

# 新闻传播理论

# 新闻传播理论



## 弘扬科学精神，深化新闻研究

面对 21 世纪的来临，已有不少学者对我国的新闻学研究进行回顾与前瞻，希望在总结经验教训的基础上加强学术研究，提升理论水平，深化学科建设，为我国新闻事业的发展提供充分的理论支持。笔者不揣谫陋，也对如何推进我国的新闻学术谈谈个人的看法，就教于方家。

毫无疑问，十一届三中全会以来的 20 余年间，我国的新闻学研究在改革开放的社会历史条件下获得了前所未有的进步。其中有许多深刻的社会历史原因。就学术研究本身而言，我想应该是广大研究者在十一届三中全会确立的解放思想，实事求是的马克思主义思想路线的指导下，本着科学的态度，运用科学的方法，经过科学的讨论，凭借科学的勇气，进行努力探索的结果。譬如，本着科学的态度区分了学术问题与政治问题，破除了“新闻无学”的迷雾，让新闻学切实研究新闻传播活动的内在规律，使新闻学开始成为一门真正意义上的社会科学；譬如，运用科学的方法重新界定了新闻、宣传、新闻价值等新闻学中的基本概念，引进了信息、传播、媒介等传播学的新术语，并在此基础上提出了诸如新闻本质上是一种信息、报刊是大众传播媒介之类的新命题，培育了新闻传播的新理念；譬如，通过科学的讨论，对新闻的真实性、传媒的商品性、新闻与宣传的关系、指导性与服务性的关系等问题有了明确而开放的认识；譬如，凭借科学的勇

气，探讨了新闻自由、新闻体制改革、党性和人民性的关系等长期难以进行正常学术研究的重大理论问题，尽管这种探讨还很不深入，但毕竟已经开拓了学术空间。

推动新闻学研究进步的科学态度、科学方法、科学讨论、科学勇气，都是科学精神的体现。换言之，科学精神正是以科学态度、科学方法、科学讨论和科学勇气为具体内涵的。既然科学精神是我国新时期以来新闻学术获得进步的推动力量，那么在回顾和总结新闻学术发展的时候就有必要检视和追问：科学精神是否已经得到了充分发扬？不容回避的学术现状是，尽管新闻学术“正在不断地接近唯物主义，正在逐渐地朝着新闻学术的自由王国进发”，<sup>[1]</sup>但由于种种原因，尤其是“左”的东西还在一些人的头脑里作怪，科学精神还发扬得不够充分，以致我们的新闻学研究还没有建构起真正的有相当水平的马克思主义新闻传播学的理论体系。因此，我们的新闻学研究要取得学科建设的根本突破和研究水平的总体提升，就必须大力弘扬科学精神。

首先，要坚持科学的态度。新时期以来，经过广大新闻学者的艰苦努力，已经清除了过去较长一段时期把新闻学研究当成宣传政策图解的做法，使新闻学研究回归到学术自身建设的轨道，许许多多的新闻学者在为新闻科学而辛勤探索。然而，不容否认的是，在一些人的头脑中至今还没有真正树立起对新闻学术的科学态度。“部分人还搞迎合风头，一会儿东风，一会儿西风，投机取巧，游戏学术和人生。”<sup>[2]</sup>还有人把学术当作门面装饰，当作晋升职称的手段，根本就没有谋求学术发展的心思。于是，有的人不断重复他人已经开展过的研究，甚至把他人的成果拿来改头换面就变成了自己的著作，以致于一些新闻学著述的雷同让人不能不感叹“天下文章一大抄”。也有人不断“克隆”自己，把自己的文章不断变化着花样反复在刊物上发表，更有甚者连花样

