

全国攻读硕士学位研究生入学考试

新闻传播学

考研复习全程指南

杨奕 何伟佳 主编

吴飞 编审

全面总结专业核心笔记

完整汇编文史基础知识

权威解析著名院所试题

首度解密传媒考研全程

透彻解读全国传媒院所



MediaChina.net
中華傳媒網

团结出版社

新闻传播学考研复习全程指南

团结出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻传播学考研复习全程指南/杨奕、何伟佳 主编. —北京: 团结出版社, 2005. 7

ISBN 7-80214-006-4

I. 新... II. 杨... III. 新闻学: 传播学—研究生—入学考试—自学参考资料
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 071528 号

出版: 团结出版社

(北京市东城区东皇城根南街 84 号 邮编: 100006)

电话: (010) 65133603 65238766 85113874 (发行部)

(010) 65228880 65244790 (总编室) 65244792 (编辑部)

网址: <http://www.tjpress.com>

Email: unitypub@tjpress.net

65228880@tjpress.net (投稿) 65133603@tjpress.net (购书)

经销: 全国新华书店

印刷: 三河市腾飞胶印厂印刷

装订: 三河市腾飞胶印厂

开本: 185 × 260 毫米 1/16

印张: 47.5

字数: 900 千字

印刷: 6000

版次: 2005 年 8 月 第一版

印次: 2005 年 8 月 第一次印刷

书号: ISBN 7-80214-006-4/G·335

定价: 80.00 元 (平)

(如有印装差错, 请与本社联系)

《新闻传播学考研复习全程指南》

编写委员会名单

主
编
编

编：杨 奕 何伟佳

审：吴 飞

委：（按姓氏笔画排序）

尹伟欣 车 辉 冯 淇 代婷婷 全昌连

刘春宇 杨天华 张 冉 张加春 李 伟

吴黎烨 黄典林

前言

中国新闻传播业界的发展和学术界的繁荣,吸引了众多有志于新闻传播事业的年轻人从事新闻传播学研究和实务工作。近年来,考研大军中报考新闻传播学的考生逐年增多,增势迅猛。莘莘学子们希望通过攻读新闻传播学的研究生进一步学习和研究新闻传播学基本理论,解决传媒实践活动中的诸多问题,提升自身的实际价值,为将来的传媒工作打下坚实的基础。而长期以来,广大考生尤其是跨专业报考新闻传播学的考生苦于信息闭塞,四处寻找经验秘籍,高价获取专业笔记,千里打探招考信息,这其中有的无力克服困难中途放弃,有的无法获取准确信息导致最终失败。不少考生希望能有一本权威、实用的新闻传播学复习指导用书,能够涵盖笔记、试题、分析、经验、方法、信息等与新闻传播学专业考研相关的内容,为自己的复习备考指点迷津。

作为在国内有一定影响力和号召力的传媒专业网站,我们一直希望能为这些求知若渴的考生们做点什么,整合并利用现有网络平台的资源和优势,汇集新闻传播学领域专家和学者的聪明智慧,出版一本针对新闻传播学专业考研复习的参考书。这本书要具有科学性,能够凝聚新闻传播学各分支学科的理论精华;要具有实用性,能够通过专题复习、试题解析、资料信息等内容帮助考生快速提高;要具有指导性,能够提供新闻传播学专业考研复习的经验、方法和应试技巧等。

循着这样的思路,我们于2004年春季开始组织策划编写《新闻传播学考研复习全程指南》一书。本书的编写历经一年多的时间,得到了中国人民大学、中国传媒大学、复旦大学、北京大学、清华大学、浙江大学、南京大学、武汉大学等多所著名院校的多位专家、教授和年轻学者的帮助及指导。相信这本书能够如我们所愿,为考生带来科学有效的指导和帮助,为考生赢取考研成功助一臂之力。

全书共分五个部分,为了帮助考生切实有效地利用此书进行复习和准备,分别向读者作以介绍:

第一部分:专业核心笔记

在紧张而有限的复习备考过程中,能在专业基础理论知识方面寻求迅速的提高和突破,是众多渴望成功的考生所希冀的。通过调查,我们发现众多成功考取的考生善于归纳整理专业笔记,将参考教材去粗取精,从而达到事半功倍的效果,专业知识笔记正是取得成功的“法宝”之一。

