

21世纪新闻传播学系列教材

新闻理论教程

JOURNALISM & COMMUNICATION

杨保军 著



中国人民大学出版社

21 世纪新闻传播学系列教材

新闻理论教程

杨保军 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻理论教程/杨保军著.
北京:中国人民大学出版社,2005
(21世纪新闻传播学系列教材)
ISBN 7-300-06384-5

- I. 新…
- II. 杨…
- III. 新闻学-高等学校-教材
- IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 021573 号

21 世纪新闻传播学系列教材

新闻理论教程

杨保军 著

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)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京密兴印刷厂		
开 本	720×965 毫米 1/16	版 次	2005 年 3 月第 1 版
印 张	27.75	印 次	2005 年 3 月第 1 次印刷
字 数	505 000	定 价	29.80 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 (按姓氏笔画排列)

丁淦林 何梓华

郑兴东 周瑞金

赵玉明 郭庆光

童 兵



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、电视和互联网网络相继问世，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2100种，通讯社2家，广播电台1200座，有线和无线电视台3000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，盱衡未来，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。新中国建立后，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，门类和品种基本配套齐全，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，一是以高新科技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

这是一部关于新闻理论的著作性教材，主要作为新闻学专业本科生的教学用书，也可以作为新闻学、传播学及相关专业研究生的参考书目，对从事新闻传播的研究者、实际工作者，相信也有一定的参考价值。

本书现有的内容结构方式，基于这样的考虑：一个长长的绪论，核心用意是让读者对理论新闻学本身的发展状况有一个宏观的认知和把握；第一章以“大写意”的方式，描述了新闻传播现象的历史发展过程，目的在于让读者对新闻传播的总体历程有一个初步的了解；第二章则立足于我们所处的时代，对新闻传播的构成做了多角度的解剖，为进入具体的传播过程的论述确立“出发点”；从第三章到第八章，对新闻传播的传受主体、新闻传播内容、传播原则与方式、新闻传播媒介以及新闻的收受等做了深入细致的论述；第九章是从传播规律的高度，对整个新闻传播过程的透视、概括和总结；第十章到第十四章对新闻传播业的主要基本理论问题进行了论述，之所以将新闻传播业理论安排在这样的位置，是因为在我看来，新闻传播业的实质就是运作新闻传播过程，当我们在逻辑上先把握了新闻传播过程，才能更好地理解新闻传播业以及它与社会大系统的关系；第十五章以宏观的视野，从哲学层面上阐释了新闻事实世界与新闻符号世界的关系，提醒读者：新闻式的事实认知、社会认知，不过是人类把握世界的一种方式，学习新闻的人、从事新闻传播的人、收受新闻信息的人，都必须充分认识到，新闻实质上简化了这个世界，我们应该在更广阔的视界里认识这个世界，感受这个世界。

本书作为教材，我个人认为不能写成某种单一理论观点的介绍和阐释，而应该以开阔的眼界、宽阔的学术胸怀和品格，将本学科既有的学术积累、理论见识，比较全面地介绍给进入这一学科领域的学子们，使他们能够在较短的时间内了解本学科基本的理论架构。当然，作为一部独立的教材，我会以自己的方式建构新闻理论的基本内容，我会以自己的理解整理既有的学术见解，更为重要的是，我会以自己的方式对一些基本的问题展开论述。因为在我看来，以往的东西尽管可以唤起热情、启迪智慧、引发深思，但它们多数已经变成了知识性的东西，变成了常识性的东西。其实，再深刻、再深邃的思想，都会变成常识，因而创新就显得异常珍贵。我的意思是说，读者在阅读本书时，也把它当作一种知识或“意见”的存在，以批判的眼光去对待，努力去超越和创新。好多问题没有定论，是开放性的问题，留给读者去思考、去解答。事实上，好多问题是没有终极答案的，甚至不存在最好的回答。

新闻理论在整个新闻学中处于统帅的地位，具有领头羊的作用。它以一定的概念、范畴、判断、推理、原理、规律等有机联系的方式，建构起理论新闻学的体系，成为新闻学自身大厦上的“王冠”。我以为，理论建设比起其他研究要难得多，它不仅要整理分析经验事实，还要抽象、概括出一系列的概念范畴，总结出具有本质意义的原理和规律。因此，学习理论的人、研究理论的人，一开始就要下定决心，既不脱离火热的新闻传播实际，又能耐得住寂寞，愿意把冷板凳坐热。

需要说明的一点是，作为一本著作性的教材，书中借鉴了我在《新闻事实论》和《新闻价值论》中的少量研究成果，但绝不是对相关内容的拼凑或粘贴，这种写作方式在我看来是不大光彩的，因而即使对自己的东西有所引用，也是“另起炉灶，重新打铁”的结果。更为重要的是，我在写这本书的过程中，对许多问题已经有了新的思考、新的看法，在个别问题上甚至与过去的观点有很大的不同。书中的绝大部分内容，更是我“仔细探矿，精心冶炼”的产物，因此我依然以专著而非编著的形式来出版它。