都懒得翻新，干脆把一两年前发表过的文章拿出来略加“润色”，又以同样的题目发表。凡此种种，不仅对新闻学术毫无补益，而且还严重败坏学术风气。近年来关于建立新闻学术规范的讨论（别的很多学科也在讨论学术规范问题），表面上看似乎只是一个学术论著的形式问题，而其深层意旨正是针对这种不良学术风气而发的，其目的是为了推进学风建设。所以，新闻学研究要弘扬科学精神，首先就要坚持科学的态度。一个研究者只有具备科学的态度，才能真心实意地进行新闻学的科学研究，才有可能为新闻学术的进步做出一份扎扎实实的贡献。

其次，要运用科学的方法。科学方法是发现真理、揭示规律的根本途径。运用科学的方法来研究新闻传播似乎已不成问题，其实不然。就新闻理论研究来说，作为一种定性研究，非常注重逻辑思辨，要求在严格界定概念内涵的基础上进行合理的判断和推理，从而得出科学的结论。可是偏偏还有一些研究者无视逻辑思维规律，任意改变概念内涵，随意提出理论命题。例如，近年有论者提出，“坚持党性原则是新闻科学中的根本规律”。<sup>[3]</sup>谁都知道，作为社会主义国家，我们的新闻传播要坚持党性原则是毫无疑问，不能动摇的。问题在于，这个命题是否科学？按《现代汉语词典》的解释，“原则”是说话或行事所依据的法则或标准，“规律”是事物之间的内在的本质联系。掌握了规律，自然也就有了科学的行为准则，这是“原则”和“规律”相联系的一面。但是，“规律”是客观存在，是客体性范畴，“原则”是行动准则，是主体性范畴，区别是十分明显的。再者，就社会主义意识形态而言，坚持党性原则是一切人文社会科学研究的根本行动指南，而新闻、文学、历史、政治、经济、文化，都有其自身发展规律，需要研究者在党性原则的指导下进行艰苦的求索，以揭示其各自的规律，怎么能够说“坚持党性原则是新闻科学中的根本

规律”呢？岂不是“抓了共性忘了个性”。<sup>[4]</sup>还有，这个命题对“新闻科学”没作任何限定，在逻辑上就应当适用于古今中外的一切新闻传播活动。可是，古代和西方的新闻实践又有什么党性原则可言呢？所以，这个命题犯了不考虑理论观点适用范围的主观主义毛病，显然是经不起推敲的。新闻学研究中诸如此类的“想当然”显然是违背科学方法的。

再次，要展开科学的讨论。科学史表明，真理总是在同谬误展开斗争的过程中发展起来的。由于新闻传播活动处于错综复杂的社会关系之中，也由于新闻学研究者种种主客观条件的限制，新闻学术在其探索过程中既可能揭示规律，获得真理，也可能得出错误的结论，或者两者混杂在一起。这是不以人的意志为转移的，谁也无法抗拒。因此，科学的讨论就是推动新闻学术不断进步的重要手段。新时期以来新闻学研究中的新观点新见解，不少就是通过讨论乃至争论而取得的成果。不无遗憾的是，新闻学研究中的科学讨论还很不充分，甚至存在着某些障碍。一方面，学术讨论的范围仍有局限。大体上，一般性理论问题可以放言无忌，现实性理论问题则难以争鸣。譬如，随着新闻改革的深入发展，传媒产业化成为当前的现实课题。然而有人担心传媒“产业化”会把媒体作为党和政府的喉舌功能也“化掉”了，就说传媒是“产业”而不能“产业化”。于是传媒产业化问题在理论上就被悬置起来，难以展开学术讨论，使包含于其中的许多关系到新闻事业深化改革的重大理论问题无法得到充分的研究。另一方面，学术讨论的氛围不够健康。诚如有学者指出的那样，在某些有争议的问题上，提出不同见解和观点的作者，不是被人向所在单位“打招呼”，施加各种压力，就是被打“小报告”，受到点名批评。更有甚者，干脆被剥夺了参加学术讨论和发表论著的权利。其实，“按照党的十一届三中全会精神，学术争鸣应该自由、

