

新闻与传播硕士（MJC）考试辅导用书

334新闻与传播专业 综合能力复习指南

科兴教育新闻学教学研究中心 编

- ★ 严格依照教育部考试中心考试大纲体系的权威阐释
- ★ 北京、上海两地名师亲自执笔，囊括更多要点精华
- ★ 20余位名师，8个研究项目组，600多天心血结晶
- ★ 精选新闻与传播硕士名校真题，配合考点深入解读
- ★ 纵向梳理与横向归纳相结合，全面覆盖考纲所有考点

中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教 · 育 · 出 · 版 · 中 · 心

新闻与传播硕士(MJC)考试辅导用书

334 新闻与传播专业 综合能力复习指南

科兴教育新闻学教学研究中心 编

中国石化出版社

内 容 提 要

《334 新闻与传播专业综合能力复习指南》是配合教育部命制的 334 新闻与传播专业综合能力考试大纲而编写的考试辅导用书。本书从结构上分为三部分:复习导论,包括重难点提示和知识框架,高度浓缩章节要点精华;考点精讲,参照 334 考试大纲,系统梳理知识点;习题精编,每个章节都配有相关的习题及详细解析,能让考生迅速巩固章节所学。

本书适用于参加新闻与传播硕士(MJC)考试的考生,也可供高等院校新闻学专业的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

334 新闻与传播专业综合能力复习指南 / 科兴
教育新闻学教学研究中心编. —北京:中国石化出版社,
2015.9

新闻与传播硕士(MJC)考试辅导用书
ISBN 978-7-5114-3590-3

I. ①3… II. ①科… III. ①新闻学-传播学-研究
生-入学考试-自学参考资料 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 200740 号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何
形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街 58 号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail:press@sinopec.com

北京柏力行彩印有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092 毫米 16 开本 13.75 印张 346 千字

2015 年 9 月第 1 版 2015 年 9 月第 1 次印刷

定价:35.00 元

前 言

本书是配合教育部命制的 334 新闻与传播专业综合能力考试而编写的辅导用书。秉承科兴图书一贯风格，侧重基础，注重应试，讲练结合，贴近考研。本书从结构上，分为三部分：

复习导论：包括重难点提示和知识框架，高度浓缩章节要点精华。

考点精讲：参照 334 考试大纲，系统梳理知识点。每章节配套的例题对拓展答题思路有很大的帮助。

习题精编：每个章节都配有相关的习题，能让考生迅速巩固章节所学。

建议读者配合本书姊妹篇《334 新闻与传播专业综合能力真题汇编及详解》使用，可以达到更好的学习效果。

由于时间和水平所限，本书疏漏之处在所难免，恳请各位专家及读者批评指正，如果您发现错误或对本书有任何建议，请联系科兴教育客服 275443204@qq.com，我们将尽快回复。

科兴教育新闻学教学研究中心

2015 年 6 月

目 录

CONTENTS

第一章 媒介与社会	(1)
第一节 理解传播媒介	(2)
一、传播的含义与类型	(2)
二、传播的过程与要素	(3)
三、传播媒介的界定与分类	(6)
四、传播媒介的社会功能	(8)
第二节 媒介的社会影响	(11)
一、媒介与政治舆论	(11)
二、媒介与经济发展	(15)
三、媒介与社会文化	(17)
四、媒介与国际关系	(20)
五、媒介的效果与效果理论	(23)
习题精编	(34)
参考答案	(35)
第二章 媒介的形态与发展	(42)
第一节 媒介形态的历史沿革	(43)
一、媒介形态的沿革	(43)
二、媒介形态沿革的规律与特征	(44)
第二节 传统媒介及其传播特性	(45)
一、报纸及其传播特点	(45)
二、广播及其传播特点	(48)
三、电视及其传播特点	(49)
第三节 互联网及其传播特征	(52)
一、数字技术与新媒体	(52)
二、网络传播的媒介特征	(64)
三、网络新闻	(68)
四、网络传播的主要类型	(73)
习题精编	(78)
参考答案	(79)
第三章 媒介内容生产	(91)
第一节 媒介内容生产的外部环境	(92)
一、媒介制度	(92)

二、媒介产业	(96)
三、媒介组织	(103)
第二节 媒介内容生产的流程	(110)
一、报纸的生产	(110)
二、广播电视节目的生产	(124)
三、网络媒体的内容生产	(147)
第三节 媒介融合时代的内容生产	(152)
一、媒介融合与全媒体传播	(152)
二、媒介融合对媒介内容生产的影响	(155)
三、媒介组织结构的调整与生产流程的改造	(158)
习题精编	(161)
参考答案	(162)
第四章 媒介伦理与法规	(176)
第一节 媒介伦理知识	(177)
一、媒介伦理概述	(177)
二、媒介伦理的失范	(178)
第二节 媒介法规与政策	(189)
一、媒介与公共生活的法规控制	(189)
二、媒介与权利	(189)
三、媒介产业的政策与法规	(193)
四、媒介行业的自律与他律	(198)
习题精编	(205)
参考答案	(206)

