



College Journalism &
Communication Series

高等院校新闻传播学系列教材



蔡铭泽◎著

XINWEN CHUANBOXUE

新闻传播学

第三版



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

新闻传播学

X I N W E N C H U A N B O X U E

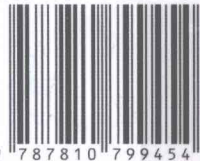
第三版

责任编辑：潘雅琴 侯丽庆

责任校对：黄雪芬 肖 惠

封面设计： 设计

ISBN 978-7-81079-945-4



9 787810 799454 >

定价：29.00元



蔡铭泽◎著

XINWEN CHUANBOXUE

新闻传播学

第三版



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻传播学/蔡铭泽著. —3版. —广州:暨南大学出版社, 2010.9
(高等院校新闻传播学系列教材)
ISBN 978-7-81079-945-4

I. 新… II. 蔡… 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 (2007) 第 171323 号

出版发行: 暨南大学出版社

地 址: 中国广州暨南大学
电 话: 总编室 (8620) 85221601
营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)
传 真: (8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编: 510630
网 址: <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版: 暨南大学出版社照排中心
印 刷: 广州市怡升印刷有限公司

开 本: 787mm×960mm 1/16
印 张: 17.5
字 数: 329 千
版 次: 2003 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 3 版
印 次: 2010 年 9 月第 12 次
印 数: 43001—49000 册

定 价: 29.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

作者简介



蔡铭泽，男，1956年11月出生，湖南岳阳人，暨南大学教授、博士生导师。本科和研究生毕业于湘潭大学，获历史学学士学位和法学硕士学位；博士研究生毕业于中国人民大学新闻学院，获法学（新闻学）博士学位。先后在湘潭大学、中国人民大学、广州师范学院、暨南大学任教。曾任暨南大学新闻与传播学院院长，兼任教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会委员、中华全国新闻工作者协会特邀理事、中国新闻史学会副会长、广东省新闻学会副会长。发表学术论文近百篇，出版专著4部，参撰学术著作与教材6部。其中，《中国国民党党报历史研究》（北京团结出版社1998年版）、《〈向导〉周报研究》（福建人民出版社2004年版）、《新时期广东报业发展研究》（福建人民出版社2006年版）、《新闻细语》（南方日报出版社2007年版）均获新闻学界与读者好评。教学科研之余，发表治学、为人、处世之心得著述。此类文章，言简意赅，文辞考究，日积月累，粲然可观。

君子居其室出其言善則千里之外應
之況其邇者乎居其室出其言不善則
千里之外違之況其邇者乎言出乎身
加乎民行發乎邇見乎遠言行君子之
樞機之發榮辱之主也言行君子之
所以動天地也可不慎乎

庚寅之夏六月

興稼蔡銘澤書



《新闻传播学》第三版说明

《新闻传播学》第三版是在该书第二版基础上修订而成的。此次修订主要基于两方面考虑：一方面，随着中国民主政治的不断进步，新闻传播理念不断更新。作为新闻传播学教材，有必要及时关注和反映这方面的进展。另一方面，契合新闻传播教育迅速发展的需要，本书先后3次改版修订，11次印刷，累计发行量达43 000册。有鉴于此，暨南大学将本书纳入研究生教材建设计划，本人亦乐观其成。

基于上述考虑，此次修订主要变化有三：其一，将原第四章第一节“传播符号”扩充并独立成章，是为第四章。而原第四章“新闻传播过程”其余部分，则作为第五章，以下依次类推。其二，为反映新闻传播事业发展的最新变化，更新了一些重要数据，丰富了一些理论观点。其中，特别重要的增加有两处：一是在第三章第二节“新闻传播媒介”中增加了第五目，即“媒介融合发展趋势”。这部分资料和初稿是由我的研究生潘成均同学提供的。二是在第八章第四节“新闻精品及其新闻美”中增加了第三目、第四目，即“新闻传情”和“新闻审美意象”。另外，在第三章“新闻”第一节中，将第三目析解为第三、第四目，即第三目“新闻的本源是事实”，第四目“新闻必须用事实说话”。其三，考虑到新闻传播事业的经营管理属于管理学范畴，删除了原第七章第五节“新闻传播事业经营管理”。

本书修订，可谓积累于平时而形制于一刻。吾人不才，唯有以勤补拙，择善而从。为尊重历史，感念同仁，仍将此前各版后记收录于后。古人云：“人心惟危，道心惟微，惟精惟一，允执厥中。”当今社会急剧变化，有识之士理应诚信为本、敬业无忧，以为学术之风范。