平等地进行，对于明显的有错误政治倾向的观点可以点名批评，但这种争鸣和批评应该是公开的，充分讲理的，允许对方反驳和反批评的。”<sup>[5]</sup>只有这样，才能使科学的讨论真正开展起来。

最后，要培养科学的勇气。科学的进步，真理的获得，并非一蹴而就的事情，往往需要经过漫长而艰苦的求索过程。在这个过程中，科学的勇气是研究者到达真理彼岸的人格保证。马克思曾说过：“在科学上面是没有平坦的大路可走的，只有那在崎岖小路的攀登上不畏劳苦的人，才有希望到达光辉的顶点。”尽管我们新闻学术队伍中的大多数研究者在辛勤耕耘，但也确有一些人缺乏科学的勇气，遇到问题绕着走，做些四平八稳的研究，不痛不痒，甚至害怕付出艰苦的劳动。因此，弘扬科学的勇气是有深刻现实意义的。我们的新闻学者不仅要能够吃苦耐劳，刻苦钻研，提出经得起实践检验的真知灼见，而且要敢于对有争议的理论课题进行独立研究，提出具有鲜明个性的思想观点，尤其是要敢于坚持真理，修正错误，为新闻学术奉献生命的光和热。在这方面，已有前辈学者为我们树立了榜样，譬如王中教授敢于独立探索，敢于坚持真理，甘惜分教授能够不断修正自己的错误，在探索新闻科学的道路上毅然前行。只要我们的研究者以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论来武装自己的头脑，养成惟真理是求的学术品格，就会有巨大的科学勇气去攻克一个又一个的难题，不断丰富和完善具有中国特色的马克思主义新闻传播学。

（原载《西南民族学院学报》 2001年第3期）

注释：

[1] 董兵：《向新闻学术的自由王国飞跃》，《新闻界》 1998年第5期。

[2] [4] [5] 童兵：《从界定每一个新闻学术语做起》，《新闻界》 1998 年第 3 期。

[3] 徐人仲：《坚持党性原则是新闻科学中的根本规律》，《新闻大学》 1998 年春季号。

## 信息、媒介与新闻观念更新

或许是历史的巧合，我国的传播学研究 with 新闻改革在 1979 年同时起步，至今已走过了 20 年的历程。全面考察 20 年来传播学研究 with 新闻改革的相互关系，对于深化改革，加强学科建设，都具有重要意义。鉴于传播学研究 with 新闻改革所涉及的内容十分广泛，本文仅从信息观念和媒介观念出发，探讨传播学研究 with 新闻观念更新的关系。

### 一、新闻观念更新的基本内容

大体上，新时期以来的新闻改革经历了三个阶段：从 20 世纪 70 年代末到 80 年代初，主要是拨乱反正，改进业务，即扫除“文化大革命”期间“假、大、空”的新闻文风，倡导“真、新、快、短、活”的报道原则；从 20 世纪 80 年代中至 90 年代初，主要是更新观念，开拓前进，促使传媒功能、传媒结构、传播方式尽快适应社会的发展变化；从 20 世纪 90 年代初以来，新闻改革进入改革管理体制、转换经营机制阶段，在经营管理上做改革的大文章。这也就是说，随着新闻改革进程而逐渐展开的改革内容与层面是：（1）新闻业务改进，（2）新闻观念更新，（3）新闻经营管理改革。

如果说新闻改革第一阶段恢复了“文化大革命”前十七年的

新闻传统，在反映时代生活，宣传党的方针政策，开展新闻批评等方面都取得了长足进步，那么，随着 1984 年经济体制改革的启动，仅仅在业务层面进行改革，已难以适应时代的需要。于是，新闻改革深入到更新观念的阶段。新闻观念的更新涉及新闻观念的诸多方面，但从本体论的意义上看，我们可以把新闻观念更新的内容大致归结为四个方面。