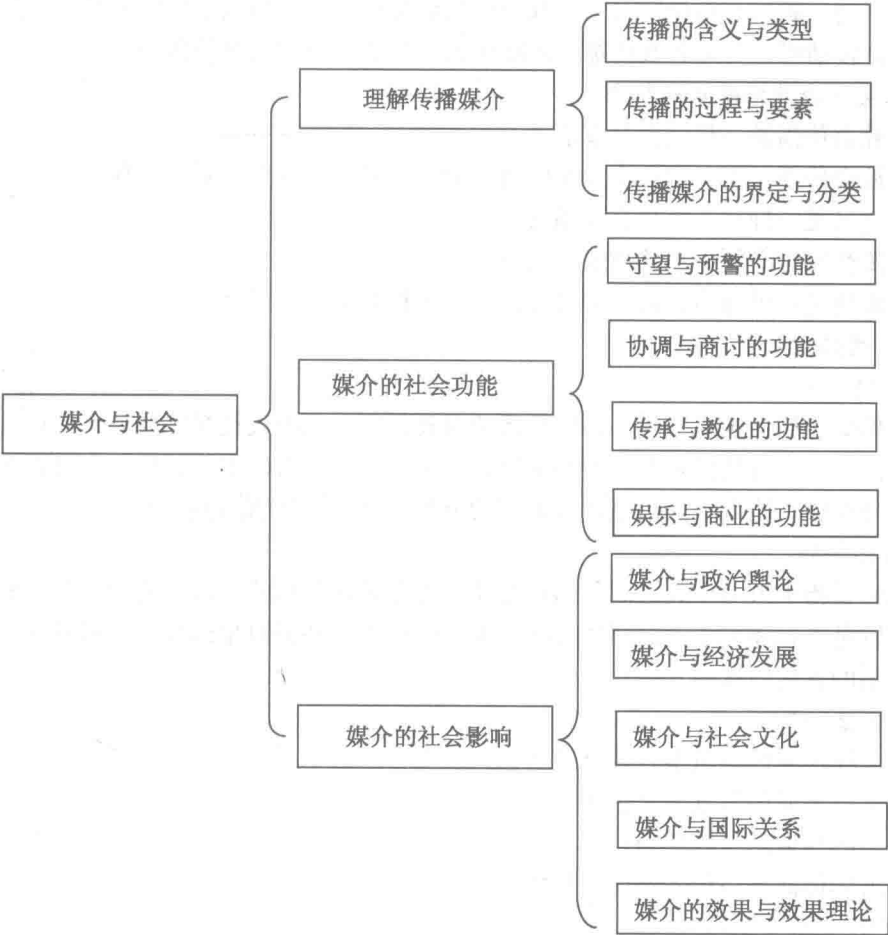
第一章 媒介与社会

复习导论

一、重难点提示

- 1. 传播与传播媒介
- 2. 媒介的社会功能
- 3. 媒介的社会影响
- 4. 社会中的媒介

二、知识框架



第一节 理解传播媒介

一、传播的含义与类型

(一) 传播的含义和特点

1. 传播的含义

1976年,美国学者丹斯列举了126种之多传播学的定义,主要的代表性观点有:

(1) 共享说:着眼于传播的内容信息的共享。

(2) 传递行为说:要同他人交换思想感情以达到分享的目的,就必须要把思想感情表达出来,而这个表达行为就是传播。

(3) 互动说:强调传播是交流的互动过程。

(4) 影响(劝服)说:传播是发生在传播者与受传者之间的交流活动,传播必然使双方相互联系、相互作用。

综上所述,我们将传播定义为:社会信息的传递或社会信息系统的运行。按照传播的范围和规模,传播可以分为自我传播、人际传播、组织传播和大众传播四种类型。

2. 人类社会传播的基本特点

(1) 社会传播是一种信息共享活动。

(2) 社会传播是在一定社会关系中进行的,又是一定社会关系的体现。

(3) 它又是一种双向的社会互动行为。

(4) 传受双方必须要有共通的意义空间。

(5) 传播是一种行为,是一种过程,也是一种系统。

(二) 传播的类型

1. 人内传播

人内传播也称为内在传播、内向传播或自我传播,是个人接受外部信息并在人体内部进行处理的活动。人内传播具有典型的系统性,主要表现在人体本身就是一个由相互联系、制约的各部分构成,能对个人信息进行处理的有机整体(完整的信息系统)。

2. 人际传播

人际传播指个人与个人之间的信息交流。人际传播的形式可以是两个人面对面的直接传播,也可以是以媒体为中介的间接传播。人际传播是一种最典型的社会传播活动,也是人与人社会关系的直接体现。

人际传播的特点:

(1) 人际传播的渠道多,方法灵活;

(2) 人际传播的信息意义更为丰富和复杂;