蔡铭泽

2010年8月于广州松泉居

《新闻传播学》再版说明

暨南大学出版社已出版由本人主编的两本新闻传播学教材，一本是《新闻学概论新编》（1998年8月第1版，2004年7月第2版，2006年1月第8次印刷），一本是《新闻传播学》（2003年9月第1版，2005年8月第2次印刷）。两书分别印制28 000册和9 000册，共计37 000册。

现在，根据需要，出版社决定修订再版《新闻传播学》一书。为避免内容重叠，作者决定将两书合并，以《新闻传播学》书名行世。在本书较长时间的修订过程中，参撰者真诚协作，责任编辑潘雅琴副编审悉心指导，部分读者专函、专电匡误。设若本书质量有所提升，首先应归功于他们的合作与指导。对此，本人深表感激。

时序绵延，品物流形。南下广州，转瞬十有三年。其间，作者先后在广州师院和暨南大学任教，并主持两校新闻院系工作。聚才谋事，教书育人，耗费几多心血。幸赖领导关怀、同仁戮力，两校新闻教育各有所成。广州师范学院新闻系规模初具、特色鲜明，暨南大学新闻学院老树新枝、申报博士点成功。事业遂而身不居，车马稀而嘈杂远，心神宁而智慧生。风云际会，岁月如歌，相闻相交相识相知者，不知其几也。特将此前两书各版后记收录于后，以为历史见证，聊表感激之心。

蔡铭泽

2007年10月于广州暨南园

《新闻传播学》第一版说明

1997年国务院学位委员会决定在新闻学和传播学的基础上设立新闻传播学一级学科。为适应新闻传播学学科迅速提升的新形势,近年来,国内诸多新闻传播学家进行了广泛的研究,出版了一批新成果。本人不揣冒昧,忝列其中,冀以枝蔓之得求教于专家学者和读者。

本书根据传播学的基本架构,分为“新闻传播要素及其流程”和“新闻传播事业及其基本原则和方法”两大部分,并相应设置八章,目的是求其体系上的完整性。在内容方面,本书参考了国内外新闻学和传播学已有的研究成果,并大量吸收了新闻传播业界的新经验,以期保持内容上的实用性和新鲜感。

本书参考了本人编著的《新闻学概论新编》(暨南大学出版社1998年8月版),并保留了其中部分内容。原广州师范学院新闻传播系邱奇志、李近、严三九、李法宝等老师曾为《新闻学概论新编》提供部分初稿。暨南大学新闻与传播学院2002级研究生霍敏同学和支庭荣老师分别为本书提供了第四章第四节和第七章第四节的初稿。对他们的合作,本人深表谢忱。

本书的出版得到潘雅琴副编审的督促和指导,她为此书付出了大量艰辛、细致和创造性的劳动。对她的敬业精神和专业水平,本人表示由衷敬佩。

文章有佳境,可望不可即。本书虽经作者和编辑的长期努力,缺点错误仍在所难免。衷心希望专家和广大读者批评指正。

蔡铭泽

2003年8月于广州暨南园

总 序

百年沧桑，弦歌不辍；巍巍暨南，展焕新颜。暨南大学自1906年创办以来，始终秉承“宏教泽而系侨情”的办学宗旨，注重以中华民族优秀的传统道德文化培养造就人才。学校积极贯彻“面向海外，面向港澳台”的办学方针，建校至今，共培养了来自世界五大洲127个国家和地区的各类人才20余万人，堪称桃李满天下。

暨南大学的研究生教育始于1978年，是改革开放后全国首批研究生招生培养单位。1984年，学校率先招收海外及港澳台研究生，是全国当时唯一的试点单位。1987年开始，创建了与境外知名大学合作培养研究生的教育模式，目前已与中国香港、美国、加拿大、德国、英国等地区 and 国家的众多知名大学联合培养研究生；1989年开创内地高校招收境外“兼读制”研究生及境外研究生面授点的先河。经过30多年的建设与发展，暨南大学已经成为推动港澳台合作办学及国际办学的探索者和实践者，联结内地与港澳台同胞、海外侨胞的桥梁和纽带，被誉为“中国境外研究生教育的试验田和窗口”。