其一，改革新闻就是宣传的观念，树立新闻是一种信息的观念。长期以来，新闻担负着宣传马列主义、毛泽东思想，宣传党的方针政策，鼓励人民群众参加革命斗争，进行社会主义建设的重大使命，在实践中形成了新闻就是宣传的传统观念。应当承认，在一定社会历史条件下，新闻必然成为一种宣传手段。但是，简单地把新闻等同于宣传，就不可避免地造成忽视乃至漠视新闻规律的现象。正是有感于以宣传规律取代新闻规律的现实，新闻学术界在 20 世纪 80 年代前期对新闻与宣传的关系进行了认真的反思，掀起一场全国范围的大讨论。经过讨论，大家逐步认识到：新闻与宣传属于两种不同性质的实践领域与理论范畴，新闻重在报道新近发生的事实，宣传重在传达宣传者的观点，虽然两者常常相互交叉，相互渗透。新闻可以是宣传的一种方式 and 手段，也可以只报道新近发生的事实；宣传往往借助于新闻，但又不局限于新闻。从改革的立场看，把新闻与宣传区别开来，无疑是一大进步。但是新闻到底是什么，讨论中虽有所解答，却仍未取得实质性的突破。于是从 1984 年开始，新闻学术界纷纷从信息角度来阐释新闻的本质，逐渐形成新闻是一种信息的观念。例如：“新闻是崭新存在状态的、社会关注的、公开传播的信息”<sup>[1]</sup>；“新闻是经过报道（或传播）的新近事实的信息”<sup>[2]</sup>。“新闻是及时公开传播的新闻事实的信息”<sup>[3]</sup>。

其二，改革报纸是单纯宣传工具的观念，树立报纸是大众传

播媒介的观念。十一届三中全会以后，新闻界否定了“报纸是无产阶级专政机关”和“阶级斗争工具”的传统看法，重新确立了报纸的社会舆论工具性质。但长期以来过分强调报纸的政治宣传作用，特别是把报纸说成是“一定的社会集团，每日每时地有系统的用来宣传符合于自己的利益和需要的政治和哲学观点，用来进行政治斗争和思想斗争的锐利武器”<sup>[4]</sup>，这类观念仍然在禁锢着人们的头脑，使新闻传媒难以适应改革开放和以经济建设为中心的时代要求。这就需要重新认识传媒的性质。1985年2月，胡耀邦在中央书记处会议上指出：“我们党的新闻事业，究竟是一种什么性质的事业呢？就它最重要的意义来说，用一句话来概括，我想可以说党的新闻事业是党的喉舌，自然也是党所领导的人民政府的喉舌，同时也是人民自己的喉舌。这样一句话，当然不可能概括党的新闻事业的全部内容和作用。比如它还是党联系人民群众的一种纽带与桥梁，又是在人民中间，在党内外和国内外传递信息的一种工具，等等。”<sup>[5]</sup>这里把传媒认定为“传递信息的一种工具”，实际上承认了报纸的大众传播媒介性质。同年，复旦大学新闻系编写的一本新闻学教科书十分明确地写道：“新闻事业的根本特性是：真实地、及时地反映并影响现实变动的大众传播工具。”<sup>[6]</sup>新闻界也认识到，“报纸同时是传播信息的工具。这一点我们重视不够，有时甚至是忽略了”。<sup>[7]</sup>因此，中国社会科学院新闻研究所在1986年针对新闻改革提出建议，要求“应确立报纸是大众传播媒介的新观念”<sup>[8]</sup>。由于“大众传播媒介”的字眼“中性化”，正式文件往往加以回避。直到1994年10月27日，全国人大常委会通过的《中华人民共和国广告法》才第一次以法律名义，把我国的报纸、新闻期刊、广播、电视等称作“大众传播媒介”。