(3) 人际传播的双向性强;

(4) 人际传播是一种非制度性传播。

3. 群体传播

群体传播指群体内部或外部的信息传播活动。它是更大的系统,不仅存在许多个体系统的活动,这些个体系统的有机结合还产生了新的输出物——群体规范和群体价值。群体信息

系统的一个重要功能就是帮助个人实现社会化，在社会化完成之后还依然对个人的社会态度和行为发挥重要的制约作用。

4. 组织传播

组织传播指的是组织所从事的信息活动。它包括两方面，一是组织内传播，二是组织外传播。组织是一个比自然群体结构秩序更严密的社会集合体。其特点：具有明确的组织目标，其结构和分工的设置都为实现这一目标，因此组织本身就是一个执行特定功能的系统。现代组织的典型形态——企业的基本目标是从事生产，而生产是一种综合的活动，是人力、物力和财力的有机结合，系统性显而易见。

组织传播的功能：(1)内部协调；(2)指挥管理；(3)决策应变；(4)形成共识。

5. 大众传播

大众传播是指专业化的媒介组织运用先进的传播技术和产业化手段，以社会上一般大众为对象而进行的大规模的信息生产和传播活动，是伴随着近现代印刷，电子传播技术的发展而产生的一种特殊的社会信息系统。

大众传播的特点：

(1) 传播者是从事信息生产和传播的专业化媒介组织。大众传播是有组织的传播活动，是在特定的组织目标和方针指导下的传播活动。

(2) 大众传播是运用先进的传播技术和产业化手段大量生产、复制和传播信息的活动。

(3) 大众传播的对象是社会上的一般大众，用传播学术语来说即“受众”。任何人只要接触大众传播的信息便是受众。受众的广泛性，意味着大众传播是以满足社会上多数人的信息需求为目的的大面积传播活动。

(4) 大众传播的信息既具有商品属性，又具有文化属性。

(5) 从传播过程的性质来看，大众传播属于单向性很强的传播活动。传媒组织单方面提供信息，受众只能在提供的范围内进行选择 and 接触；没有灵活有效的反馈渠道，受众对媒介组织的活动缺乏直接的反作用力。大众传播的单向作用的性质为它赋予了强大的社会影响力。

(6) 大众传播是一种制度化的社会传播。

二、传播的过程与要素

(一) 传播模式

传播模式是指研究传播过程、性质、效果的公式。卡尔·多伊奇 1966 年在《政府的神经》一书中曾论述过在社会科学中模式的主要优点。首先，模式具有构造功能，能揭示各系统之间的次序及其相互关系，能使我们事物有一个很难从其他方法中获得的整体形象。在这一方面，模式能为各种不同的特殊状态提供一个一般的图景。其次，模式具有解释的功能，它能用间接的方式提供如果改用其他方法则可能相当复杂或含糊的信息。

1. 直线模式

(1) “5W”模式

又称传播的政治模式。1948 年由美国政治学家 H. D. 拉斯韦尔提出，后广为引用。该模式首次将传播活动解释为由传播者、传播内容、传播渠道、传播对象和传播效果五个环节和要素构成，即：谁(who)、说什么(says what)、通过什么渠道(in which channel)、对谁说(to whom)、产生什么效果(with what effect)。后来大众传播学研究的五大领域，即控制研

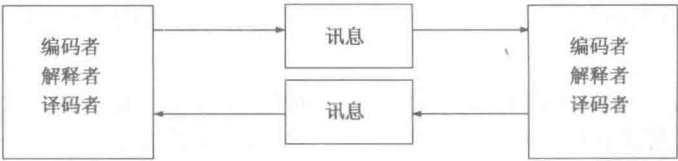
究、内容分析、媒介研究、受众研究和效果研究，就是沿着拉斯维爾的思路形成的。但是，這是一種直線模式，沒有考慮反饋因素和體現雙向性。

(2) 香農-韋弗模式

又稱傳播的數學模式。1948年由美國數學家 C. E. 香農和 W. 韋弗提出。特點是將人際傳播過程看作單向的機械系統。西方認為，此模式開拓了傳播研究的視野，模式中的“噪音”表明了傳播過程的複雜性，但是“噪音”不僅僅限於“渠道”。

2. 循環與互動模式

(1) 施拉姆-奧斯古德的循環模式



施拉姆-奧斯古德的循環模式

① 提出：施拉姆受奧斯古德的观点启发，在《传播是怎样运行的》一书提出了该模式。

② 内容：

a. 沒有傳播者和受傳者的概念，傳播雙方都是傳播行為的主體，相互作用。

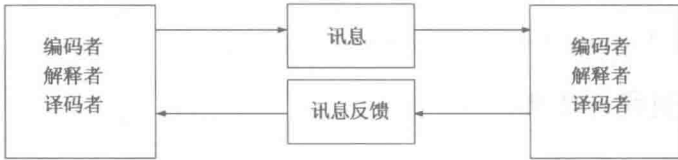
b. 重點不在於分析傳播渠道中的各種環節，而在於解析傳播雙方的角色功能。雙方在不同階段都依次扮演譯碼者（接受和解读符号）、解釋者（解釋意义）和編碼者（符号化和传达）的角色。

