

XINWENXUE LUNJI.

新闻学论集

第三辑

中国人民大学新闻系
《新闻学论集》编辑组编

中国人民大学出版社

新闻学论集

第三辑

中国人民大学新闻系
《新闻学论集》编辑组编

中国人民大学出版社

新闻学论集
第三辑
中国人民大学新闻系
《新闻学论集》编辑部编

中国人民大学出版社出版
(北京西郊海淀路89号)
中国人民大学出版社印刷厂印刷
(北京鼓楼西大街胡同61号)
新华书店北京发行所发行

开本: 850×1166毫米32开 印张: 7.75
1981年10月第1版 1982年1月第1次印刷
字数: 204,000 册数: 6,300
统一书号: 7011·85 定价: 0.80元

目 录

传播方式的探讨·····	郑兴东 陈仁风 (1)
发挥广播个性和特长·····	苑子熙 (23)
试论电视剧·····	裴玉章 (38)
政论说理的形象性·····	胡文龙 (56)
谈报纸编辑工作的特性·····	包 慧 (71)
试论社会新闻·····	刘志筠 (83)
关于广告业务实践的若干问题·····	黄卓明 (94)
——试论广告之三	
一九八〇年新闻标题选评·····	人大新闻系 77级集体评选 (110)
新闻事业——阶级的舆论机关 ·····	何梓华 (123)
对新闻理论几点分歧意见的看法 ·····	甘惜分 (140)
新发现的一篇鲁迅佚文 ·····	方汉奇 (168)
《前进报》是怎样前进的 ·····	陈力丹 (174)
——记马克思恩格斯在《前进报》的工作	
列宁——广播事业的先师 ·····	赵水福 (190)
略论《火星报》的分裂 ·····	贾培信 (196)
斯诺与《密勒氏评论报》 ·····	崔维征 (207)
编写“中国现代新闻史”若干问题浅见 ·····	刘建明 (224)
怎样编写中国新民主主义时期的新闻史 ·····	关世申 (234)
——兼与王凤超同志商榷	

传播方式的探讨

郑兴东 陈仁凤

传播，在现代社会中，几乎无处不在，无人不直接、间接地与之发生关系。它已成为现代社会中最普遍、最常见的社会现象之一。随着现代化的不断发展，各类传播，如报纸、广播、电视等已日益成为人们生活中不可缺少的一部分。它把遥远的变成眼前的，把个人的变成社会的，把陌生的变成熟悉的。每一个人每天几乎都可以借助各种传播工具与哪怕最遥远、素不相识的人交谈。人们在地理上、心理上的隔绝已变得不是那么不可逾越了，而要建设现代化，这种隔绝正是亟需克服的障碍之一。一个与外界隔绝，老死不相往来的穷乡僻壤，不会真正懂得现代化的意义，更不可能知道怎样去建设现代化；一个遗世而独立、闭目塞聪的人要想成为建设现代化的勇敢进击者，同样也是不可想象的。

因此，对传播的研究，不能不是现代社会的一个重要课题。它对于促进现代化的建设具有重要的意义。

传播的研究，包括传播者的研究、信息的研究、传播工具的研究，接受者的研究，传播效果的研究等。而传播方式的研究就是其中的一个重要方面。

传播方式指的是信息形成以后，表现于从传播到接受过程中的具体方式。信息是一个极为广泛的概念。从传播来说，它泛指一切被传播的内容，如事实、观念、态度、情感等。在报纸、广播、电视这些传播工具中，每一种信息都有其不同的具体内容和表现形式，从而对读者、听众、观众产生不同的印象和接受效果。以被传

播的事实为例，就可能有真实、虚假，新鲜、陈旧之分，也可能有典型、一般，生动、单调之别。它可以表现为文字、符号，也可以表现为图象、声音；这些都属于信息本身的问题，即信息的具体内容和表现形式问题。信息形成以后，怎样表现于传播过程？这就提出了传播方式问题。传播方式具体指的是信息的流向的确定，信息量的控制，信息之间的关系的处理，信息的传播时机，传播的时间、空间的选择等这样一些方面。