其三，改变传媒的单一宣传功能，树立传媒的多种功能观。

树立报纸是大众传播媒介新观念的过程，实际上也是更新传媒功能观的过程。正如有学者在 1995 年所指出的那样：大众传播媒介观念的确立，“也就间接地说，它们不仅是作为党和政府的‘宣传工具’而存在，同时，更是作为一种大众传播工具而存在”。“‘宣传工具’，顾名思义，就是进行政治宣传的。宣传是一种说服教育行为。‘大众传播工具’的功能可就多了。……具有报道新闻、宣传政策、引导舆论、传播知识、提供娱乐、广告等多种社会功能。报道新闻，提供信息的功能在传播学理论中，又被称作‘守望环境的功能’，是最基本的功能。”<sup>[9]</sup>事实上，早在 1986 年就出现了更新传媒功能观的呼声：“更新观念，破‘单功能的工具论’，立‘多功能的媒介论’，使报纸真正成为多功能的大众传播媒介，起到发布新闻、宣传观点、反映民意、传播知识、提供娱乐和推销商品的多功能作用。”而且，“报纸的最大功能，读者的最大需求，是提供更多的信息”<sup>[10]</sup>这两段引文前后相距十年，内容却相当一致，正说明新闻界在更新传媒功能问题上的共识。

其四，正视新闻传播信息匮乏的现实，树立增加信息量的观念。从逻辑上讲，既然新闻是一种信息，报纸又是以传递信息为首要功能的大众传播媒介，增加信息量便是新闻传播的应有之义，特别是 1984 年开始的经济体制改革，已经使信息成为一种“资源”，成为一种“财富”，迫切需要新闻传播增加信息量。从 1984 年开始，新闻界就公开呼吁“努力增加报纸的信息量”<sup>[11]</sup>。增加信息量意味着什么呢？从传媒“多功能”的角度看，就是要扩大新闻报道范围：“如市场行情、商品流通、销售动态以及科技、人才方面的信息，就其大多数来说，并不足以构成新闻，按照新闻的标准，就难登‘大雅之堂’，但由于它们和社会生活、经济工作密切相关，按照信息传播的要求，就理直气壮地走上版

面，并产生实际效果，受到人们的欢迎。”<sup>[12]</sup>从传媒“元功能”（即最基本的功能）的角度看，则是要增加新闻的信息含量，即：增加报纸的新闻条数，多发短新闻，多用背景材料，提供深度报道，加强新闻报道的针对性，提高新闻传播的时效性，减少毫无新闻价值的信息<sup>[13]</sup>。直到 20 世纪 90 年代初，增加信息量仍然是新闻界的努力方向和实践趋势。1992 年全国新闻学术年会达成一个共识，“要改善新闻宣传，首先要增加信息量”。<sup>[14]</sup>同年，中国新闻社的年终特稿指出：扩大信息量，是新闻界的一大趋势<sup>[15]</sup>。

上述四个方面的内容，实际上是对新闻传播一些根本问题的重新审视，其核心是让“观点纸”回归到“新闻纸”，并且在回归过程中深化“新闻纸”的内涵。

## 二、传播学研究 with 新闻观念更新的关联

古今中外的思想发展史告诉我们，观念更新的实现形式主要有两条途径：一是纵向反思，二是横向借鉴。新闻观念更新的历程，也是按照这样的途径展开的。

大体而言，20 世纪 70 年代末至 80 年代初前期，纵向反思占据着主导地位。1992 年出版的一部大型工具书《宣传舆论学大辞典》在《理论新闻学》卷收录了涉及新闻观念更新的若干条目，其中绝大多数都是对新闻观念的重新审视。如：“关于新闻定义的争鸣”，“关于新闻与宣传关系的讨论”，“关于‘非事件性新闻’的讨论”，“新闻价值的争鸣”，“关于新闻商品问题的讨论”，“关于新闻传播规律的讨论”，等等<sup>[16]</sup>，都是 20 世纪 80 年代前期的热门话题，其价值取向在于肃清极“左”思想的流毒，澄清错误认识，使人们对新闻的认识回到正确的轨道上来。