本书第一部分全面总结了新闻传播学专业基础理论知识,将其分为新闻理论、中国新闻史、外国新闻史、新闻业务、传播学理论与历史、广告学、广播电视学共七门核心专题笔记。我们参考各校新闻传播学专业历年试题和考试重点,结合多位授课教师的教学讲义和研究生学习笔记,根据全国新闻传播学权威教材编写整理,最大限度地满足考生的实际需要。在每一门笔记的编写上,我们打破现有教材模式和学校界限,按照专题进行整理,对各专业最核心、最基础的理论知识进行重新整合和编写,重点突出,条理清晰。这不仅有利于考生从整体上把握新闻传播学的宏观知识体系,也有助于引导和帮助考生科学、有效地复习。在每一门笔记后附有推荐阅读和推荐链接,考生可根据实际情况进一步扩展阅读相关书籍和资料信息,相信会对专业复习大有裨益。

第二部分:文史知识汇编

多数院校在专业课初试或复试中安排有包括文学、历史等方面的文化综合考试,这不仅符合新闻传

播学研究的需要,更有利于引导新闻传播从业人员提高综合文化素质。但由于文史知识体系庞大、范围广泛,众多考生在复习时效率低、效果差,普遍感到头疼。

本书第二部分选取中外文学历史知识重点,按照学科分类,根据专题讲解。内容涵盖中国文化、中国历史、世界历史、中国文学、外国文学,将中外文史重点核心知识一网打尽,它不仅会提高考生的学习效率,也将成为考生的文史知识速查手册,真正解决考生在复习中的担忧和烦恼。同样,每一科目笔记后的推荐阅读和推荐链接,可以帮助考生快速获得更广泛的相关资料和信息,有助于考生在复习过程中开阔视野,拓展知识。

第三部分:历年试题解析

根据历年专业试题寻找考试重点、把握命题规律、指引复习方向,是考研复习的关键所在,是获得成功的又一“法宝”。

本书第三部分收录北京大学、清华大学、中国人民大学、中国传媒大学、复旦大学、武汉大学、南京大学等七所著名高校2001—2005年新闻传播学相关专业的历年试题,并逐一进行分析解答,对客观性试题给出参考答案,提示所涉及的知识重点、难点、注意点;对主观性试题给出答题思路和解题要点。分析试题是复习的第一步,明确考试范围和重点才能有针对性、有重点、有效率地展开复习。因此,建议考生先对所报院校专业试题有所了解和分析,再进行系统的复习。值得指出的是,各个学校的命题风格和考查范围等各有不同,但是新闻传播学的重点内容是相通的、基本不变的,考生在复习过程中可以通过各校历年试题的分析和练习把握重点、解决难点、熟悉热点,逐步加深对专业知识理解,掌握答题思路和答题技巧,检验复习备考效果,为最终进入考场做好充分的应试准备。需要注意的是,本书所附答案仅供考生复习参考,或是抛砖引玉,在复习中要灵活运用,切不可教条记忆。

第四部分:考研全程解密

七位来自国内著名高校的新闻传播学研究生,回顾自己的考研经历,其中有辛酸、有感悟,有独到经验的介绍、有备考方法的传授、有专业复习的建议、有关键问题的总结梳理。读者将与作者共同分享考研复习的全程经过,体验其中的艰辛和坎坷,感受成功的欢欣和雀跃。需要强调的是,这些经验、方法和建议只是为大家提供参考和指引,考生要根据自身的实际情况,摸索出一套适合自己的行之有效的办法。另外,在每篇文章后附有作者在复习备考中使用的书籍、报刊、资料、网站等信息,以方便读者查阅。

第五部分:传媒考研备忘

知己知彼,方能百战不殆,众多考生因为不能全面获取报考院校、专业设置、招生人数、导师、分数线等信息,导致中途退却或是最终失利。针对这些棘手问题,我们进行了大量的资料收集和访问工作。本书第五部分为考生提供了全国43个新闻传播学硕士点的综合介绍、专业设置、招生信息、初试科目、复试办法、参考书目、复试分数线、联系方法等方面的详细内容,为考生在准备报考复习阶段提供全面的参考和比较。

