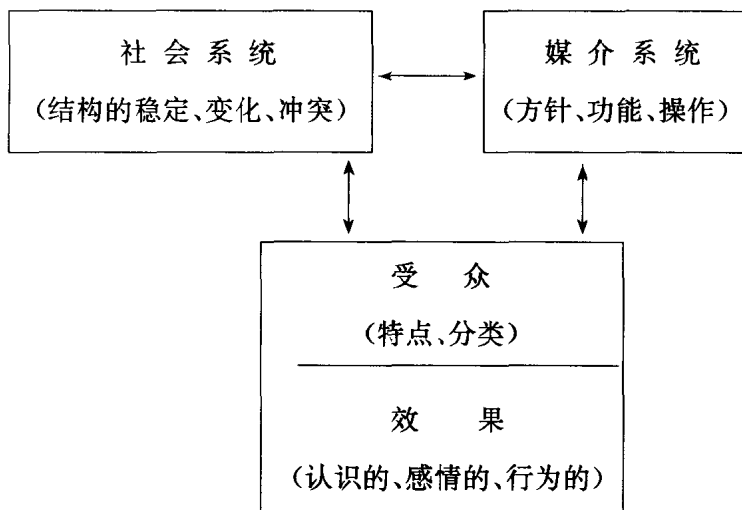
第三节	特写的结构与写作·····	158
第十一章	精确新闻学·····	163
第一节	精确新闻学的由来、发展和现状·····	163
第二节	精确新闻学的基本特点·····	165
第三节	精确新闻学的报道方法·····	167
第十二章	评论与辛迪加专栏·····	169
第一节	报纸言论版的基本情况·····	169
第二节	西方新闻界关于新闻评论的理论见解·····	172
第三节	西方评论的一些具体原则·····	181
第四节	读者投书栏目·····	186
第五节	辛迪加专栏与专栏作家·····	189
第十三章	新闻写作的基本技法·····	195
第一节	客观性技巧·····	195
第二节	易读性技巧·····	197
第三节	时效性技巧·····	199
第四节	导语写作技巧·····	201
第五节	新闻用语技巧·····	203
第六节	注意新闻来源·····	205
第十四章	西方新闻媒介的受众调查·····	209
第一节	受众调查的起源与发展·····	209
第二节	受众调查的学科背景·····	213
第三节	受众调查的方法与过程·····	217
第四节	受众调查对新闻媒介的影响·····	225
第十五章	西方新闻媒介的体制和管理·····	229
第一节	三种所有制形式·····	229

第二节	三种管理模式·····	233
第三节	西方国家的新闻法规·····	235
第十六章	西方新闻业的经营管理·····	242
第一节	经营管理在西方新闻业中的地位·····	242
第二节	西方新闻业经营管理的理论·····	248
第三节	西方新闻业经营管理的实践·····	253
第十七章	新技术的发展及其影响·····	261
第一节	日新月异的传播新技术·····	262
第二节	新技术对新闻媒介的影响·····	270
第三节	新技术对受众的影响·····	275
第四节	新技术对社会、政治的影响·····	277
第十八章	西方新闻伦理问题与新闻职业道德建设·····	281
第一节	早期新闻职业道德问题与新闻自律思想·····	281
第二节	社会责任论与西方新闻评议制度·····	286
第三节	美国的新闻职业道德建设·····	291
第四节	国际新闻职业道德建设与有关规约·····	295
第五节	当今西方新闻职业道德问题种种·····	298
后记	·····	304

第一章

西方新闻学的研究框架

西方的新闻学在研究些什么?它的主体部分是在研究社会(这里的“社会”一词暂且包括政府、企业、社区、文化等)、受众、媒介三者之间的互动关系。可以用下图来显示这一关系。



上述三者关系中,社会系统和媒介、受众与媒介之间关系直接影响媒介系统的决策和运作,而社会系统与受众之间关系则是上

述两者关系的前提。正因为西方新闻学的研究领域深深地涉及到社会系统和受众,那它必然涉及社会学、心理学、社会心理学、政治学、市场营销学、法学等等学科,并且以这些学科作为研究的理论背景。除上述课题外,西方新闻学也有新闻史和新闻业务方面的研究。各大通讯社、报社、电视台都把新闻业务的操作要求编成记者编辑的工作手册,加以规范化、程式化。有些媒介每年编辑一本,不断增加新内容。但这些操作规范变动不会太大,花大力气去研究已无必要。只有社会永恒的变动、受众兴趣永恒的变动使得媒介的决策和运作不断求新求变,需要新闻学者永远不断地追随时代的发展去研究,去探索。这就必然使社会、媒介、受众三者之间的互动关系成为西方新闻学研究的主课题。

