

新闻社会学概论

程世寿 胡继明 著

● 新华出版社

新闻社会学概论

程世寿 胡继明 著

新华出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻社会学概论/程世寿, 胡继明著. -北京: 新华出版社,
1996.12

ISBN 7-5011-3360-3

I. 新… II ①程… ②胡… III. 新闻学: 社会学-概论
IV. G210-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 20109 号

新闻社会学概论

程世寿 胡继明 著

*

新华出版社出版发行

(北京宣武门西大街 57 号 邮编 100803)

新华书店经销

新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 10.25 印张 257,000 字

1997 年 1 月第一版 1998 年 4 月北京第二次印刷

印数: 3,001—6,000 册

ISBN 7-5011-3360-3/G·1242 定价: 18.80 元

内 容 简 介

新闻社会学作为一门新学科,源于本世纪初的德国。在西方国家,由于社会学家和新闻学家的共同耕耘,它有了快速的发展,并被广泛运用于社会实践。但在我国,新闻社会学的研究还是近十多年的事,至今尚未有一本专著问世。本书作者试图从社会的视角全面审视中国的新闻传播及其面临的各种社会问题,探析新闻传播与社会变迁的关系、与社会各系统之间的关系。

作为作者研究之精华《新闻社会学概论》一书,共分十章。作者用社会学的观点与方法,研究近十多年来中国的新闻实践,其观点与材料均是全新的。这种研究,将大大丰富我国的新闻学理论,并有可能将其提到一个新高度,对于理顺新闻传播系统与其他社会系统的关系,优化其生存环境,推动其发展也将大有助益。

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 新闻社会学的学科特征	(2)
一、什么是新闻社会学	(2)
二、新闻社会学的研究对象	(5)
三、新闻社会学的研究方法	(11)
第二节 新闻社会学的发展历史	(14)
一、西方研究新闻社会学的历史轨迹	(14)
二、新闻社会学在前苏联的命运	(18)
三、我国研究新闻社会学的历史与现状	(18)
第三节 新闻社会学的学科地位	(20)
一、新闻社会学的学科地位	(20)
二、研究新闻社会学的意义	(23)
第二章 新闻与人类社会	(28)
第一节 新闻与社会变动	(28)
一、什么是社会变动	(28)
二、社会变动是新闻的本源	(30)
三、新闻社会学的新闻观	(33)
第二节 新闻传播与社会交往	(37)
一、新闻传播的性质及其社会性特征	(37)
二、社会交往的含义及其构成因素	(42)
三、社会交往的需要是新闻传播活动的本源	(46)
四、新闻传播在社会交往中的地位与作用	(47)
第三节 新闻事业与社会组织	(49)

一、新闻事业是社会组织系统整体化的产物·····	(49)
二、新闻事业的构成体系及其在社会大系统中的地位 ·····	(51)
三、新闻社会学对新闻事业性质、特点的再认识 ·····	(56)
第三章 新闻传播系统中的社会群体(上)——新闻记者 ·····	(59)
第一节 新闻记者的社会角色 ·····	(59)
一、社会角色的基本含义·····	(59)
二、新闻记者的社会角色·····	(62)
三、“人民公仆”与“无冕之王”——两种不同的角色观 ·····	(64)
四、新闻记者社会角色的必备条件·····	(66)
第二节 新闻记者的社会责任 ·····	(68)
一、什么是记者的社会责任·····	(68)
二、新闻记者的具体社会责任·····	(71)
三、新闻社会学对新闻记者社会责任的再认识·····	(76)
四、新闻记者社会责任的现实意义·····	(78)
第三节 新闻记者社会角色的自我塑造与完善 ·····	(81)
一、社会进步与新闻记者社会角色的变化·····	(81)
二、新闻记者社会角色变化中值得深思的问题·····	(84)
三、继社会化——记者社会角色形象自我塑造与完善 的必由之路·····	(87)
第四章 新闻传播系统中的受众群体(下)——新闻受众 ·····	(90)
第一节 新闻受众概述 ·····	(90)
一、新闻受众的含义·····	(90)
二、新闻受众的基本特点·····	(91)
三、新闻受众在新闻传播中的地位·····	(94)
四、关于受众研究的几种理论·····	(97)
第二节 新闻受众的分类与分层·····	(102)