此外,为满足广大新闻传播学考研学子的实际需求,我们还将通过网络为广大考生奉送更多更新的内容,中华传媒网已正式开通传媒考研网(kaoyan.mediachina.net),一个致力于提供新闻传播学考研资讯服务的专业网络平台。为配合本书的拓展使用,我们将随书附赠传媒考研网VIP会员申请卡,读者在传媒考研网申请注册成功后可享受到VIP会员特殊服务,进一步获取更新资讯(详情请向书店方或中华传媒网咨询)。

本书的编撰工作得到了中国人民大学、中国传媒大学、北京大学、清华大学、复旦大学、武汉大学、浙江大学、南京大学等著名学府的鼎力支持与协助。众多新闻传播学领域的专家、学者、博士研究生、硕士研究生为本书的编写和出版提出了诸多宝贵的意见和建议。由于篇幅有限,不能逐一列出,在此,

向所有对本书编写出版给予关心和帮助的朋友们表示诚挚的谢意！

在本书的使用过程中，如遇到相关疑难问题，可登录传媒考研网（kaoyan.mediachina.net）寻求更多帮助。书中不免存在疏漏和不足之处，欢迎提出批评指正，以便我们作出进一步修正和更新。

考研，只意味着我们刚刚开始，如果说它是我们实现人生理想的跳板，我们希望本书能够助你跳的更高、更远。如果说它是我们通往成功彼岸的航船，我们希望本书能成为你惊涛骇浪中的指南。“论事易，作事难；作事易，成事难”，无论成败，当回首人生中这段短暂而又难忘的经历时，我们希望见到你的会然一笑，告诉自己人生的路依然漫长。

中华传媒网

2005年7月

序

上世纪四十年代，一位由于一次失败的手术而患严重口吃、曾在中学毕业典礼上用长笛演奏代替告别演讲的人，为克服自身的表达困难，开始致力于传播研究，创立了最早的大众传播博士课程和最早的传播研究所。他就是传播学历史上的核心人物威尔伯·施拉姆。半个多世纪以来，人类经历了传播方式的飞跃发展，新闻传播学也成为社会科学领域最具活力的学科之一。

近年来，中国传媒业和中国新闻传播学科伴随着中国社会转型的历史进程，取得了长足发展，吸引了越来越多的年轻人立志投身其中。一个现象就是在各高校的周围，聚集起一批批的考研大军。除了四处听课和埋头复习之外，网络成为他们查找资料交流信息甚至相互寻求心理慰藉的重要平台。作为目前国内影响最大的新闻传播学专业站点，中华传媒网编写这本考研复习指导用书，意义自不待言。

然而，一本书只能为考研提供相关的经验、方法和实用信息，对于这支浩浩荡荡的考研大军来说，有一个更值得深思的问题，那就是：为何而战？

如果说本科阶段的教育主要提供系统的专业训练，帮助学生顺利进入新闻传播实务领域，掌握相关的知识是最主要的教育目标，那么，研究生阶段，就绝对不再是简单的用三年两年的时间，获得一张进入新闻传播行业的知识和技能通行证，而是要把创造能力和理论思辨能力的培养放在更重要的位置。新闻传播行业是一个艰苦的行业，更是一个担负崇高社会职责的行业，它需要的不仅仅是知识，更多的，是正义和良知，是感动和坚持，是责任，还有勇气！

记得施拉姆在其《传播学概论》著名的开场白中这样写道：“当我在写下这几行字的时候，把视线从纸上移开，抬头就可以看见夏威夷郁郁葱葱的群山”。而我今天在写下这几行字的时候，把视线从电脑屏幕上移开，抬头看到的是霓虹闪烁的广告牌，感受到空气中弥漫着数字化时代的气息……那么，我们如何开始进入这个活力四射的行业？我们如何看待这些形形色色的传播工具与道德理性和文化传统的关系？我们如何才能不迷失在信息世界的汪洋大海之中，并始终保持着对生命价值的尊重和对心灵自由的追寻？

理解传播，改善世界。考研只是开始。

复旦大学新闻学院教授、博士生导师

陆 晔

2005年7月

目 录

第一部分 专业核心笔记 (1)