传播方式对传播效果的能动作用

讲究传播方式绝不是毫无意义的。传播方式在信息的传播过程中，不是一个消极的传送手段，它对传播效果有巨大的能动作用。这种作用表现为以下几个方面：

第一，它可以影响信息的接受程度。

传播的效果不是由传播者发出多少信息来决定的，而是由传播者发出的信息到底有多少被接受者所接受而定的。事实证明，传播过程中，信息的发出和接受往往不可能是完全等量的。信息在传播过程中总要有一定的损耗。造成这种损耗的原因是多方面的，传播方式的选择和运用不当往往就是其中的一个重要原因。因传播方式选择、运用不当所造成的信息损耗，主要有以下几种：

一是迟缓损耗。信息从传出到接受，总要有一个时间历程。这种时间历程的长短，对于某一类信息（如文艺）影响比较小，对于某一类信息（如新闻）关系则甚大。迟缓损耗指的就是由于传播方式选择、运用不当，传播的时间历程太长，信息未能迅速传给接受者，失去了对接受者的应有吸引力，造成了信息的不能完全被接受，因而形成的信息损耗。比如，有些动态新闻，报纸本应及时刊登，但是为了要与其他稿件组合配套（如组织专栏），而其他稿件又一时未配齐，结果积压了一段时间才得以见报，使新闻的时效丧失，从而降低了新闻价值。这就是因迟缓而造成的信息损耗。

二是阻塞损耗。信息的传出并不意味着信息的接受。信息的传播方式必须有利于接受者的接受。如果盲目传播，在一定时间内，信息量超过了接受者的接受能力或需要，就可能造成信息的阻塞损耗。比如，一篇洋洋万言的长篇大论，在平时发表，读者没有那么多读报时间，欲读而不能，就不可避免地会造成阻塞损耗。如果化整为零，进行连载，效果就可能好些。如果一定要一次登完，在星期天刊出，因为人们有比较多的读报时间，能读完它的人可能比较多，信息的损耗也就会小一些。国外报纸，星期刊的篇幅很大，平日则相对要少一些，也是为了使信息能最大限度地被接受，避免不必要的阻塞损耗。（我国有些报纸星期日的篇幅反而要比平日少，这恐怕不能说是一种好方法。）

三是干扰损耗。不论是报纸、广播还是电视，每一种信息的传播都必然要与其他信息的传播在空间或时间上发生关系，或同时并存，或前后相继。如果传播方式选择、运用不当，两种并存或相继的信息就可能发生相互干扰的情况，使信息不能集中地、清晰地被接受者所接受，从而造成信息的损耗。比如，一家地方报纸要突出报道当地一个重大先进典型，但当天正好有全国性的重大事件发生，先进典型的报道不得不“让位”，而在版面上屈居次要的位置。人们读报时的注意首先集中于全国性的重大事件的报道，这个典型报道所传播的信息，就可能因受这个报道的“干扰”而有所损耗。有的报纸为了避免这种干扰损耗，就不得不将本地的典型报道压一两天，等到没有其他重大新闻时再发。当然，这要在时效上允许，否则又可能因失去时效而导致另一种信息损耗——迟缓损耗。

四是不和谐损耗。传播者和接受者组成传播中的一对矛盾。他们之间有统一的一方面，也有对立的一方面。对于要传播的信息来说，传播者是已知者，接受者是未知者。传播者把信息传给接受者，对于接受者来说是一个从未知转化为已知的过程，因而传播的结果必然导致接受者认识现状的某种变化。这种变化可以表现为增加，即增加对某一事实、观点、知识的了解；也可以表现为改变，即传播者所