第一节 社会、媒介、受众三者关系的基本课题

一、三者关系的四种基本学说

社会、媒介、受众三者关系的互动,西方学者基本上是以社会学作为理论依据来加以阐述的。社会学对社会运行以及社会发展的不同解释,形成了新闻学对三者关系的四种基本学说。

1. 结构功能理论。这个理论以柏拉图的《共和国》一书作为理论源头,由社会学的开山祖孔德创立,经著名的社会学家斯宾塞、涂尔干的进一步发展而确立,目前是西方社会学的主流理论。结构功能说的核心观点是把社会设想成一个有机体;有机体内以各部分(结构)组成互相依存的体系,其中每一部分都为该体系的平衡做出贡献;而一个部分的变化会引发该体系的暂时失衡,从而引发

其他部分的变化,甚至改变整个体系,形成新的平衡,使有机体产生新的功能。结构功能说强调社会各部分的协调、平衡。而大众传播媒介是社会有机体中不可或缺的一部分。它通过传播信息沟通上下左右的联系;传播文化——一个社会的共同信仰、规范和价值观——来凝聚社会的方方面面。而大众传媒如果传播各种形式的离异行为以及离经叛道的文化,必将使社会失衡。所以,结构功能理论特别强调大众传媒的社会责任感,强调它的沟通、协调、维护功能。但结构功能理论正面临着严重挑战,因为该理论一个致命缺陷是无法解释社会革命和社会变革。在新闻学术界有许多学者也批评该理论太保守,过多强调传媒的协调、维护功能而忽略传媒推动社会变革的作用。

2. 社会进化论。源于达尔文的社会进化论,曾在19世纪的社会学中占有统治地位,以后有些低落,而近20年又成为社会学的热门话题。社会进化论的核心观点是,社会和文化随着时间的推移总是在从简单形式向复杂形式变化着,而整个社会的发展趋势是社会在技术上越来越发达,社会越来越分化,社会各部分越来越相互依赖。持这一观点的新闻学学者以此来描述新闻事业的历史、现状和未来的发展。新闻事业包括它们的结构、体制、功能、技术及至各种文体都是一个自然发展过程,不断从简单到复杂的发展过程。在这一过程中,新闻媒介相互竞争、优胜劣汰;在社会变革过程中不断变革自身,在适应社会变化中维护社会的稳定,在满足社会需要过程中不断尝试新的形式。这种理论强调新闻媒介的自然发展,自由竞争,不断创新,自然选择,从而使新闻媒介不断进化(发展),也推动社会的不断进化。

3. 社会冲突论。西方社会学家自称社会冲突论源于马克思的

阶级斗争理论,从“阶级斗争是历史发展的直接杠杆”的理论中引发出来。它把社会设想成利益明显相异的各种群体,为追求自身利益而相互冲突;利益相互竞争、冲突的辩证过程产生一种社会变革的内驱力。所以,社会不是处于平衡状态,而是在永远的冲突中不断变化。^①持这种观点的新闻学者被称作批判学派。它们以社会冲突论来阐述新闻媒介和社会、受众的关系。任何一家新闻媒介都是具有自身利益(为营利、为争取社会地位和社会影响等等)的机构,它们始终处于内外两种冲突之中。这就使新闻媒介处于政府、法院、社会道德规则、受众、广告商所施加的一张复杂的限制网中展开相互竞争。比如,新闻媒介与政府之间的控制与反控制、监督与反监督的长期冲突,与广告客户的控制与反控制的长期冲突,与受众的干预与反干预、影响与反影响的长期冲突建构了新闻事业的历史、现状与未来。正如美国著名的大众传播学者梅尔文·德弗勒所说:“社会冲突模式为思考和研究有关我们不断变化的大众传播系统提供了一个富有成效的理论范例。”^②