但这种反思的成果主要是正本清源，并没有真正完成新闻观念更新的任务。一是社会经济体制改革在当时尚未全面推行，社会尚未从根本上对新闻传播提出全新要求；二是缺乏新的概念体系，仅在原有的新闻学框架内确实难以提出具有全新意义的观念。于是，向西方传播学的横向借鉴便成为更新新闻观念的主要途径。

横向借鉴的前提是已经“借来”（即鲁迅所说的“拿来”）可资“镜鉴”的“他山之石”。新闻观念的更新要借鉴传播学，首先要引进传播学，普及传播学。回顾我国传播学的研究历程，新闻学界在 20 世纪 80 年代中期以前，已经出色地完成了这项工作。

早在 1979 年 10 月，复旦大学新闻系就在内部刊物《外国新闻事业资料》上刊载了《美国资产阶级新闻学：公众传播学》、《公众传播的研究》等文章，开始介绍传播学。从 1980 年起，不少学者加入到译介传播学的行列。1981 年 5 月首期出版的《新闻大学》设立了陈韵昭副教授开辟的《传播学讲座》专栏，系统介绍美国传播学的基本知识。1982 年，张隆栋教授在《国际新闻界》第 2~4 期发表了《美国大众传播学简述》，详细介绍美国大众传播学研究的五个范畴。1983 年，郑北渭教授在《新闻战线》撰文介绍了传播学及其研究成果。同年，中国社会科学院新闻研究所世界新闻研究室编写的《传播学（简介）》文集面世。1984 年，美国传播学大师威尔伯·施拉姆等著的《传播学概论》中译本出版。此后，传播学的译著和个人的著述陆续出版。与此同时，从 1980 年复旦大学新闻系率先开设传播学选修课开始，传播学陆续进入我国高校新闻类专业的课堂，引起了学生的极大兴趣。而从 1982 年开始的全国传播学研讨会以及同国际传播学界的交流，更是直接推动着我国传播学的研究<sup>[17]</sup>。可以这样

说，到 20 世纪 80 年代中期，传播学已经在我国新闻领域得到了全面的引进、研讨和介绍。正如有学者指出的那样：“到了 1988 年的今天，眼前的现实是，不仅开设传播学的大学日渐增多，还有传播学专业、传播学研究所亦相继建立。拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、宣伟伯等名字逐渐为人熟悉，信息、反馈、受众、把关人等专业名词更见广泛使用。就连个别怀疑这门学科，或提出过责问的同志，现今亦已不满足于仅仅知晓一点传播学 ABC，而兴奋地钻研起传播学的 XYZ 来了。”<sup>[18]</sup>

在传播学引进介绍阶段，传播学研究 with 新闻改革仿佛两条道上的车，各自沿着自己的轨道运行。其实不然，传播学被“拿来”以后，很快就与我国的新闻改革发生了联系。最突出的表现也许是传播学实证研究方法对我国新闻受众调查的强化和科学化。1981 年 1 月底，复旦大学新闻系 77 级学生毛用雄、尹德刚等五人针对“宣判林、江反革命集团的结果”这一重大新闻的传播过程进行了抽样调查，开新时期以来受众调查之先河。1982 年，中国社会科学院新闻研究所和北京新闻学会（后改为首都新闻学会）受众调查组对北京地区的读者、听众、观众进行了大规模的调查，抽取样本 2432 人，既对北京受众情况作了综合考察，又为《人民日报》《工人日报》《中国青年报》作了专题调查，而专题调查是直接为新闻改革服务的。从此以后，开展受众调查就成为新闻改革的重要内容和重要依据。

不仅如此，传播学研究在思想上也撞击着人们的新闻观念。例如，北京广播学院 77 级本科学生郑固固的毕业论文《试论新闻工具中的纵向信息传递和畸变》，运用信息流通概念剖析了我国上情下达与下情上达的两种纵向信息流，认为新闻工具在传递自上而下的信息流时，一般是迅速、可靠和有效的；相反，传递自下而上的信息流，则不那么畅通、迅速，畸变率较大。因此，