发出的信息与接受者的原有认识发生冲突，从而导致原有认识的改变。增加，因为是和接受者的原有认识一致的，接受就比较容易，往往可能伴随着愉快的情绪；改变，则是与接受者的原有认识不一致的，接受就往往不那么容易，甚至可能伴随着痛苦。一个好的传播方式，会使传播者和接受者的关系变得和谐，使接受者接受信息时的愉快得以保持，痛苦得以减少或消除；而一个不好的传播方式却可能使这种愉快消失，痛苦增加，从而对本来可以接受的信息也产生抵触，导致传播过程的不和谐损耗。比如，报道某一种出口商品改进包装，这本来是一好消息，可能是人们乐于知道的，但是如果当地这一商品因为某种原因暂时紧缺，此时来报道这一新闻，情况就可能相反，它反而可能引起人们的不快，从而产生对新闻信息的不能接受。相反，如果一篇文章的观点、论述有某些不周到之处，这本来会增加接受者的不愉快情绪，影响他去思考、接受文章中的正确部分。但是当这篇文章是采取“问题讨论”的方式而不是采取单方面论证的方式出现时，那么，虽然文章中的不周到之处并未改变，但接受者因为感觉这只是一种不同意见的讨论，这种不愉快的情绪可能就会小一些，从而就可能去思考、接受文章中的正确部分。

综上所述，传播方式如果选择、运用不当，就可能导致信息的各种损耗，使信息的接受程度大为减弱；相反，传播方式选择、运用得当，就可以避免或减少这种信息损耗，使接受者获得最多的信息量。

第二，影响接受者的人数

传播不同于个人之间的交流，它的对象不是个人，而是公众。传播的效果不仅取决于接受者接受的程度，而且也决定于接受者的人数。由于文化水平、生活习惯等的不同，人们对不同的传播方式往往有不同的适应程度。因此，一方面要根据不同的对象选择和运用不同的传播方式，另一方面更要善于选择那些适合大多数接受者所能接受的传播方式。一个好的传播方式总是最为广大接受者欢迎的传播方式，而一个选择和运用不当的传播方式往往可以把接受者赶

跑。

第三，影响接受者对信息的态度

传播方式并不只是被动地把传播者的信息通过一定的方式传给接受者，一定的传播方式在传播信息的同时也发出本身的信息。这种信息一般表现为对传播者发出的信息的褒或贬，扬或抑的态度。因而它能强化或者削弱传播者所发出的信息。有时它还能赋予原有信息所没有的一种新的意义。任何传播工具，如报纸、广播、电视等都不是事件的客观传递者，它们对事件都持有一定的态度和立场。正因为如此，对于同一个信息，特别是涉及阶级利益的信息，无产阶级传播工具与资产阶级传播工具就不可能采用相同的传播方式。而信息的传播方式正是这种立场和态度的表现手段之一。

下面仅就信息的流向、信息量的控制、信息间的关系的处理几方面，对传播方式进行一些探讨。

单向传播、回应传播和相向传播

从信息的流向来区分，传播方式可以分为三种，即单向传播、回应传播和相向传播。

一、单向传播

即由传播者（如记者、通讯员等）通过传播工具直接把信息传播给广大的接受者。在传播过程中，传播者和接受者（读者、听众、观众）不发生直接的交流，接受者除了接受信息以外，并不表现于信息的传播过程。信息的传播是单向的。用图来表示这种传播过程，就是：

传播者 —————→ 接受者

报纸、广播、电视的新闻报道都采用这种传播方式。因为人们虽然都需要了解新闻，但作为接受者，他们并不一定具体知道将会发生或已经发生了什么国内外重大新闻，因而不可能提出具体的传播要求。单向传播的特点正在于可以把信息直接发给接受者，满足接受

者被告知的要求，因此，它就理所当然地成了报纸、广播、电视新闻报道的主要传播方式。

单向传播可以在事实发生后立即将信息发出，不需要等待接受者发出要求，可以做到迅速及时，避免信息的迟缓损耗。这也是新闻报道采用单向传播方式的重要原因之一。

需要指出的是，在单向传播过程中，接受者虽然并没有直接提出传播的具体要求，但是每一个接受者都有自己对某一方面传播内容的需要和兴趣。其中有许多需要和兴趣是具有普遍性的。因此，单向传播并不意味着传播者可以不顾接受者的需要和兴趣，可以任意由自己决定给接受者传播些什么；恰恰相反，只有充分了解接受者，针对广大接受者的需要和兴趣来进行传播，所传播的信息才能真正被广大接受者所接受。有效的单向传播的过程实际上都是从接受者开始的，只是这个接受者不直接地、公开地表现于传播的过程罢了。因此，应该这样更确切地来表示单向传播的示意图：