目前，学校已拥有博士学位授权一级学科6个，博士学位授权二级学科39个，硕士学位授权一级学科18个，硕士学位授权二级学科135个，6种硕士专业学位及临床医学博士专业学位；学位授权点覆盖了哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、理学、工学、医学和管理学10个学科门类；设有博士后科研流动站9个，博士后工作站1个。学校师资力量雄厚，有专任教师1677人，其中中国科学院院士1人，中国工程院院士4人，博士生导师297人，教授390人，副教授590人。

教材建设是课程体系和教学内容改革的核心，是进一步加强研究生教学工作，深化教学改革，提高研究生教育教学质量的重要措施。为此，学校启动了“暨南大学研究生教材建设”项目，将系统出版一批具有学科特色和水平的研究生教材。在研究生部的精心组织下，通过专家组评审，分批立项，每批二三十种，覆盖了公共学位课、专业学位课和专业选修课等课程。这些教材符合研

究生教育改革发展趋势，反映了学科建设的新理论、新技术、新方法，在国内同类教材中较为先进。我们以期通过几年的努力，打造出一系列特色鲜明的研究生精品教材。

暨南大学副校长 纪宗安

2009年7月

目 录

《新闻传播学》第三版说明	(1)
《新闻传播学》再版说明	(1)
《新闻传播学》第一版说明	(1)
总 序	(1)
第一章 绪 论	(1)
第一节 新闻传播事业的广泛影响	(2)
一 新闻传播事业是一项重要的社会事业	(2)
二 新闻传播事业极大地影响着人们的生活	(4)
第二节 学习和研究新闻传播学的意义	(7)
一 社会全体成员都应学习新闻传播学基本知识	(7)
二 学习和研究新闻传播学有利于做好新闻工作	(8)
三 学习和研究新闻传播学有利于推进新闻改革	(10)
第三节 新闻传播学的产生和发展	(14)
一 西方新闻传播学的产生和发展	(14)
二 中国新闻传播学的产生和发展	(16)
第四节 新闻传播学的研究对象	(20)
一 传播与传播学	(20)
二 新闻传播学	(21)
三 新闻传播学的基本内容	(23)
第五节 学习和研究新闻传播学的方法	(25)
一 掌握科学研究方法的意义	(25)
二 学习和研究新闻传播学的基本方法	(26)
第二章 新闻	(30)
第一节 新闻的起源和本源	(31)
一 新闻起源于人们社会性生产生活的需要	(31)

二 新闻起源问题上的唯心主义观点批判	(33)
三 新闻的本源是事实	(35)
四 新闻必须用事实说话	(37)
第二节 新闻和信息	(39)
一 信息的定义和特征	(39)
二 信息的分类	(41)
三 新闻和信息的关系	(43)
第三节 新闻的定义、本质和特征	(44)
一 关于新闻定义的辨析	(44)
二 新闻的定义	(46)
三 新闻的本质	(47)
四 新闻的特征	(49)
第四节 新闻的分类及其与历史、宣传和文学的关系	(52)
一 新闻的分类	(52)
二 新闻与历史、宣传及文学的关系	(54)
第三章 新闻传播要素	(58)
第一节 新闻传播者	(59)
一 新闻传播者的职业特征	(59)
二 新闻传播者的权利和义务	(61)
三 新闻传播者的职业素质	(62)
第二节 新闻传播媒介	(66)
一 新闻传播媒介的产生和发展	(66)
二 报纸的传播手段及其传播特点	(70)
三 广播电视的传播手段及其传播特点	(72)
四 网络媒体及其传播特点	(74)
五 媒介融合及其发展趋势	(76)
第三节 新闻接受者	(79)
一 受众的含义及其特征	(79)
二 受众的分类	(80)
三 受众与新闻传播媒介的关系	(81)
四 受众研究的历史发展	(83)