一、新闻学理论核心专题笔记 (3)

1. 新闻概论 (3)
2. 新闻价值 (4)
3. 新闻真实性 (6)
4. 新闻事业 (8)
5. 新闻媒介 (9)
6. 新闻自由 (11)
7. 舆论监督与新闻批评 (13)
8. 新闻工作者的素养与职业道德
..... (15)

二、中国新闻传播史核心专题笔记 (18)

1. 古代部分 (18)
2. 近代部分 (I) 辛亥革命前 (19)
3. 近代部分 (II) 辛亥革命后 (23)
4. 现代部分 (24)

三、外国新闻传播史核心专题笔记 (36)

1. 世界新闻传播事业总论 (36)
2. 英国新闻传播史 (39)
3. 美国新闻传播史 (44)
4. 法国新闻传播史 (50)
5. 德国新闻传播史 (55)
6. 日本新闻传播史 (57)
7. 俄罗斯新闻传播史 (60)
8. 意大利新闻传播史 (63)

四、新闻学业务核心专题笔记 (65)

1. 新闻采访 (65)
2. 新闻写作 (73)
3. 新闻编辑 (报纸编辑) (86)
4. 新闻评论 (94)

五、传播学史论核心专题笔记 (104)

1. 传播学 (104)
2. 传播 (110)
3. 信息与符号 (117)

4. 传播者 (118)

5. 传播媒介 (120)

6. 受众 (124)

7. 传播效果研究 (127)

8. 国际传播与全球传播 (136)

六、广告学核心专题笔记 (139)

1. 广告概述 (139)

2. 中外广告发展史 (142)

3. 广告与传播 (146)

4. 广告与营销 (148)

5. 广告与消费者行为 (153)

6. 整合营销传播 (156)

7. 广告环境 (157)

8. 广告代理制 (158)

9. 广告代理公司 (159)

10. 广告媒体 (160)

11. 广告运作概述 (163)

12. 广告预算 (163)

13. 市场调查与受众调查 (165)

14. 广告目标与广告调查 (167)

15. 广告媒介策划 (170)

16. 广告策划 (172)

17. 广告创意 (174)

18. 广告文案写作 (176)

19. 广告设计 (177)

20. 国际广告 (178)

七、广播电视核心专题笔记 (180)

1. 广播电视概述 (180)

2. 广播电视新闻 (182)

3. 广播电视文艺 (188)

4. 广播电视节目制作 (190)

5. 广播电视技术 (193)

6. 外国广播电视事业 (193)

7. 广播电视人物 (195)

第二部分 文史知识汇编 (197)

一、中国文化核心专题笔记	(199)
1. 概述	(199)
2. 中国文化的类型和特点	(200)
3. 中国传统文化的基本精神	(201)
4. 中国传统文化的价值系统	(202)
5. 中国文化的历史地理环境	(203)
6. 中国文化植根的经济基础	(203)
7. 中国文化依赖的社会政治结构	(204)
8. 中国古代宗教	(205)
9. 中国古代哲学	(206)
10. 中国传统伦理道德	(207)
11. 中国语言文字和典籍	(207)
12. 中国传统文化的发展历程	(208)
13. 中国传统文化向近代的演变	(210)
二、中国历史核心专题笔记	(212)
1. 古代政治史	(212)
2. 古代历史人物	(214)
3. 古代历史事件	(217)
4. 古代农民起义	(222)
5. 古代社会经济	(223)
6. 古代典章制度	(227)
7. 古代民族	(229)
8. 古代中外关系	(232)
9. 古代文化与科技	(235)
10. 古代史书体例与史学家	(241)
11. 中国近现代史	(242)
三、世界历史核心专题笔记	(256)
四、中国文学核心专题笔记	(275)
1. 古代文体	(275)
2. 先秦文学	(278)
3. 秦汉文学	(282)
4. 魏晋南北朝文学	(284)
5. 隋唐五代文学	(289)
6. 宋、辽、金、元文学	(295)
7. 明代文学	(300)
8. 清代文学	(303)
9. 中国近代文学	(306)
10. 中国现代文学	(308)
11. 少数民族文学	(310)
五、世界文学核心专题笔记	(312)
1. 概述	(312)