③ 评价：

a. 意义：強調社會傳播的互動性，把傳播雙方都看作是傳播行為的主體，正確。

b. 不足：把傳播雙方放在完全對等（平等）的關係中不合適；僅適於人際傳播，不適於大眾傳播過程。

(2) 施拉姆的大眾傳播模式



施拉姆模式

① 提出：20 世紀 50 年代，由美國傳播學者 W. 施拉姆在其著作《传播是怎样运行的》中提出的一種模式。通常，又稱之為施拉姆模式。

② 内容：

a. 構成傳播過程的雙方分別是大眾傳媒和受眾，二者間是傳達與反饋的關係。

b. 大眾傳媒（傳播者）與一定的信源連接，又通過大量複製的信息與受眾（個人集合體，分屬於各自的社会群体）相聯系，個人與個人、個人與群体之間都保持着特定的傳播關係。

③ 评价：充分体现大眾傳播的特点，一定程度上揭示社會傳播過程相互連結性和交織性，初步具備系統模式特点。

【例1】简答题：简述施拉姆提出的循环模式和大众传播过程模式。

【解析】(1) 奥斯古德与施拉姆的循环模式

奥斯古德与施拉姆的循环模式强调了社会传播的互动性，并把传播双方都看作是传播行为的主体。

但是，这个模式也有其本身的缺陷。首先，它把传播双方放在完全对等或平等的关系中，这与社会传播的现实情况不符。其次，这个模式能够体现人际传播特别是面对面传播的特点，却不能适用于大众传播的过程。

(2) 施拉姆的大众传播过程模式

该模式充分体现了大众传播的特点。构成传播过程的双方分别是大众传媒与受众，这两者之间存在着传达与反馈的关系。作为传播者的大众传媒与一定的信源相连接，又通过大量复制的讯息与作为传播对象的受众相联系。受众是个人的集合体，这些个人又分属于各自的社会群体；个人与个人、个人与群体之间都保持着特定的传播关系。

施拉姆的这个模式在一定程度上揭示了社会传播过程相互联结和交织性，已经初步具有了系统模式的特点；但是，该模式仍然没有考虑更为广泛的社会过程和背景对传播的影响。

【科兴点评】此题较为简单，答题时要注意两点：第一，能够全面准确地评价各模式的进步与缺陷；第二，最好能够附上图示，更加清晰明了地表达模式的内容。

(3) 两级传播模式

20世纪40年代由美国社会学家 P. F. 拉扎斯菲尔德提出。此模式强调“舆论领袖”的作用。西方认为，两级传播模式综合了大众传播和人际传播，但夸大了舆论领袖的作用及其对大众传播媒介的依赖性，把传播过程简单化了。将受众截然分为主动和被动、活跃和不活跃两部分，不符合传播的现实情况。此模式以后演变为多层次的 N 级传播模式。



两级传播模式

(4) 德弗勒模式

又称大众传播双循环模式。50年代后期由美国社会学家 M. L. 德弗勒提出。在闭路循环传播系统中，受传者既是信息的接收者，也是信息的传送者，噪音可以出现于传播过程中的各个环节。此模式突出双向性，被认为是描绘大众传播过程的一个比较完整的模式。

① 优点：德弗勒的互动过程模式克服了香农-韦弗模式单向支线的缺点，明确补充了反馈的要素、环节和渠道，使传播过程更符合人类传播互动的特点。与此同时，这个模式还拓展了噪声的概念，认为噪声不仅对讯息，而且对传达和反馈过程中的任何一个环节或要素都会发生影响，这一点加深了传播学界对噪声所起的作用的认识。该模式适用范围比较普遍，包括大众传播在内的各种类型的社会传播过程，都可以通过这个模式得到一定程度的说明。

② 缺陷：该模式未能超出从过程本身或从过程内部来说明过程的范畴。从辩证法的观点来看，事物的运动过程不仅仅取决于过程的内部因素或内部机制，还会受到外部条件或外部环境的制约和影响。在德弗勒的模式中，唯一提到的一个外部影响因素是“噪声”，但是，

影响传播过程的外部条件 and 环境因素的全部复杂性，并不是一个简单的“噪声”概念能说明的。

3. 系统模式

(1) 赖利夫妇的系统模式

1959年，美国赖利夫妇在《大众传播与社会系统》中提出该模式，认为任何传播过程都表现为一定的系统的活动，而多重结构是社会传播系统的本质特点。

(2) 马莱兹克的系统模式

① 提出：1963年，德国学者马莱兹克在《大众传播心理学》一书中提出了该模式。

② 内容：大众传播是包括社会心理因素在内的各社会影响力交互作用的“场”。

③ 评价：社会传播是一个极其复杂的过程，评价任何一种传播活动或是解释单一的过程，都不能简单下结论，而必须进行全面系统的分析。马莱兹克的系统模式虽然列举了各种各样的影响因素，但并没有对这些因素的作用强度或影响力的大小差异进行分析。不对这些情况加以区别，我们在考察大众传播过程时就很难抓住主要矛盾。