一、新闻受众的分类	(102)
二、新闻受众的分层	(104)
三、新闻受众结构层次与新闻传播普及率的相关性	(109)
第三节 新闻受众的社会需求	(112)
一、新闻受众的需求层次及层次性特征	(113)
二、新闻受众的具体需求	(114)
三、新闻受众需求层次的表现方式	(119)
四、社会发展对新闻受众需求层次的影响	(121)
第四节 新闻受众的社会心理	(122)
一、新闻受众接受心理的一般特征	(122)
二、现代新闻受众社会心理的二重性	(124)
三、市场经济条件下中国新闻受众的心理变化及其 动因	(128)
第五节 新闻受众研究的意义	(131)
一、有利于增强新闻传播的受众意识	(131)
二、有助于优化新闻媒体结构体系	(133)
三、有利于丰富和优化新闻传播的内容和方式	(134)
四、有利于建立起受众良好的心理秩序	(135)
第五章 新闻传播的社会功能	(137)
第一节 新闻传播的基本功能	(138)
一、告知新闻信息——新闻传播的最基本功能	(138)
二、新闻传播告知新闻信息的基本特征	(142)
三、研究新闻传播基本社会功能的意义	(144)
第二节 新闻传播的互动功能	(146)
一、政治宣传功能	(146)
二、经济促进功能	(149)
三、社会组合功能	(153)
四、文化娱乐功能	(158)

第三节 新闻传播的连动功能——社会化功能·····	(161)
一、新闻文化——新闻传播参与社会化过程的基因···	(161)
二、新闻传播社会化功能的具体表现·····	(163)
第六章 新闻传播的社会效果·····	(171)
第一节 新闻传播效果研究概述·····	(171)
一、什么是新闻传播效果·····	(171)
二、西方传播学者关于传播效果的论述·····	(172)
三、相对效果论——我们对新闻传播效果的基本观点···	(177)
四、研究新闻传播效果的意义·····	(179)
第二节 新闻传播社会效果分类·····	(181)
一、显性效果与隐性效果·····	(181)
二、正效果与负效果·····	(186)
三、逆反效应——一种特殊的新闻传播效果·····	(188)
第三节 影响新闻传播效果的诸因素·····	(194)
一、新闻传播效果的形成机制·····	(194)
二、影响新闻传播效果的主体因素·····	(195)
三、影响新闻传播效果的客体因素·····	(198)
四、影响新闻传播效果的社会环境因素·····	(201)
第七章 新闻传播的社会舆论导向·····	(203)
第一节 新闻舆论的特点·····	(203)
一、舆论的含义·····	(203)
二、新闻舆论的基本特征·····	(205)
三、新闻舆论在社会舆论导向中的地位与作用·····	(209)
第二节 新闻舆论要素及其结构层次·····	(212)
一、新闻舆论的三要素·····	(212)
二、新闻舆论的三层次·····	(216)
三、新闻舆论的各层次间的协同关系·····	(218)
第三节 新闻舆论导向的原则与方式·····	(220)

一、新闻舆论导向的基本原则	(220)
二、新闻舆论导向的基本方式	(224)
第四节 新闻舆论导向应注意的问题	(228)
一、精心设置社会议题	(228)
二、坚持唯物辩证法,防止片面性,准确把握宣传的 “度”	(230)
三、正确处理好几种关系,优化新闻舆论导向的效果	(231)
第五节 新闻舆论导向的宏观调控	(236)
一、宏观调控的必要性与必然性	(236)
二、宏观调控与新闻自由	(236)
三、宏观调控的主要内容和主要目标	(238)
四、加强宏观调控的具体措施	(241)
第八章 新闻传播的社会规范	(243)
第一节 新闻传播的社会规范的构成因素与功能	(243)
一、新闻传播的社会规范的含义	(243)
二、新闻传播的社会规范的构成因素	(244)
三、社会规范在新闻传播中的主要功能	(246)
第二节 新闻传播在社会规范中的作用	(249)
一、同构与建构	(250)
二、传导与制导	(251)
三、矫偏与助偏	(253)
第九章 新闻道德	(256)
第一节 新闻道德研究的历史轨迹	(256)
一、西方新闻道德研究概况	(256)
二、我国新闻道德研究概况	(260)
三、中西方新闻道德研究的异同	(262)
第二节 新闻道德的基本特点	(264)
一、新闻道德的含义	(264)