接受者……………→传播者————→接受者

如果传播者在传播过程中忘记了前一个接受者，那末，传播的信息也很难真正传通到接受者。因此，要确保单向传播成功，就必须对广大接受者的需要和兴趣进行调查和分析，以避免盲目传播，造成信息的损耗。

二、回应传播

即传播者是直接根据接受者提出的要求、问题来进行传播，传播者的传播是对接受者所发出的信息的一种回应。报纸上的“答读者问”、“信箱”、广播、电视应听众、观众编排的节目都属此类。在这种方式中，接受者除接受信息以外，还表现于传播过程，传播者与接受者有直接的交流。用图来表示，就是：

接受者————→传播者————→接受者

因为传播者直接面向接受者所提出的要求来进行传播，因此，它就具有这样一个明显的特点：所传有针对性，不容易犯无的放矢的毛病。而且因为接受者也直接表现于传播过程，不是完全处于被动的

被告知地位，因而与传播者关系更为融洽，也就更乐于接受传播者所发出的信息。报纸对于读者特别是青年读者中存在的某些思想问题，采用“答读者问”、“信箱”的形式来分析、评论，双方有交流，娓娓而谈，比较亲切，往往能收到较好的效果。邹韬奋主编的《生活》、《大众生活》就成功地运用了“信箱”这种传播方式，广大读者在来信中提出了他们在人生道路上遇到的种种挫折、困难、疑惑，要求编辑部给予帮助和解答。刊物在发表来信的同时，由编者或作者给予热忱的回答。“信箱”真正成为广大读者的“好朋友”，受到了广大读者的热烈欢迎，来信日增，有时一个月竟可达万件，在当时的国民党统治区，这种情况是十分罕见的。《生活》、《大众生活》的“信箱”所以受广大读者的欢迎，固然主要是因为刊物的主编邹韬奋能够“与读者的悲欢离合，甜酸苦辣打成一气”^①，但是“信箱”这种传播方式有利于作者与读者的沟通，也不能不是一个原因。现在许多报纸都运用了“信箱”或与“信箱”类似的回应传播方式。如《中国青年报》的“青年信箱”，《北京晚报》的“请教阿凡提”就是。它们都受到了读者的欢迎，取得了比较好的效果。

采用回应传播时，要注意的是，传播过程中的前一个接受者与后一个接受者并非是等同的。前一个接受者可以是个人，也可以是群体；但后一个接受者必然是群体，不可能也不应该只是个人。因此这两个接受者也可能存在着矛盾。比如，接受者提出的要求或问题只是个别性的，并无普遍意义，满足这种要求，回答这种问题，也可能不受广大接受者欢迎。只有当接受者所提的要求或问题具有普遍性，符合普遍兴趣的时候，所回答的内容才能真正吸引广大接受者。邹韬奋的《生活》《大众生活》的《信箱》、《中国青年》的“青年信箱”、《北京晚报》的“请教阿凡提”也并非是对读者提出的所有问题都在报刊上进行回答，而是选择那些虽是个人提出却具有普遍性的问题来进行回答，因而才能在群众中引起积极的反响。