目前的新闻改革亟须改善自下而上的渠道<sup>[19]</sup>。这实际上已涉及传媒怎样发挥反映民意、表达舆论功能的问题，从而与新闻观念更新直接联系起来。只不过像这样把传播学原理与新闻观念更新联系起来进行研究，在 20 世纪 80 年代前期尚未成为新闻学界的普遍风气，从 20 世纪 80 年代中期开始，学者们就十分自觉地在传播学中寻找观念更新的理论依据了。上述新闻观念的更新，无一不与传播学的传播以及信息、媒介等基本概念有着直接或间接的联系。对此，已毋庸赘述。我们可以肯定地说：传播学研究（广义的概念，包括引进、研讨、应用、普及等各方面）与新闻观念更新具有内在的耦合度。

### 三、传播学研究对新闻观念更新的意义

学术界已经注意到传播学研究与新闻观念更新的联系。复旦大学新闻学院李良荣教授提供了这样一个基本事实：“关于‘新闻与宣传’异同的最早一组讨论文章就是复旦大学新闻系 77 届学生撰写的。他们就是在听了传播学这门课以后受到的启发。”<sup>[20]</sup>但是，学术界一直忽视了传播学研究为新闻观念更新所带来的革命性意义。笔者认为，这种革命性意义主要表现在以下几方面。

首先，传播学研究为新闻观念更新开拓了新的思维空间。观念作为社会实践活动在人们头脑中的反映，是人们对认识对象进行分析、综合、判断、推理而形成的。要更新新闻观念，就必须拓展思维空间，开阔理论视野。改革开放以前，我们长时期把新闻局限在政治宣传的范畴内，并以此作为出发点来思考新闻传播问题，把特殊情况当成一般规律，如只考察一个时期的我党新闻事业就得出“报纸是阶级斗争工具”这样一般性的结论，或者把

报纸在一定时期所担负的政治宣传使命视为传媒的主要功能乃至惟一功能。传播学的引进介绍，开拓了新的理论视野，使人们得以在更加宏观的层面上来研究新闻传播问题。比如，在共时性上，传播学以人类传播即人类社会的交流作为研究对象，这样就把新闻、宣传、舆论、广告等诸多具体的传播形态都纳入了信息传播的范畴，视野极为开阔，使我们在研究新闻问题时摆脱了新闻即宣传的狭隘观念，认识到新闻（实指新闻报道）与宣传不过是传播的两种具体形态而已。正如传播学先驱哈罗德·拉斯韦尔 1949 年在《宣传、传播和舆论》一书中所强调的那样：宣传不过是人类传播的一种特殊形态。有了传播这个大概念和大视野，我们就能够辩证地对待新闻与宣传的异同，从而得出科学的结论。在历时性上，传播学把整个人类传播的历史进程都纳入了研究范围，语言传播、文字传播、印刷传播、电讯传播，直到网络传播，构成了人类传播连续不断的发展链条。这就要求我们应从整个人类传播历史出发来考察传播现象，从中探索其一般规律。对于新闻事业而言，也同样应当从整个人类社会的新闻事业发展史中去探讨其规律性。

其次，传播学研究为新闻观念更新提供了新的认识模式。思想观念是人们认识活动的产物，而认识活动总是在一定的认识模式中进行。要更新新闻观念，就必须更新认识模式。改革开放前，我们对于新闻传播的认识是以“政治为本，新闻为用”为框架的。研究新闻的目的，只是如何使报刊为政治服务，因而总是以政治需要作为研究取向<sup>[21]</sup>。这样，新闻传播与社会的联系就被简单化为与政治的联系，从而把新闻传播与社会经济和社会文化割裂开来。传播学作为研究传播过程及其效果（包括影响在内）的科学，把传播系统放进社会系统中来探讨传播与政治、经济、文化的相互作用。这实际上是以社会运行或社会发展为中心