二、新闻道德的基本特点	(266)
第三节 几种不同的新闻道德观	(270)
一、西方的新闻道德观	(270)
二、我国传统的新闻道德观	(272)
三、社会主义新闻道德观	(274)
第四节 现阶段中国新闻道德实践	(277)
一、我国新闻道德现状	(277)
二、我国新闻道德“疲软”的原因	(282)
三、正确认识我国新闻道德实践的现状	(285)
四、我国新闻道德问题的综合治理	(286)
第十章 新闻传播的社会制约	(289)
第一节 新闻传播的社会制约的特征	(289)
一、新闻传播的社会制约的含义	(289)
二、新闻传播的社会制约的基本特征	(291)
三、新闻传播的社会制约的分类	(293)
第二节 新闻传播的社会制约因素及其制约方式	(294)
一、新闻传播的社会制约因素	(294)
二、新闻传播的社会制约内容	(298)
三、社会制约的基本方式	(300)
第三节 新闻传播的社会制约效果	(301)
一、社会制约效果的综合评估	(301)
二、对几个主要制约因素及其制约效果的思考	(305)
第四节 增强自身活力 优化制约效果	(308)
一、转换观念,统一步伐	(308)
二、优化新闻业结构体系,完成新闻媒体的第二次分工	(310)
三、优化内部机制,增强自身活力	(311)
主要参考论著目录	(313)
后 记	(315)

第一章 绪 论

著名哲学家波普说：“根据我的科学观，任何科学理论都是试探性的，暂时的，猜测的，它们都是试探性的假说，而且永远都是这样的试探性假说。”^①新闻社会学作为一门新兴的学科，也可以说是一种试探性的假说。因为直到现在，对于她的出身、门庭、人们还争论不休，即她到底是社会学大家族中的一员呢？还是新闻学大家族中的一员呢？在我们社会主义国家，她到底是正宗嫡传呢？还是外来的旁门左道呢？如此等等，人们说法不一。然而，不管人们如何议论，如何评价，新闻社会学还是在中国这片沃土上发展起来了。近几年来，在大学这个神圣的殿堂就开设了“新闻社会学”这门课。1994年国家教委在“关于填写中国高等学校新闻学专业办学水平评估方案的说明”中写道：“专业选修课指新闻学的边缘学科（或科际学科）课程，如新闻心理学、新闻社会学（传播社会学）……”由此看来，新闻社会学在现代中国的“户口”问题似乎已经解决了。

然而，关于新闻社会学的种种争论并没有就此结束，时至今日，笔者尚未看到我们中国人自己撰写的“新闻社会学”专著，更不用说“新闻社会学”的统编教材了。这不是说，我们的社会学家和新闻学者对她漠然视之。事实上，改革开放以来，我国不少学者已经开始探索新闻社会学这个科学殿堂，并已取得丰硕成果。人类社会的实际需要是产生新的学科的摇篮。作为一门新兴学科的新闻社会学，也是人们生活需要的产物，是人类社会的产物，是人们社会实践的结晶，是人类对自身及其环境的系统认识。她的强大生命力最

① 引自江柳著《系统基础理论新闻学》，北京：新华出版社。

终会在社会实践中显现出来。

第一节 新闻社会学的学科特征

一、什么是新闻社会学

新闻社会学是一门运用社会学原理和方法研究各种新闻现象，研究新闻传播媒介与社会的关系及其发挥作用的特点、规律和发展趋势的科学。

从这个定义中可以看出，新闻社会学是一门边缘学科（科际学科），她与两门“父系”学科有密切关系：一门是新闻学，一门是社会学，是这两门学科的有机结合。新闻社会学现阶段发展的特点是：她建立在各种学科（首先是新闻学和社会学）的理论和方法空前发展的基础上，有可能将研究提高到一个崭新的高度，解决一些更复杂的科学问题与实际问题。

作为新闻社会学“父系”学科之一的新闻学，至今尚没有一个众口如一的界定，甚至可以说，尚没有一个非常明确的学科定义（逻辑定义），大多数新闻学理论专著只是就什么是“新闻学”作解释性说明。例如：“新闻学是以人类社会客观存在的新闻活动作为自己的研究对象。研究的重点是新闻事业和人类社会的关系，探索新闻事业的产生、发展的客观规律，总结新闻工作的基本原则和方法。”^①“是以新闻作为逻辑起点、作为主要研究对象而作的探索，期望回答新闻的性质、特征、发生、发展、传播及其规律。”^②目前我国已正式出版的两本较权威的新闻学辞书《新闻学大辞典》和《新闻学简明词典》中均没有“新闻学”这个条目，这不能不说是一个缺

① 余家宏、宁树藩著，《新闻学基础》，合肥：安徽人民出版社。

② 吴高福著，《新闻学基本原理》，武汉：武汉大学出版社，第1~2页

憾。那么到底什么是新闻学呢？笔者认为，她是研究新闻现象、新闻传播、新闻事业、新闻工作发生、发展规律的科学。她包括理论新闻学、应用新闻学和历史新闻学。理论新闻学是指新闻学“学理”的阐扬，用以指导新闻工作者自觉地从事创造性的工作，指导新闻事业的发展进步。应用新闻学是对新闻学“术理”的阐扬，用以指导新闻工作者的实际工作，如采访、写作、编辑、评论、新闻摄影、广播电视等工作。历史新闻学是指对新闻事业发展过程的研究及其规律性的概括。