三、相向传播

即传播者与接受者都向对方发出信息，传播者与接受者共同参与并表现于整个传播过程。在这种传播方式中，传播者既是接受者，接受者也可以是传播者。用图来表示，就是：

传播者 $\longleftrightarrow$ 接受者

报纸上的讨论，座谈都属此类。这种传播方式的特点是，能在很大程度上打破传播者与接受者的界限，从而消除两者之间的隔阂，使信息能比较容易地被对方所接受。因此，融和性是这种传播方式的显著特点。虽然双方的意见可以不一致，甚至争论很激烈，但这种方式有助于消除这种分歧。这种方式的另一个特点是探索性。它不是先把结论告诉读者，而是在交流、讨论的过程中逐渐使意见明确起来，一致起来。读者经历提出问题，展开争辩，到最后得出某种结论的整个过程，因此，读者最后得出的结论，是经过自己的思考过程的，因而容易成为自己的东西。有时，讨论最后并未取得一致意见，但这种讨论至少有助于今后这种结论的形成。

对于人民内部一些有争议的问题，采用这种传播方法，往往能收到较好的效果。

这种讨论在我国报纸上已成为一种比较常见的报道方式之一。建国以后，有许多次讨论，比如五十年代关于李四喜思想的讨论，关于刘介梅思想的讨论，去年《中国青年》等报刊的关于人生意义的讨论，都在全国范围内产生了巨大反响。广大群众踊跃参加讨论，各抒己见，使讨论真正成了群众性的自我教育的大课堂。对于端正某些错误思想，统一人们的认识，明确前进方向，都起了积极的作用。实践证明，它的这种作用，是其它传播方式所不能代替的。

当然，并不是所有有争论的问题都需要或都可以采用这种传播方式。首先，讨论的题目要有普遍兴趣，真正是广大群众所关心的问题，是现实生活中迫切要解决的矛盾。过于专门的问题，枝节问题，不可能吸引广大接受者来参加讨论。其次，题目要有可争论性，即本身包含的矛盾比较复杂，有话可说，如果问题三言两语就能解决，也就很难展开争论。

这种相向的传播当然也不可能完全自发地进行，必须加以必要的组织和引导。比如，恰当安排稿件，使争论双方的意见都有表达的机会；及时明确争论的焦点，把讨论引向深入；组织某些重点稿件，以利于引导；掌握时机，适时停止，并进行必要的小结，等等。

集中传播与分散传播

一项报道从开始到结束，播出的若干数量的信息构成了这项报道的信息总量。对于这一信息总量采取什么方法播出？是分一二次播出，还是分多次播出？每次与每次之间有多长的间隔？每次播出的信息量多少？这些问题都涉及到对信息量的控制。根据控制的方法来划分，传播方式又可分为集中传播与分散传播两种。

集中传播指的是传播时间和空间的集中。分散传播指的是传播时间和空间的分散。

现在先谈谈传播空间的集中与分散。

传播空间，这里特指版面空间而言，因此它只是报纸所能利用的传播方式。所谓传播空间的集中，就是集中大量篇幅（版面空间）来传播某一种信息。所谓传播空间的分散，就是分散地使用版面，用来同时传播多种信息，压缩每种信息在版面上所占有的空间。以单个信息作比较，前者比后者占有的版面空间大得多。

传播空间的集中，有以下两个好处：

首先，声势大，能引起读者的注意。心理学的研究成果表明：外界刺激的强度和有机体的反应的效果，在一定限度内维持一定的正比关系。即在同一条件下刺激的力量愈大，反应的效果愈大。刺激的力量愈小，反应的效果也愈小。在组织报道中，利用这一特性，增加同一信息在版面上所占有的空间，就能对读者发出强烈的刺激，引起他们的充分注意。例如，对于国内外发生的重大事件，就往往采用集中传播的方式进行报道。有一些常常被人忽视的重要问题，采用集中方式传播，也能收到较好的效果。今年二月九日，天津日

报针对社会上不少青年瞧不起平凡工作岗位的思想，以《平凡的人们 美丽的心灵》为总栏题，发表了有关修脚工、送煤工、排水工、乘务员、瓦工、清洁工、纳鞋工、养路工和煎药员热爱本职工作的九篇报道，热情地歌颂了他们的高尚思想。由于采取集中传播的方式，声势比较大，比一般报道更引人注目。此外，正由于集中，才可能显示比较广阔的社会面，使“分工不同，行行光荣”的思想得到具体的表现。