(3) 田中义久的大众传播过程模式

根据“社会传播的总过程”研究的理论框架，田中义久在1970年提出了“大众传播过程图式”。田中义久从马克思和恩格斯的“交往”概念出发，把人类的交往分为了三种类型：

① 与人的体能(生物学、物理学意义上的能量，包括作为人的体能之延伸的热能和电能)有关的“能量交往”；

② 与人类社会的物质生产相联系的“物质交往”；

③ 与精神生产相联系的精神交往，即“符号(信息)交往”。

田中义久的这个图式提出了传播学研究中的许多重大理论课题，尽管它还不完备，但可以说它是第一个基于唯物史观的系统模式。

(二) 传播的五个关键要素

传播是一种社会性传递信息的行为，是个人之间、集体之间以及个人与集体之间交换、传递新闻、事实、意见的信息过程。一个基本的传播过程，包括以下要素：

(1) 传播者：即信源，信息发出者，传播行为的引发者。个人、群体或组织皆可。

(2) 受传者(受众)：即信宿，信息接收与反应者，个人、群体或组织皆可，传播者的作用对象。可以通过反馈来影响传播者。

(3) 讯息：由一组相互关联的有意义符号组成，能够表达某种完整意义的信息，传、受双方社会互动的介质。

(4) 媒介：又称传播渠道、信道、手段或工具。讯息的搬运者，也是将传播过程中的各种因素相互连接起来的纽带。

(5) 反馈：受传者对接收到的讯息的反应或回应，也是受传者对传播者的反作用。获得反馈讯息是传播者的意图和目的，发出反馈讯息时受传者能动性的体现。体现社会传播的双向性和互动性。

三、传播媒介的界定与分类

(一) 传播媒介的界定

传播媒介有两层含义：一是指传递信息的工具和手段，如电话、计算机及其网络、报纸、广播、电视等与传播技术有关的媒体；二是指从事信息的采集、选择、加工、制作和传

输的组织或机构,如报社、电台和电视台等。这两个方面都是传播学研究的重要内容,一方面,作为技术手段的传播媒介的发达程度,决定着社会传播的速度、范围和效率;另一方面,作为组织机构的传播媒介的制度、所有制关系、意识形态和文化背景,决定着社会传播的内容和倾向性。

(二) 传播媒介的类型

1. 从媒介发展上分

从媒介变迁的角度看,人类的传播历程大致可以分为五个前后相继的阶段:口头传播阶段、文字传播阶段、印刷传播阶段、电子传播阶段,和数字(网络)多媒体传播阶段。

(1) 第一次媒介形态大变化:口头媒介、非语言媒介、文字媒介。

史前的洞穴绘画等非语言的媒介形式已经为早期广播做下奠基,人类逐渐形成口语表达的逻辑能力和概念以及传播的技能。最终,口头语言给人类提供了一种将他们搜集到的知识、经验、信仰和文化传播给下一代的方式。

文字的产生更是把人类带入了文明时代,也有了可以追寻的有关体育活动的文字记载。文字弥补了口语媒介的失效性和短暂性,使信息和人类创造的文明在空间上传之广远和时间上传之久远。

在文字发明之后,人们在用它记录各种事项以免遗忘的同时,把一些重大的消息写下来,递送到遥远的地方成为顺理成章的事情了。后来,随着书法和阅读技艺的传播,便产生了一种以文字传递的载体,通称为手抄新闻或书写新闻。现知最早、最著名的手抄新闻就是古罗马时代的“每日纪闻”。如古罗马时期,由执政官凯撒创办的《每日纪闻》中不时地刊登各种体育活动信息,手抄新闻与同时期存在的新闻信以新传播生态之萌芽的姿态,为西方书写传播历史画上了终结之际的终止音符。

(2) 第二次媒介形态大变化:印刷媒介、无线电媒介、通讯社。

1450年,古登堡发明金属活字印刷法,是语言和文字之后第三块里程碑,标志着大众传播时代的来临。印刷技术在德国诞生后不到半个世纪,就几乎传遍西方世界;15世纪下半叶,印刷的新闻传单流行;16世纪后,印刷的小册子和新闻书出现,信息容量大增,逐渐趋于定期发行;17世纪,显现比较完整的形态,历时半个世纪的英国清教徒革命,直接刺激了报业的发展,报刊数量激增,影响扩大,逐渐从原始形态向现代形态过渡。从19世纪开始,新闻传播进入迅速发展与空前繁荣的时期,新闻传播在19世纪有过三次大飞跃:第一次是商业报刊和杂志出现,第二次是无线电技术的诞生,第三是通讯社的产生。