作为新闻社会学的“父系”学科之一的社会学，是以科学的社会观为指导，以社会生活的结构和关系为对象，寻求社会生活的系统联系和发展规律的科学。“社会学”这个术语来源于拉丁语 Societastloqos。从一般意义上讲，是“关于社会的科学”。它是由 19 世纪中叶法国哲学家奥尤斯特·科特（ОтЮстКоит）提出来的。但是，真正的科学社会学的创始人是卡尔·马克思和弗·恩格斯。列宁曾经描述说：“马克思提出了人们对社会看法的基本观点，如唯物主义的理论，可以根据长官意志（或更确切地说，根据社会意志和政府意志）改变客观环境，改造社会现实。这里，马克思首先提出了建立在科学基础上的社会学，研究了社会经济形态的概念，提供了有关生产关系的全部资料，并认为：这种社会经济形态的发展，是自然的历史过程。”^①

现代社会学的发展，不仅为新闻学的研究开拓了新的领域，而且提供了新的原理和科学的研究方法。比如，把研究对象作为一个整体，运用系统的观点，进行多因素、多层次、多角度的综合研究；不仅运用社会科学的一般方法，而且运用某些自然科学研究方法，以至某些现代技术手段搜集、分析资料，对研究对象作定性与定量研究；强调社会实际调查，并按一定的程序解决各种理论问题和实际

① 《列宁全集》（第 1 卷），北京：人民出版社，第 129 页

问题，等等，这些就构成了新闻社会学重要特征。这些重要特征主要是：

1. 理论的综合性、整体性

毋庸讳言，传统的新闻学理论都有一种思维定势，即局限于用政治学原理来研究新闻现象，新闻传播行为和新闻事业。在一定的历史条件下，这种研究模式是必然的，也是有益的。但是，随着社会的发展进步，我们可以，而且需要打破这种思维定势，用新的视野来研究新闻现象，新闻传播行为和新闻事业。近十多年来，不少学者已经在这方面作了尝试。例如江柳在《系统基础理论新闻学》中就引进了系统论、控制论、信息论、社会学、心理学、价值学等等。作者明确指出：“目的是打破传统的思维定势，让同行们了解一下新闻学是可以用不同的观点、方法来研究的。”^①

与传统的新闻学相比较，新闻社会学是把新闻现象作为一种社会现象，把新闻传播行为作为一种社会行为来加以研究的，强调用社会的大视角来观察和分析这类现象。在观察与分析过程中，综合运用哲学、政治学、社会学、新闻学、传播学、系统理论科学、文化学、信息学等等原理，把新闻现象、新闻传播行为、新闻事业作为社会大系统中的一个子系统作综合性研究。其研究的出发点与目的地，都落脚于社会这个整体。

2. 研究方法的科学性

传统的新闻学理论主要采用分析、推理、论证等方法对研究对象作定性研究，这种社会科学的研究方法有其长处，但也有其不足，其研究结论的可塑性大。新闻社会学则不然，她不仅运用社会科学的一般逻辑方法，历史的方法，比较的方法，而且采用观察、实验、统计、模拟、模式、系统、控制等自然科学的研究方法，并以先进的科学技术手段作为工具，如电脑、录像、录音、摄影等，强调把

^① 江柳著：《系统基础理论新闻学》，北京：新华出版社，第11页

定性研究和定量研究有机地结合起来。因而新闻社会学对新闻现象、新闻传播行为、新闻事业的研究更具有客观性、逻辑性、直接性、迅速性和准确性。

3. 学科研究具有实用性

新闻学和社会学本身是一门应用性学科，实用性、实践性很强。新闻社会学由于综合了社会学和新闻学的优势，其学科研究的实用性更强。运用新闻社会学的理论与方法，可以科学地指导人们正确地从事新闻工作实践，解决一些实际问题。比如关于新闻受众的研究，关于传播效果的研究，关于新闻舆论导向的研究，关于新闻社会控制的研究等等，现在实际上已广泛地运用了新闻社会学的原理和方法，并收到了实际效果。

二、新闻社会学的研究对象

从新闻社会学本身的任务看，它的研究对象是新闻工作及其功能系统、活动过程、与社会的联系及其表现出来的综合特征，研究使新闻工作开展得更加生动活泼，达到最优效果的办法。换句话说，它研究的不是新闻事业的形成及其发展状况（尽管需要新闻业发展历史的丰富知识），也不是反映新闻工作的各种规律（尽管新闻社会学须臾离不开这些规律），它研究的是新闻工作对社会的能动作用过程，研究社会诸因素对其发挥功能的影响与制约，研究其在具体社会条件下，新闻媒介作为独立部门的实际生命力。