由于集中传播能够集中来自各个方面的信息，因此它还有另一个特点，这就是反映面广，能反映事物的全貌。例如，在报纸开展问题讨论的过程中，为了活跃思想，启发大家思考，常常需要把各种具有代表性的观点同时介绍出来，这时采用集中传播的方式就比较合适。例如，关于“铁饭碗”该不该砸的讨论，北京日报在一个版上就发表过《我赞成砸“铁饭碗”》、《“铁饭碗”应维护，但不应滥发》、《对“铁饭碗”要具体分析》、《“铁饭碗”是社会主义优越性的表现》等几篇文章。此外，围绕解决某个问题，同时介绍各种类型的经验、作法，围绕对某一重大事件的反应，报道工农兵学商各界具有代表性的人物的谈话，运用的也都是这种方法。

在传播空间的利用上，集中有集中的长处，分散也有分散的好处。分散传播信息，在版面上占有的空间小，不特别引人注目，没有那么大的声势，这种特性恰恰适用于传播一般常见的大量信息。这些信息所反映的内容不是举世瞩目的重大事件，不是党和国家的重大决策，不是人民群众关心的重大问题，因此没有必要大造声势，把群众的视线集中到这方面上来。有些问题（例如人民群众的住房困难）虽很重要，但彻底解决它的条件尚不具备，只能是创造条件逐步解决，如果过多采用集中传播的方式，大造舆论，反而使矛盾激化，不利于问题的解决和社会的安定团结。在这类情况下，采用分散传播的方式既把问题提出来了，又不过分突出渲染，恰到好处。集中传播的声势所以大，也因为有分散传播的衬托，如果取消了分散传播，一律采取大造声势的办法，以强势对强势，必然导致

信息的干扰损耗，从而使集中传播的目的不能实现。本来外界刺激的强度和有机体的反应的效果成正比，是在一定的限度之内的。如果超过了限度，过量的外界刺激必然使接受者难以接受，导致信息的阻塞损耗。

对于信息量的控制，除了表现在对传播空间的利用外，还表现在对传播时间的利用上。广播和电视就是利用传播时间来进行控制的。报纸除了利用传播空间来进行控制外，也利用传播时间来进行控制。

对传播时间的控制，同样离不开集中和分散这两种方法。所谓集中，就是对某种信息传播的次数多，每次与每次之间的间隔短。所谓分散，就是对某种信息传播的次数少，间隔的时间长。在这里，间隔时间的长短是个重要因素。间隔时间短，传播次数就多，信量的播出量就大；间隔的时间长，传播的次数少，信量的播出量就少。

传播时间的集中，对于信息的传播究竟有什么好处呢？

首先，具有较大的强势。

人接受信息，是一种高级神经活动，而高级神经活动具有一种累积的规律。即：微弱的刺激不断作用于大脑，它的微小作用会逐渐积累起来，到一定的程度就会使神经细胞兴奋起来，引起有机体的反应。我们在传播中，采用时间上集中的办法，就是利用了这一原理。尽管每次传播的量不多，刺激的强度不大，但由于不断传播，这种刺激在接受者的头脑中累积的越多，就会产生强烈的印象。凡是在宣传中需要造成强大的声势，都是采用这种方式的。

由此看来，在传播中无论是空间上的集中还是时间上的集中，播出的信息量大，都具有很大的强势。这是它们的共同之处。但是，仔细分析起来，相同之中又有不同。前者播出的大信息量，是通过扩大版面的篇幅一次传播出来的，利用的是空间上的广延性；后者播出的大信息量是通过多次播出积累起来的，利用的是时间上的连续性。后者给接受者所造成强烈印象，不是通过一次传播而是多次传播形成的，它显示了潜移默化的力量。我们的有些报道就不注意