2. 俄罗斯及苏联文学	(313)
3. 德国文学	(316)
4. 英国文学	(317)
5. 法国文学	(318)
6. 意大利文学	(321)
7. 希腊文学	(321)
8. 美国文学	(323)
9. 日本文学	(324)
10. 其他国家文学	(325)

第三部分 历年试题解析 (327)

一、北京大学 2001—2005 年新闻传播学历年 试题与参考答案	(329)
新闻学	(329)
传播学	(358)
综合知识	(371)
二、清华大学 2001—2005 年新闻传播学历年 试题与参考答案	(388)
新闻学	(388)
传播学	(408)
三、中国人民大学 2001—2005 年新闻传播学 历年试题与参考答案	(423)
新闻学	(423)
传播学	(450)
传媒经济学	(479)
四、中国传媒大学 2001—2005 年新闻传播学 历年试题与参考答案	(486)
新闻学	(486)
传播学	(518)
综合考试	(528)
五、复旦大学 2001—2005 年新闻传播学历年 试题与参考答案	(546)
新闻传播学	(546)
六、武汉大学 2001—2005 年新闻传播学历年 试题与参考答案	(576)
新闻学	(576)
传播学	(588)
综合知识	(600)
七、南京大学 2001—2005 年新闻传播学历年 试题与参考答案	(637)
新闻传播学	(637)
文史知识	(663)

第四部分 考研全程解密 (671)

昨夜星辰昨夜风 复旦大学 新闻学 笑秋枫 (673)

“新闻的本性又如同瀑布一样，阻力越大，激起的水花也就越高。”

重寻理想 中国传媒大学 传播学 尾随自由 (679)

“回首这段艰难但却充实的生活，我自始至终都没有把考研当作一个纯粹功利的手段。我觉得最重要的是自己实现了当初的想法，那就是在逆境中重新找到自己的理想，并努力把它的变为现实。”

“三跨”与非常“5+1”中国人民大学 新闻学 付素素 (682)

“我是一匹来自北方的狼，走在无垠的旷野中，犀利的北风吹过，漫漫的黄沙掠过。我只有咬着那冷冷的牙，报以两声长啸，不为别的，只为那传说中美丽的草原。”

考研的浪漫动力。”

痛与乐交织的考研岁月 南京大学 新闻学 安 珍 (685)

“如今，我行走在秋风萧瑟的南京大学校园中，身边擦过下届考研学子匆匆的背影，坚定而执著，感叹又是一年考研时。回首过去，考研是痛，将青春岁月埋于字里行间；考研是乐，收获的喜悦让我们鼓舞欢欣。”

解析考研复习中的关键词 中国传媒大学 传播学 unique (688)

“总之，保持积极乐观的备考心态，制定实用有效的学习计划，运用科学的学习方法，坚持不懈，自信应战定会取得优异的成绩。”

迟来的成功 中国人民大学 传媒经济学 崔文 (692)

“如果可以用一年的时间为了梦想，那不是第二次应该真正正为自己呢，为自己喜欢的，为适合自己的，为自己的前途，为自己的人生……”

考研专业课复习要领 武汉大学 新闻学 代婷婷 (695)

“目前考研竞争激烈，而公共课的成绩差距不易拉开，因此在保证公共课过关的前提下，专业成绩的高低就成为录取与否的决定性因素。”

考研散记 厦门大学 广告学 陈燕华 (698)

“我的成功应该归功于坚持的勇气、合理

的策略安排以及考场上的应变能力，更应归功于我的一颗平常心！虽然在与竞争者的比较中，我也有过深深的自卑，但大部分日子里我都不去考虑成败得失，只要自己尽了力就无怨无悔！我不是最出色的，但我却取得了第一名的好成绩，那么，有志于考研的‘后来者’们，大胆地追求自己的梦想吧，毕竟‘数风流人物，还看今朝’！”

第五部分 传媒考研备忘 (703)