从微观上看，新闻社会学主要研究新闻信息传播的过程及其效果。

关于这个问题，我国著名的社会学家费孝通教授1981年9月9日在向中国社会科学院研究生作专题报告时，提出了四个方面的研究内容：

①对新闻发布者的研究，包括新闻发布机构组建的动机、经济背景、控制权等；

②对新闻内容的研究，包括谁去采集新闻，怎样得到新闻的过程；

③对新闻接受者的研究，包括什么样的人接受，怎样接受，接受什么，接受时间；

④对新闻效果的研究，包括新闻受众对新闻机构的反作用等。

以上四个方面的内容，大体相当于美国传播学者拉斯韦尔 (Harold Dwight Lasswell, 1902—1977) 的“五个 W 传播模式”，即①谁？②向谁说的？③说些什么？④通过什么渠道说的？⑤取得什么效果？按照“五 W”传播模式，可以进行控制分析、受众分析、内容分析、媒介分析和效果分析。

从宏观上看，新闻社会学要研究新闻传播的社会环境与社会机制。新闻传播离不开社会环境，它总要受社会的政治系统、经济系统、文化系统的制约。要使新闻传播形成良性的运行机制，就必须研究新闻传播与其他社会系统的相互作用关系，求得新闻事业与其他社会事业的协同发展。为此，它还要研究：

1. 新闻传播与社会政治

新闻事业本身属于上层建筑领域的范畴，新闻传播活动是一种意识形态性很强的社会行为。因此，新闻传播事业的发展，就必然要受到社会的政治制度、政治气候的影响与制约。世界上不同政治制度的国家，对新闻传播活动的影响与制约有不同的手段与方式。但是，各国政府和各个政党对新闻传播活动的影响与制约的目的是相同的，即都是为了维护本国家和本政党的利益，都是为维系一定的政治制度 and 经济制度，都是为推行自己的政治主张和方针政策。

社会政治对新闻传播活动的影响与制约是必然的，也是十分必要的，但是这种影响与制约的效果却是多质的。一般说来，当一个社会处于开放时期，政治上较民主的时候，当一个政府采取了正确的新闻事业发展方针政策的时候，新闻事业的发展就随之加快，新闻传播对整个社会发展的正功能就会得到充分发挥。反之，新闻事

业的发展就会受到阻滞，其负功能就会强化。这样复杂的相互关系，就是我们要加以研究的。

2. 新闻传播与社会经济发展

首先，新闻传播事业的产生与发展，要受到社会生产力发展水平的制约。一个国家或一个地区，生产力愈发达、经济愈发达、科学技术水平愈高，其新闻传播事业就愈发达，传播手段就愈先进。其次，新闻是具有商品性的，人们要看报纸、听广播、看电视，就得掏钱订报纸，掏钱购买收音机、电视机，这就与人们的物质生活水平紧密相关。人们的物质生活水平和文化生活水平越高，新闻事业的发展就越快。再次，新闻媒介本身并不生产物质财富，它的主要经济来源是社会群体的财政支持，包括政府拨款、企业出资和广告客户提供广告收入。主要经济来源不同，决定着新闻媒介的不同性质。西方有的学者就直言不讳地承认：“掏钱包的人才决定权。”

在市场经济条件下，新闻传播活动也要受到市场经济规律的影响，这种影响主要表现在两个方面：一方面，可以促使新闻从业人员深入研究社会的新闻需求和受众心理，丰富报道内容，增大新闻信息量，努力改进报道方式，增加新闻报道的可读性、可信性和可视性。通过提高报道质量、扩大新闻报道的覆盖面来吸引更多的新闻受众和吸引更多的广告客户，以增加经营收入。这种影响有利于新闻传播事业的发展，也有利于整个社会进步。另一方面，市场经济也有可以诱使新闻单位和新闻从业人员一切向钱看、助长其“商业行为”。比如，为了追求某种经济利益，不惜出卖报纸版面和广播、电视节目，不惜以低级庸俗的报道迎合新闻受众，甚至弄虚作假，搞“有偿新闻”。市场经济对新闻传播活动的这种影响是一切有害的消极影响，它不利于新闻事业自身的健康发展，也有害于整个社会的发展进步。

在市场经济条件下，新闻单位不讲经济效益不行，但仅讲经济效益而不顾社会效益也不行。如何将经济效益与社会效益有机地统