发挥这种力量，忽视高级神经活动所具有的累积规律。例如，对于那些只有经过持久宣传才能深入人心的报道主题（如，树立社会主义的道德风尚），总是习惯于“搞运动”的办法来处理。运动来了，“倾盆大雨”；过后，“滴水不见”。未能做到“长流水，不断线”。不注意“日积月累”、“滴水穿石”所取得的效果。这不能不说是运用宣传方法方面所反映出来的一种左的偏向。

为了形成刺激的积累，必须连续反复传播某种信息。这种反复，在多数情况下，都是连续传播性质相同或相近的内容，而在题材、角度和表现方法上又有所变化。由于广播、电视不同于报纸，信息传播后，必须当时收看，难于保存，所以对一些重要信息广播、电视不仅采取反复的方法，而且还采取重复的方法，即重复地播出同一个信息。这种方法不仅使那些当时未能收看的接受者获得接收的机会，而且使已收看者重新加深了印象，这也是一种外界刺激的累积。

其次，能保证传播的及时性与完整性。

在信息的传播中，常常发生传播的及时性与报道的完整性的矛盾。由于传播时间上的集中，传播次数增多，传播的间隔缩短，信息一旦形成之后就可以及时播出，对事件作出迅速反映，减少了信息的迟缓损耗，同时又可以通过无数次的连续传播，最终完成对客观事物的完整反映。

由于信息不断的连续传播，能保持报道与事物发展的进程相一致，因此有时传播者还可以利用舆论的力量对事件发展的结局施加积极的影响。吉林松树镇煤矿瓦斯爆炸事件被揭露后，报纸、广播不断反映群众的意见要求，促使有关部门按法律原则办事，妥善地处理了这一事件，就是一例。

第三，有利于保证信息传播的深度。传播时间上的集中，具有连续传播的特点，它是展开和深化报道主题的重要方式。一件重要的事情发生了，传播工具把它报道出去之后，还可以通过连续传播对事情发生的原因、背景，它对各方面所产生的深刻影响，以及今后

的发展趋向作连续报道。每次后续报道都是对前次报道的继续和深化。

第四，有利于扩大传播的效果。由于传播次数的增多，不仅能反映事件本身的直线发展，而且还能反映事件发展过程中对其他事物所产生的影响，报道这种“连锁反应”，有利于扩大宣传效果。前两年，一些机关礼堂辟作影院对外开放之后，一些工厂的职工医院也接受外厂人员就医，一些机关托儿所也招收社会上的儿童入托，还有一些院校将空闲的留学生楼，辟作接待国外客人的旅游用房……，从表面上看，它们似乎各不相干，但是却反映了一个共同的思想：如何挖掘现有设施的潜力，为四化多作贡献。它们彼此之间的“连锁反应”，只有通过信息的不断传播才能体现出来。

传播时间的集中，如同传播空间的集中一样，不宜滥用。因为传播时间集中，占用了较多的传播时间，势必会影响其他信息的传播，不分信息内容的具体情况，都要采用时间集中的传播方式显然是不可能的，同时也是不必要的，因为有许多信息内容并不很重要，连续报道它的整个发展过程，并不是人们所需要和感兴趣的。因此，就大部分信息内容来说，都可以采用时间上分散的传播方式。

并非时间上的分散传播给人们的印象就一定不如时间上的集中传播更为深刻。恰恰相反，有时利用分散传播间隔时间比较长的特点，还可以使报道增加说服力和感染力。一个典型报道之后，间隔一个时期再来报道它，读者、听众、观众就会抱着“刮目相看”的心情，细心琢磨它随着时间的推移到底有什么新的发展值得自己学习和借鉴。有的信息传播之后，在当时引起了强烈反响，成为人们熟悉的事物，经过一些年后，再报道它的近况，也易引起人们的兴趣，增加信息的吸引力。不久前，报道五十年代的政治骗子李万铭如今已改过自新就是一例。有些信息所反映的内容虽然属实，但是它的真正效果还需长时间的考验才能显示出来，因此在第一次播出后，间隔更长一段时间进行报道，更具有说服力。例如，一九五八年，报纸、广播曾报道上海医务部门治疗丘财康严重烧伤的先进事