4. 象征性相互作用论(也称涵化论,媒介真实论)。这是由美国社会学家查理·霍顿·库利和哲学家乔治·赫伯特·米德所创立。这个理论的核心是人的精神活动与社会传播的关系。他们的基本设想是:事物或形势的意义不在于它们的客观性质,而在于人们对它们的行为方式。说得明白些就是:人们并不是依客观现实的存在对外界作出反应,而是对他们在自己头脑里构建的世界作出反应。那么,头脑里的世界怎么构建的?当然有人们的亲身经验,但世界如此之大,没有一个人可能事事亲身经验。所以,对于人们没有什么其他信息来源的那些社会事件和问题,新闻媒介所提供的信息以及对这些信息的解释会影响人们的思维和行为。这种影

响是两方面的,一方面是长期的,日积月累,形成人们头脑里的一幅世界现实,并据此来决策自己的种种行为;另一方面是即时的,形成对某个具体事件的态度和行为。象征性相互作用论对于理解大众传播对个人和社会的影响,在目前的西方新闻学中具有重要的理论指导作用。

上述四种学说可以用一句话来概括:结构功能论关注社会稳定,社会冲突论重视社会变化,社会进化论强调社会适应,象征性相互作用论注重意义构成。

二、媒介和社会关系的两种主导性理论

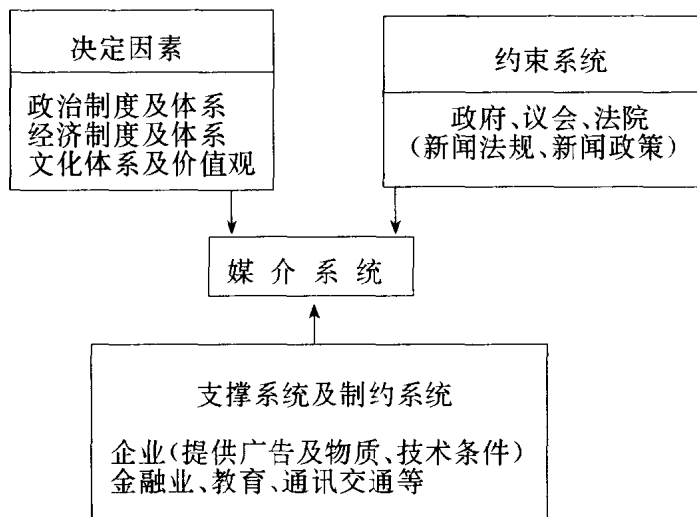
在媒介与社会关系中,西方新闻学者注重于研究一个国家的政治制度、经济制度、社会结构以及文化传统对媒介的决定作用以及新闻法规、新闻政策对媒介的制约作用。其中政府与媒介、企业(广告客户)与媒介、法律与媒介是西方新闻学者研究的永恒课题。这之间的关系可以图示如下(见第6页上的图)。

下述图示显示了新闻媒介与社会各系统的关系。从西方特定的历史背景出发,西方学者先后提出了自由主义报刊理论和社会责任论,成为西方新闻学的两大主导性理论,决定了西方新闻体制,规定了西方新闻媒介与政府的关系,指导了西方新闻媒介的运行方法。自由主义报刊理论和社会责任论的产生、完善以及影响,我们将在本书的第二、三章里详细阐述。

除了这两大主导性理论以外,在对媒介与社会关系的研究方面,当代西方新闻学有影响的理论还有:

大众文化论。大众传播工具的普及以及先进的传播手段的采用,使文化越来越标准化,文化越来越趋同;一些亚文化越来越消化其个性而溶入主流文化;一些阶级、种族、宗教、民族的意识差异

在现代社会正趋于缩小。试想几亿人口、甚至全球几十亿人口同看一档节目,那将对任何有个性的文化带来强烈的冲击。



政治经济媒介理论。它从市场运作原理入手来揭示西方新闻媒介的本质。该理论把媒介机构看作经济体系的一部分,媒介出于老板们的利益需要,必然不断地扩大市场,以获取超额利润,至少要取得资本的平均利润率。这样一来,一些缺乏经济实力的群体被排斥,一些实力雄厚的大团体瓜分市场,并团结一致在新闻市场上巩固地盘排斥任何外来者。独立的媒介没有了,对现存秩序发出的挑战声音不可能公开传播,留下来的声音很少会去批评现存的秩序,不想再去作权力再分配。

文化霸权理论。它从马克思的一个著名论断“统治的思想始终不过是统治阶级的思想”为理论依据,揭示新闻媒介把精心包装的统治阶级的意识浸透在大众传播中,侵蚀了公众的意识,模糊了他们的阶级界线,使得公众也热衷于技术至上主义、享乐主义和无阶