尽管我在大学任教的时间不长，但我已经深深地体会到：没有扎实的科研，就不会有良好的教学，也不大可能得到学生的内心认可。因此，面对一批又一批风华正茂、渴望成才的青年学生，作为大学教师，我的座右铭是：“站在前沿探讨问题，与时俱进展开教学”。

作者

2005年1月



目 录

绪论	1
第一节 新闻学的历史发展过程	1
一、新闻学在西方的演变与发展	2
二、新闻学在中国的演变与发展	8
三、马克思主义新闻学的发展	16
第二节 新闻学的学科结构与理论新闻学的基本对象	21
一、新闻学的学科结构	21
二、理论新闻学的基本对象	23
第三节 理论新闻学的学习目的与学习方法	25
一、理论新闻学的学习目的	25
二、理论新闻学的学习方法	26
第一章 新闻传播的产生与发展	30
第一节 新闻传播现象的产生	30
一、新闻传播活动	30
二、新闻传播活动的产生	34
第二节 新闻传播的发展	38
一、前新闻传播业时代	38
二、新闻传播业时代	41
三、后新闻传播业时代	44

第二章 新闻传播的构成	46
第一节 新闻传播的类型与要素构成	46
一、新闻传播的基本类型构成	47
二、新闻传播的要素构成	48
第二节 新闻传播的环节构成	51
一、新闻传播的基本流程	51
二、新闻传播的基本环节	51
第三节 新闻传播的基本矛盾构成	54
一、新闻传播内在与外在矛盾的构成	54
二、新闻传播内在矛盾的层次性	56
第四节 新闻传播模式的构成	58
一、新闻传播的基本模式	58
二、大众化新闻传播模式的具体构成	59
第三章 新闻传受主体	62
第一节 作为新闻活动主体的共同主体	62
一、共同主体的含义	63
二、共同主体的基本特征	63
三、共同主体的新闻需要	64
第二节 新闻传播主体	66
一、传播主体的构成及特征	66
二、高位主体与本位主体的关系	70
第三节 新闻收受主体	72
一、收受主体的构成及特征	72
二、收受主体的地位与作用	79
第四节 传播主体与收受主体的关系	80
一、传播主体与收受主体关系的历史演变	81
二、传播主体与收受主体关系的新表现	84
第四章 新闻传播内容（上）	88
第一节 新闻的形态	88
一、新闻的历史形态	88
二、新闻的过程形态	91
第二节 新闻的本质、特性与功能	94
一、新闻的本质与特性	95

二、新闻的功能	96
三、新闻与其他一些意识的关系	97
第三节 新闻的定义	98
一、新闻定义的内涵与意义	99
二、新闻定义的基本范式与类型	100
第四节 新闻的分类	103
一、新闻分类的意义	103
二、新闻的分类	104
第五章 新闻传播内容（下）	107
第一节 确定新闻传播内容的规律性标准	107
一、新闻价值标准	108
二、新闻传播技术标准	124
第二节 确定新闻传播内容的规范性标准	125
一、合法性标准	125
二、合德性标准	126
三、合政策性标准	127
四、合纪律性标准	127
第三节 确定新闻传播内容的其他标准	129
一、宣传价值标准	129
二、经济利益标准	129
三、主观意志标准	130
第四节 确定新闻传播内容的基本过程	131
一、新闻传播内容的宏观确定	131
二、新闻传播内容的微观确定	132
第五节 确定新闻传播内容的主体机制	137
一、新闻选择图式的构成	138
二、新闻选择图式的功能	139
三、新闻选择图式的发展变化	141
第六章 新闻传播的原则与方式	143
第一节 新闻传播的基本原则	143
一、新闻传播的事实原则	143
二、新闻传播的价值原则	168
三、新闻传播的方法原则	175

四、事实、价值、方法原则的关系·····	183
第二节 新闻传通的基本模式与基本方式·····	185
一、新闻传通的基本模式·····	185
二、新闻传播的基本方式·····	188
第三节 新闻传播的结果与原因·····	191
一、新闻传播的结果样式·····	191
二、失实结果的原因分析·····	193
第七章 新闻传播媒介 ·····	197
第一节 媒介与新闻传播媒介·····	197
一、媒介的含义与本质·····	197
二、新闻传播媒介·····	201
第二节 新闻传播媒介的类型与特点·····	202
一、新闻传播媒介的类型及个性·····	203
二、新闻传播媒介的共同特征·····	210
第三节 新闻传播媒介的功能·····	211
一、建构传受关系的桥梁·····	211
二、传送新闻信息的通道·····	211
三、实现媒体功能的载体·····	212
第八章 新闻收受 ·····	214
第一节 新闻收受的动力学考察·····	214
一、收受新闻的一般动力·····	214
二、收受新闻的动力差异·····	215
三、激发新闻收受的动力途径·····	216
第二节 新闻收受的对象·····	217
一、新闻文本的基本特征·····	217
二、新闻文本的信息构成·····	221
三、新闻文本的价值属性·····	223
第三节 新闻收受过程·····	227
一、新闻收受的含义·····	227
二、新闻收受的基本样式·····	227
三、新闻收受的过程·····	229
第四节 新闻收受的结果样式·····	231
一、新闻解读结果样式·····	231