一、全国43个新闻传播学硕士点招生信息

中国传媒大学 (705)	中国传媒大学 (705)
中国人民大学 (709)	中国人民大学 (709)
北京大学 (710)	北京大学 (710)
清华大学 (711)	清华大学 (711)
北京师范大学 (712)	北京师范大学 (712)
中国社科院研究生院 (713)	中国社科院研究生院 (713)
中央民族大学 (714)	中央民族大学 (714)
北京印刷学院 (715)	北京印刷学院 (715)
复旦大学 (716)	复旦大学 (716)
上海大学 (717)	上海大学 (717)
上海外国语大学 (718)	上海外国语大学 (718)
厦门大学 (719)	厦门大学 (719)
暨南大学 (719)	暨南大学 (719)
西北大学 (720)	西北大学 (720)
河北大学 (721)	河北大学 (721)
浙江大学 (722)	浙江大学 (722)
南京大学 (723)	南京大学 (723)
南京师范大学 (724)	南京师范大学 (724)
苏州大学 (725)	苏州大学 (725)
四川大学 (726)	四川大学 (726)
安徽大学 (727)	安徽大学 (727)
华中科技大学 (727)	华中科技大学 (727)
武汉大学 (728)	武汉大学 (728)
湖北大学 (730)	湖北大学 (730)
郑州大学 (730)	郑州大学 (730)
河南大学 (731)	河南大学 (731)
湖南大学 (732)	湖南大学 (732)
湖南师范大学 (733)	湖南师范大学 (733)
兰州大学 (734)	兰州大学 (734)
华中师范大学 (735)	华中师范大学 (735)
江西师范大学 (735)	江西师范大学 (735)
广西大学 (736)	广西大学 (736)

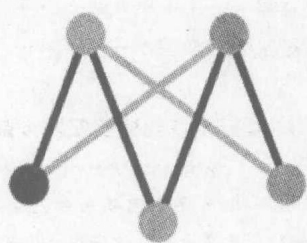
黑龙江大学	(736)
辽宁大学	(737)
吉林大学	(737)
南开大学	(738)
云南大学	(739)
南昌大学	(740)
山东大学	(740)
天津师范大学	(741)

中国科技大学	(741)
重庆大学	(742)
四川省社会科学院	(744)

二、全国 43 所新闻传播院校复试分数线揭秘

(745)

2003—2005 年全国硕士研究生入学
考试新闻传播学专业复试分数线比较



第一部分

专业核心笔记

一、新闻学理论核心专题笔记

专题一 新闻概论

1. 新闻的起源

关于新闻的起源问题有过很多种看法,归纳起来主要有三种:“生产劳动说”、“本能需要说”、“心理欲望说”。一般认为,新闻起源于人类社会性的生产劳动实践,它随着生产劳动实践的发展而发展,进而推进新闻传播的发展。

2. 新闻活动

新闻活动是人类求生存图发展的需要。从奴隶社会到封建社会,人类的新闻活动不断地向前发展:新闻活动的规模越来越大,新闻活动的内容逐渐丰富、复杂,传递新闻的手段多样。随着社会条件的改善,人类社会的交往密切程度提高了,整个社会对信息的需求量增加了。迫使人们不得不扩大新闻活动的规模,增加新闻传递的手段,促进新闻事业的发展。

3. 新闻的定义

“新闻”有广义和狭义之分。狭义的“新闻”指新闻消息。我们所讲的“新闻”是指大众传播媒介公开向社会传播的广义的新闻。在新闻学研究中,新闻学者和新闻工作者提出了数以百计的新闻的定义。有代表性的定义有:

(1)“事实说”,即将新闻看作某种事实。例如,“新闻者,乃多数阅者所注意之最近事实也。”“新闻者,是最近时间内发生的新发现与人类生存有关联的事实与现象。”(徐宝璜)

(2)“报道说”,即认为新闻是对某种事实的报道或传播。例如,“新闻是新近发生的事实的报道。”(陆定一)

(3)“信息说”,即认为新闻是一种特殊的信息。例如,“新闻就是经报道(或传播)的新近事实信息。”(宁树藩)

4. 新闻的基本要素

一般认为,新闻的基本要素是通常所说的5个“W”和1个“H”——WHEN(何时),WHERE(何地),WHO(何人),WHAT(何事),WHY(何因)和HOW(如何)。这5个“W”和1个“H”是把事实弄清楚的最起码的条件,是走向精确的初步阶梯。

5. 新闻的基本特性

一般认为,新闻的基本特性可以概括为以下4个方面:

(1)真实性。真实性指新闻报道忠实于客观实际的性质和程度。真实是新闻的生命,是衡量一切新闻价值的首要标准。真实性含义的基本要点就是新闻所报道的事实必须同客观事实相符合,具体有以下三个方面的要求:第一,细节准确真实。第二,新闻报道的事实和客观的事实总体要一致。第三,新闻真实性原则的更高一个层次的要求,是揭示事物的本质。

(2)新鲜性。即新闻所报道的事实要有新意。新闻不等于事实本身,新闻必须是具有新意的信息和事实。事实本身具有新意,是新闻报道中新闻性的基础。

(3)时效性。即事实发生与新闻报道这一事实之间的时间差距。新闻不仅内容要新鲜,即事实有新

意,而且报道要讲究时效,尽量缩短事实发生与报道的时间差。

(4) 公开性。即新闻为社会公众所分享。新闻的根本目的在于向社会公众广泛地传播新闻性消息。新闻的一个主要属性就是最大限度的公开。

6. 新闻与信息

新闻是一种特殊的信息。新闻与信息的主要区别表现在:一、新闻是进入新闻传播的信息,只有在传播中才得以实现。所有新闻都是公开的,而信息可以是公开的,也可以是秘密的。二、新闻所传播的事实是新近变动的信息,具有时效性。新闻主要反映客观事物存在方式和运动状态中的“现态”和“趋势”,不仅要求内容新,而且要求传播的时间和事件发生的时间相近。三、新闻信息具有新闻价值,而一般信息没有。四、新闻除了具有信息的一般属性——真实性以外,还具有社会属性。新闻常常表现出主观性、倾向性,透露出与传播者不同的价值观和个人感情色彩。五、新闻与一般信息的传播方式有所不同。新闻的传播要通过新闻机构完成,是一种社会性的大众传播;而信息的传播可能是人际传播、组织传播或者自身传播。

7. 新闻与宣传

新闻与宣传基本的区别在于:(1)新闻是新近发生的事实的报道,基本职能是告知人们所需要的信息;而宣传则是运用各种有意义的符号传播一定的观念,以影响人们的思想,引导人们的行动的一种社会行为,基本职能是传播观念(理论、方针、政策、伦理道德、立场态度等)。(2)新闻出发点主要是满足受众的信息需求;宣传者则是出于自身的需要。(3)新闻要求真实、全面、客观、公正、及时和准确;宣传则主要考虑宣传者自身的主观意图和目的,不一定客观、公正。

8. 舆论

舆论是在特定的空间里,公众对特定的社会公共事务公开表达的基本一致的意见或态度。它是社会评价的一种,是社会心理的反映,它以公众的利益为基础,以公共事务为指向。其基本特点是:(1)公开性,舆论在公开讨论中形成,又公开表达以实施干预;(2)公共性,包括舆论指向的公共性和作用目标的公共性,也即利益上对公众而言的切近性;(3)急迫性,涉及的都是近在眼前而迫切需要解决的问题,某种程度上表现出现实功利性;(4)广泛性,舆论存在的范围和影响的范围的广泛性;(5)评价性,带有明显的主观倾向。

9. 舆论的社会功能

舆论的目的是让公共事务最大限度的符合公众共同的意志和要求。它的功能是对涉及公共事务的组织、人员的行为实行监督,进行有效的制约和限制,使之服从、服务于既定的公众的共同意志,符合公众的共同利益。具体有:(1)对国家政权、政府行为的监督和制约,公众利益是舆论最根本的出发点和最终的目标;(2)对于公众行为的鼓舞或制约,鼓舞公众成员合乎社会公德的行为和职业道德的行为。

10. 新闻与舆论导向

(1) 反映并代表舆论。新闻媒介已在舆论领域扮演着公众论坛和公众代言人的双重角色,既是舆论的载体,又是舆论的主体。

(2) 引发舆论。新闻界不能经常成功的告诉人们持什么观点,但它能极为成功的告诉读者应该考虑什么观点。

(3) 引导舆论。通过持续不断的信息流,构筑现代信息环境,作用于人们的认识,引导舆论。信息是意见形成的基础,是人们判定的依据。通过直接或间接的意见,表达引导公众的意见。新闻媒介通过直接的评论或报道中隐含的意见倾向,表达立场观点,引导舆论。