(3) 第三次媒介形态大变化:无线电广播、电视、数字(网络)多媒体媒介。

20世纪电子媒介的勃兴使这一世纪几乎成为电子媒介一统天下的世纪。

无线电广播的应用,1921年世界上第一家广播电台——美国匹兹堡的KDKA电台成立。

1998年,联合国新闻委员会已将网络定义为报刊、广播与电视之后的第四媒体。计算机的发明及其应用,导致网络的诞生和发展,而网络的兴起和普及,又开辟了当今网络传播的新纪元。

1994年,安德森等人推出万维网,使网络最终进入不懂得专门技术的寻常人家,而且也使得文本文件格式的优点得到充分发挥,同传统的信息传播方式相比,万维网提供多媒体信息,在字符信息以外,还包括文本、图像、声音、动画、视频等。同时其超链接功能将不同地点的信息联系起来,打破时地空界限,真正实现资源统一,同时,为人们收看提供了更快捷方便的渠道。

2. 从传播类型上分

(1) 人际传播媒介。这是人际传播中常用的媒介,如面对面交谈时借助的空气,非面对面传播时所用的书信、电话、电报等。

(2) 组织传播媒介。这是组织传播中常用的媒介,如公文、函件、布告、书面通报、黑板报、宣传栏、内部报刊、内部广播、闭路电视等。

(3) 大众传播媒介。这是面向社会公众进行开放性传播的媒介,如书籍、报纸、杂志、广播、电视、新闻通讯、音像制品、展览制品等。

(4) 数字多媒体传播媒介。电脑网络是20世纪兴起的新兴传播媒介。它是以地空合一的电信设施为传输渠道、以功能齐全的多媒体电脑为收发工具、依靠网络技术连接起来的复合型媒介。这种复合型媒介为人类传播活动提供了一个崭新的平台,通过这个平台,人们可以向广大公众进行开放式的大众传播,人们可以从事横向和纵向的组织传播,人们也可以向特定的对象进行人际传播。所以,它既是一种覆盖全球的大众传播媒介,又是一种高效灵便的组织传播媒介和人际传播媒介。

四、传播媒介的社会功能

(1) 守望与预警的功能

守望的功能:从古老的原始社会开始,各部落就分派有值勤的“守望人”,他们帮助族人守望着地平线,一旦发现异常状况,立刻鸣鼓警示族人武装起来,群起对抗。在当今社会,媒体扮演的角色就如“鸣鼓的守望人”。

(2) 协调与商讨的功能

会议的功能:当生活群体面临某种困境时,人们会通过亲族的商议或村民的会议达成共同的协议。现今大众媒体取代了这方面的功能,帮助人类将自身的反应与出现在地平线上的挑战与机会结合起来,并调和各种不同意见,使人们能够采取一致的行动。

(3) 传承与教化的功能

教化的功能:在未开化时期,个人一生的言行举止都为父母及周围人所影响。散居的农业社会,人与人之间的相互影响亦不如今日之深;文字的发明、简册的流传与学校的设立使教育文化逐渐有了完整的体系。而大众媒介在教化方面的影响不仅广泛,而且深入人心。城乡的差距缩小,人际间的距离隔阂逐渐消除,群众的知识水平也在逐渐提高。大众媒介对教育文化的发展居功甚伟。

(4) 娱乐与商业的功能

娱乐的功能:娱乐对人类来说一如衣食住行,不可或缺;原始社会也有丰年庆典与迎神宾会,因此不能只强调教化功能的重要,而抹杀娱乐所应占有的份量,我们甚至可以武断地说,娱乐功能至少与教化功能等量,尤其是电视的娱乐功能。在调剂紧张生活方面,大众媒介责无旁贷。

商业的功能:早期农业社会有固定的市集,而今人际关系日趋复杂,市场不再是“以物易物”的地方。要促进财物流畅无阻,让顾客与厂商之间的供求能够达成,以确保经济制度的健全,这些艰巨的任务,便由大众媒介来肩负。

【例2】论述题：试论如今媒体功能的体现。

【解析】首先，文化传播的功能是指大众传播对文化的传承，它体现了大众传播延续社会传统、传播社会经验和知识的教育功能。在我国，一些电视台开设有专门的教育频道，不少电视频道播放文化专题节目，宣扬文化意识，传承华夏文明；在西方国家，政府和民间都极其重视利用大众传播来开发儿童智力和发展成人教育、职业教育等，英国“空中大学”的成功，就是利用广播、电视普及教育的典范。

此外，大众传播还持续提供大量有关社会事件的报道。这一传播活动发挥了大众传媒最重要的一项功能：向大众传递有关周遭环境的信息流通、交通运输、文化消息、经济行情，以及各种即将到来或已经发生的灾害、威胁等信息，以满足他们的需求。这种新闻与信息的大量流通，就凸显了大众传播“环境监视”的功能。