第四章 传播符号	(86)
第一节 传播符号学研究的兴起	(87)
一 传播符号学研究兴起的背景	(87)
二 传播符号学研究的产生及流派	(87)
三 中国传播符号学研究	(89)
第二节 符号的定义、分类及其结构	(91)
一 符号的定义	(91)
二 符号的分类	(92)
三 符号的基本结构	(94)
第三节 符号的意义与功能	(97)
一 符号的意义	(97)
二 符号意义的产生及其传播途径	(99)
三 符号的功能	(101)
第五章 新闻传播过程	(104)
第一节 新闻传播模式	(105)
一 传播模式及其功能	(105)
二 几种主要的新闻传播模式	(106)
第二节 新闻选择及其标准	(109)
一 新闻选择的必要性	(109)
二 新闻价值	(110)
三 新闻政策	(113)
第三节 新闻传播过程中的传播者与受众	(115)
一 事实转化为新闻的基本因素	(115)
二 新闻传播者怎样传播新闻	(117)
三 受众接触新闻媒介的心理	(118)
四 受众怎样选择、理解和利用新闻	(121)
第四节 新闻传播效果	(123)
一 新闻传播效果及其分类	(123)
二 新闻传播效果的实现	(125)
三 新闻传播效果的评价	(128)
第六章 新闻传播事业	(131)
第一节 新闻传播事业的产生	(132)
一 何谓新闻传播事业	(132)

二 新闻传播事业产生的社会历史条件	(133)
三 新闻传播事业的产生	(134)
第二节 新闻传播事业的发展	(136)
一 报刊业的发展	(136)
二 通讯社事业的产生和发展	(137)
三 广播电视事业的产生和发展	(139)
四 新闻网站的产生和发展	(140)
第三节 新闻传播事业的性质、特征和功能	(141)
一 新闻传播事业的性质	(141)
二 新闻传播事业的主要特征	(145)
三 新闻传播事业的基本功能	(147)
第四节 两种不同的新闻传播事业	(152)
一 新闻传播事业的阶级性	(152)
二 资本主义新闻传播事业	(154)
三 社会主义新闻传播事业	(157)
第七章 新闻传播事业的基本原则	(161)
第一节 新闻传播事业的真实性原则	(162)
一 新闻传播事业必须坚持真实性原则	(162)
二 新闻传播事业真实性原则及其含义	(165)
三 新闻失实的表现	(168)
四 新闻失实的原因	(170)
五 如何确保新闻真实	(172)
第二节 新闻传播事业的客观性原则	(174)
一 客观性原则的提出	(174)
二 客观性原则的含义及其评价	(176)
三 正确把握客观性原则	(178)
第三节 新闻传播事业的党性原则	(182)
一 新闻传播事业党性原则的形成	(182)
二 新闻传播事业党性原则的基本内容	(183)
三 新闻传播事业必须反映人民利益	(187)
四 新闻传播事业党性原则与人民利益的一致性	(189)

第八章 新闻传播事业的运作方法	(193)
第一节 以正面宣传为主的方针	(194)
一 以正面宣传为主的方针及其基本内容	(194)
二 坚持以正面宣传为主的方针的基本要求	(196)
三 讲求正面宣传的艺术	(198)
第二节 舆论监督与新闻批评	(200)
一 舆论监督及其作用	(200)
二 舆论监督和新闻批评之关系	(202)
三 舆论监督和新闻批评的原则及方法	(205)
第三节 新闻策划	(208)
一 新闻策划的定义与作用	(208)
二 新闻策划的特征	(212)
三 新闻策划的类型	(214)
四 新闻策划的方法	(216)
第四节 新闻精品及其新闻美	(219)
一 新闻精品的标准	(219)
二 新闻精品美在何处	(222)
三 新闻传情	(225)
四 新闻审美意象	(229)
第九章 新闻自由与新闻控制	(232)
第一节 新闻自由	(233)
一 新闻自由的产生和发展	(233)
二 新闻自由原则的基本内容	(236)
三 资本主义社会的新闻自由	(238)
四 社会主义社会的新闻自由	(240)
第二节 新闻控制	(244)
一 新闻传播事业的社会控制	(244)
二 新闻传播法规	(246)
第三节 新闻职业道德	(251)
一 新闻职业道德的定义、特征和作用	(251)
二 西方新闻自律运动的产生和发展	(253)
三 中国社会主义新闻职业道德建设	(257)
参考文献	(262)

第一章

绪 论

内容提要

新闻传播事业是一项重要的社会事业，它能够深刻地影响人们的生活。为了促进新闻传播事业乃至整个社会主义民主法制建设的健康发展，新闻从业人员乃至全体社会成员都应该学习和了解新闻传播学的基本知识。新闻传播学是专门研究新闻传播事业的产生、发展及其规律的科学。具体来说，它包括对新闻、新闻传播、新闻传播要素、新闻传播效果、新闻传播事业、新闻传播事业与社会其他相关事业之间关系等方面的探讨。学习和研究新闻传播学，应该坚持以马克思主义为指导，同时也应借鉴当代其他学科特别是传播学的研究方法。