二、新闻收受的结果样式·····	232
第五节 影响新闻收受的因素·····	235
一、影响新闻收受的主体因素·····	236
二、影响新闻收受的客体因素·····	237
三、影响新闻收受的环境因素·····	237
第九章 新闻传播规律 ·····	240
第一节 新闻传播规律的本质与特征·····	240
一、新闻传播规律的本质·····	240
二、新闻传播规律的特征·····	242
第二节 新闻传播规律的构成·····	244
一、新闻传播选择律·····	244
二、新闻传播效用律·····	245
三、新闻传播接近律·····	246
第三节 新闻传播规律的作用方式·····	247
一、自发作用方式·····	248
二、自觉运用方式·····	249
第十章 新闻传播业(上) ·····	252
第一节 新闻传播业的产生与发展·····	252
一、新闻传播业的基本含义·····	252
二、新闻传播业的产生与演变·····	253
三、新闻传播业的发展特征·····	257
第二节 新闻传播业的本质·····	261
一、多维视野中的性质分析·····	261
二、新闻传播业的本质与特征·····	262
第三节 新闻传播体制·····	265
一、新闻传播体制的基本含义与作用·····	265
二、新闻传播体制的基本类型·····	267
第四节 新闻传播业的功能·····	270
一、新闻传播业实体机构的功能·····	271
二、各种传播活动的功能·····	272
三、新闻传播的功能效应·····	278
四、新闻传播业的功能差别·····	279

第十一章 新闻传播业（下）	282
第一节 两种社会制度下的新闻传播业	282
一、资本主义新闻传播业	283
二、社会主义新闻传播业	284
第二节 当代中国新闻业的主要方针与基本任务	285
一、当代中国新闻业的基本含义	285
二、当代中国新闻业的主要方针	286
三、当代中国新闻业的主要任务	290
第三节 当代中国新闻业的政治原则	292
一、新闻传播业的党性原则	292
二、新闻传播业的指导性原则	296
三、新闻传播业的群众性原则	299
四、新闻传播业的战斗性原则	303
第四节 新闻传播业与其他社会系统的关系	308
一、新闻业与社会统一体的基本关系	309
二、新闻业与社会主要子系统的关系	310
第五节 当代新闻传播业运作的基本特征	315
一、当代新闻业运作的一般特征	315
二、当代中国新闻业运作的特征	318
第十二章 新闻自由	321
第一节 新闻自由的实质与内容	321
一、新闻自由的实质	321
二、新闻自由的基本内容	326
第二节 新闻自由的来源与发展	328
一、新闻自由的提出	328
二、新闻自由在西方的发展	330
三、新闻自由在中国的引入与演变	338
四、两种社会形态的新闻自由	340
第三节 新闻自由的基本特征	344
一、新闻自由是政治性的自由	344
二、新闻自由是相对的自由	345
三、新闻自由形式的普遍性与内容的具体性	347
四、新闻自由的目的性与手段性	348

第四节	新闻自由的实现	351
一、	实现新闻自由的社会条件	351
二、	新闻自由实现的标志	355
第十三章	新闻控制	358
第一节	新闻控制的实质与特征	358
一、	新闻控制的实质	359
二、	新闻控制的特征	360
第二节	新闻控制的根据与限度	363
一、	新闻控制的根据	363
二、	新闻控制的限度	365
第三节	新闻控制的不同方式及其基本关系	367
一、	新闻控制的基本方式	368
二、	他控方式间的基本关系	372
第四节	新闻传播的自律（自我控制）	374
一、	新闻自律的含义与目的	374
二、	新闻自律的基本内容	378
三、	新闻自律的实现	383
第十四章	新闻传播环境	389
第一节	新闻传播的内外环境	389
一、	新闻传播的内环境	390
二、	新闻传播的外环境	395
三、	新闻传播内外环境的关系	396
第二节	新闻传播环境的特征	398
一、	存在形态的有形与无形	398
二、	边界形式的封闭与开放	399
三、	表现样式的独立与融合	400
四、	生存方式的稳定与变化	401
第三节	内外环境对新闻传播的影响	402
一、	内外环境影响新闻传播的基本方式	402
二、	内外环境对新闻传播的效应样式	403
第十五章	新闻事实世界与新闻符号世界	405
第一节	两个世界	405
一、	事实世界与新闻事实世界	406

二、符号世界与新闻符号世界·····	407
三、新闻符号世界的特征·····	409
第二节 新闻符号世界的创造·····	412
一、新闻符号世界的创造者·····	412
二、创造新闻符号世界的手段·····	415
第三节 新闻符号世界与新闻事实世界的关系·····	416
一、两个性质不同的世界·····	417
二、两个相互作用的世界·····	418
三、两个变化发展的世界·····	421
后记·····	423