大众传播对社会有机体具有调节作用，能够帮助人们宣泄不满情绪，使他们一时的心理需求得到满足。因此，被形象地喻为“社会的排气阀”。西方国家非常善于运用大众传媒的“排气”功能，来进行社会的调节，以维护社会稳定。

娱乐功能是当今大众传播极为显著的一个作用，也是大众文化形成的一个重要因素。大众文化是指大众共享人类所创造的文化成果，并且成为一种具有持续性、稳定性和趋同性的群体行为。大众文化利用大众传播进行扩散，它具有明显的娱乐性、消遣性和商业性特征。作为一般民众都接受的文化，它与大众传播技术——广播、电视、书刊以及视听等科技的进步密不可分。作为培养大众文化的“摇篮”，大众传播媒介自身的发展为大众文化的传播提供了必要的条件。往积极方面看，大众传播媒介促进了人与人、人与社会之间的沟通和相互理解，使社会成员的心理趋向于从众性，这正是构成大众文化传播的社会意识基础。

大众传媒具有的监测环境、协调关系和传承文化等几项功能，对于促进社会经济的发展意义重大。由于社会生产和经济活动在现代社会占首要位置，任何个人和社会组织都有获得各种信息的需要，并根据这种信息调整相应的行为。因此，大众传媒对于社会经济的促进功能表现为收集和发布信息，引导生产和消费。例如报纸有经济版，电台有经济台，电视台也有专门的经济频道和财经节目。

【科兴点评】关于媒介的社会功能，一般不直接考查，而是结合当今实际或者热点事件进行考查，看考生运用知识分析实际问题的能力如何，因此，考生在回答此类题目时，除了将书本上的知识点列出外，还应联系实际详细阐述，必要时结合具体事件进行分析。

【例3】论述题：试论传媒社会功能的失调。

【解析】施拉姆所概括关于守望、会议、教化、娱乐和商业等大众传播的基本功能，充分体现于现代社会中，而且功能在不断的增强。然而由于新闻媒体定位追求的失衡，造成现在社会功能的失调，导致一系列负面影响。在构建和谐社会的今天，和谐媒体的建设也十分必要。

从当今媒介功能的重心来看，近年来的新闻媒体过分强调了传递信息、娱乐和商业的功能，却忽视了其承担的社会责任，尤其是导向作用和教育功能，在实施舆论监督方面，分寸也把握不当。

首先，在传播信息方面，新闻媒体将大量信息不加筛选地灌输给受众。这样虽然一方面最大限度满足了受众知情权的需要，另一方面也让受众对媒体信任度大打折扣。媒体为了商业利润，使“信息洪水泛滥”，导致人们失去心理承受能力，社会失去感知能力。这就

是美国传播学者拉扎斯菲尔德称为大众传播“麻醉性”的负面效应。更值得注意的是,有些媒体对一些灾害或社会动乱信息不加解释地报道,往往引起社会的恐慌和不安。此时,大众媒介就完全丧失其应有的功能了。

如最近四川广元柑橘生蛆事件。《华西都市报》首先报道四川旺苍柑橘园爆发大食蝇病虫害,之后相关告知不要吃橘子的手机短信和网络谣言在全社会传播开来。人们怀着宁可信其有不可信其无的心理纷纷避开橘子,这导致了全国各大产地橘子销售量急剧萎缩,果农承担损失巨大,以湖北为例,湖北省蜜桔外销全面停滞,全省橘农损失将近15亿元。媒体的失实或者是片面报道,造成了消费者的恐慌,更造成了经济市场的巨大损失。在信息传播的速度方面,媒体已无可挑剔,但在准确性、平衡性上,却还存在很多问题。

去年有海南蕉癌,今年有广元橘子,明年呢?现在媒体的报道令公众知情权陷入一种尴尬境地,原因就在于媒体过分追求信息传递,而忽视其更高层次的功能,即监测环境的功能。媒体是社会的瞭望者,在报道类似信息时,应综合平衡事件对社会造成的各种影响,慎重作出结论。

其次,媒体报道出现泛娱乐化倾向。一方面,某些媒体报道为了追求娱乐最大化,不择手段地挖掘别人的隐私,这类滥用新闻自由、践踏新闻伦理道德的行为也是媒体社会功能失调的表现。这种现象在电子传播时代尤为严重。另一方面,媒体介入或策划事件的现象也频频发生。这在娱乐报道中尤为突出。明星炒作和个人隐私权之争,这都是娱乐功能与商业功能被过分强调的结果。如杨丽娟追星事件,可以说杨父的自杀是媒体逼得,甚至可以说是一手策划的,这样的媒体是缺少基本人文关怀的,只是冷冰冰的报道工具。

许多传播学者和社会学家都认为,社会信息化、电子传播时代的到来标志着“真正大众文化时代的开始”。但与此同时,大众文化也呈现出为迎合大众口味,或追求商业利益而忽略社会利益的不良倾向。在西方社会,媒介的高度商业化,使其不再局限于制作一般的娱乐性节目,以满足人们休闲、娱乐的需要,媒体已然成为获取巨额商业利润的“摇钱树”。大众文化的通俗性容易导致庸俗化,人们文化水平和思维能力也随之减退。大众文化的商业性和消遣娱乐性阻滞了其凝聚上升为精致文化的途径,前景堪忧。

最后,媒体在舆论监督方面,由于分寸把握不当,对事件的报道有误导受众和干涉司法之嫌,有些不仅没有促进案件的进展,反而有自我炒作恶性竞争的现象。

比如,华南虎事件也可以看做是新闻媒体自我炒作的新闻闹剧。华南虎照片公布之后,不少媒体奔赴陕西镇坪县周正龙家中采访。可是没有任何一家媒体组织人力物力财力,说服照片的拍摄者到现场还原场景。除了少数媒体跟踪采访报道之外,绝大多数媒体越来越倾向于将这一事件变成一个娱乐性的新闻,隔三差五在媒体上炒作一番。当华南虎年画出现之后,媒体完全可以跟踪报道案件的进展情况,或者为原告提供新闻线索,或者通过诉讼,迫使被告出示有关证据。

新闻媒体不是无所不能的国家机关,也不是包打天下的现代“包公”,媒体是监督政府机关的社会公器。所以,当政府机关敷衍塞责,在华南虎照片鉴定方面不能令公众满意的时候,新闻媒体应当另辟蹊径,而不应喋喋不休,在同一条道路上徘徊不前。事实上,无论是媒体到案发现场进行田野考察,还是媒体鼓励事件的当事人提起诉讼,都可以绕开行政机关,及时地发现事实真相。在满足公众知情权方面,传统媒体贡献了自己的力量,在满足公众表达权方面,现代网络媒体充分发挥了作用。可是,在实现公众监督权方面,媒

体还应该把握分寸，作出更多的努力。

综上所述，新闻传媒应履行的社会责任和实现的功能至少包括以下六个方面：

- (1) 公正客观地报道事实的真相；揭露社会不公或不为人知但影响大众利益的事件。
- (2) 督促政府施行利民政策。
- (3) 宣扬人间美德，倡导良善的社会风气。
- (4) 关注社会大众所关心的课题，传递新信息，让公众诉求可以上达当政者。
- (5) 启蒙作用，媒体除引导舆论外，还可以制造舆论，以唤起受众对问题重要性的认知，纠正不公正的政策偏差。
- (6) 为民众消解压力、带来愉悦。

施拉姆曾说：“责任应由政府、媒体与大众三方面共同来负担”。在一个现代化的社会里，新闻媒体欲充分发挥其社会功能，健全的社会体制、多元化的言论环境、活跃的社会面貌是根本前提。在这个前提下，媒体肩负着重大的社会责任，要平衡定位，防止社会功能失调。新闻报道要注重人文关怀，新闻媒体要提供温和、均衡的新闻报道，避免“渲染”、“炒作”新闻，要以大局为重，做好社会的瞭望者和引导者。和谐社会需要这样的和谐媒体。

【科兴点评】该题答题模式可采用“总—分—总”式，这种答题模式条理清晰，且不易遗漏知识点，因此题为论述题，因而要结合具体事件进行分析，在论述最后，要进行必要的总结，使答题完整。

第二节 媒介的社会影响

一、媒介与政治舆论

(一) 新闻与舆论的关系

新闻是对客观发生的事实的叙述。新闻记者把一个事情完整地或选择其中最精彩的片段描述出来，任务就完成了。新闻是最新的消息，它是真实的客观存在。

舆论是指在特定的时间里，公众对于特定的公共事务公开表达的基本一致的意见或态度，是指的在一定社会范围内，消除个人意见差异，反映社会知觉和集合意识的、多数人的共同意见。舆论是社会自然产生的、自在的意见形态。而不是自为的、无法控制。

新闻可以反应舆论，特别是在报道某些群体性事件的时候，但是多数新闻报道的是一个非常具体的事实，而且往往与大局没有关系，在这种情况下，不能说具体的新闻反映了舆论，这是新闻与舆论的一个关系。

有人说，媒体是舆论的载体，理论上可以这么说。但是传媒是否真正代表了舆论，需要具体问题具体分析。某些情况下，传媒不一定代表舆论。一般情况下，可以说传媒是“舆论界”。也许是因为我们说惯了传媒是“舆论界”，因而造成了“新闻=舆论”的错觉。新闻反映了舆论的时候，就与舆论有了关系，但新闻也可能没有反映舆论，两者有较密切的关系，但不是一回事，不能等同。

舆论是新闻的基础，新闻来源于社会舆论，新闻是舆论的最好途径，但新闻却能引导舆论，舆论是基础，新闻是工具。

新闻宣传是舆论的组成部分，舆论不仅包括新闻，文艺、电视、电影、小说、戏剧都属