专题二 新闻价值

1. 新闻价值概念的四种类型及其评价

(1) 素质说。认为新闻价值是指事实本身包含的足以构成新闻的特殊素质。这些特殊素质决定了新

闻价值的大小,因而新闻价值与记者评判新闻事实的标准无关。

评价:素质说强调了新闻价值来源于客观事实,即强调了新闻价值的客观性,有其正确的一面。但是它明显忽视了体现在新闻事实之中的记者、受众的社会实践,忽视了组成新闻价值概念的另外两个有机的内涵,即新闻价值观和新闻价值的实现。对新闻价值概念以“素质说”的解释,明显带有机机械唯物主义的缺陷。

从语义表达的逻辑关系来看,“素质”与“价值”不相关,也就是说,“素质”不是“价值”的属概念。

(2) 标准说。标准说在一些新闻辞典上,常用来做新闻价值的定义,比较典型的如“新闻价值是记者选择和衡量新闻事实的客观标准。”

评价:对新闻价值标准说的解释,避免了“素质说”将新闻价值当作一个“自在之物”的缺陷,强调了记者的新闻价值观。但是标准说主观色彩较浓。

首先,与“素质”这个概念不是“价值”的属概念一样,“标准”也不是“价值”的属概念。

其次,用“标准”作为“价值”的属概念,这除了违反了语义上的逻辑规则之外,还反映了“标准说”论者对新闻价值内涵认识上所存在的片面性。

(3) 效果说和功能说。

由于“标准说”、“素质说”对新闻价值概念的解释存在着上述的片面性,不少研究者开始对新闻价值以“效果说”或“功能说”解释。“功能说”意识到新闻价值是一个由主观与客观结合的产物,因而“功能说”比较全面地解释了“新闻价值”这个复杂的综合性概念,比起“素质说”、“标准说”在认识新闻价值方面,“功能说”取得了可喜的研究进展。

“功能说”主要有以下几种:

①新闻价值就是新闻机构发布的新闻在群众中受到重视的程度,也就是说,记者、编辑的辛勤劳动在群众中受到赞赏的程度,或者说我们发布的新闻在群众中发生的影响的程度。②新闻价值就是新闻影响读者并通过读者影响社会的功能。③新闻价值是指新闻事实适应社会需要的功能。④新闻价值就是包含特殊素质的新闻事实(即价值因素)在传播过程中以社会影响或社会效应方式(即价值表现)所反映出来的那种功能。

从以上所列举的四种有代表性的关于对新闻价值以“功能说”解释的定义中,我们发现,“功能说”正处于一个不断发展和完善的过程中。这些对新闻价值定义所作的如是解释,仍然存在着这样或那样的缺陷,在怎样看待新闻价值观,即记者根据什么标准来对新闻事实作出判断评价问题上,“功能说”论者分歧很大,没有达成共识。

2. 新闻价值的含义

新闻价值,是指新近发生的事实在传播过程中所履行的能满足人们知晓、认识、教育、审美等诸种需要的功能。(此为雷跃捷先生的定义)

新闻价值,是指事实所包含的足以构成新闻的种种特殊素质之和。这些特殊素质的共同特征是,能引起广大受众的共同兴趣,能为广大受众所关注。新闻价值的根本着眼点就是广大受众的普遍关注,它是我们衡量事实能否成为新闻的一条重要标准。判定某一事实能否成为新闻,主要看它是否具有为受众所关注这一素质。(此定义目前为学界普遍采用)

3. 新闻价值的五要素

(1) 时新性。指事实在时间上是新近发生的,在内容上是人们所未知的新鲜事。

(2) 重要性。指事实所具有的为多数人所关心的社会意义。

(3) 显著性。指事实所涉及的人物、地点等因素为众人所瞩目,因而也就格外引起人们的关注。显著性也指某些异乎寻常的事实,极好或极坏,这样的事实也会特别吸引人们的注意力。

(4) 接近性。指事实因在地理上或心理上与受众十分接近,自然地能够引起受众的普遍关注。

(5) 趣味性。是指事实新奇,为人们所未料及,或富有戏剧性情节曲折跌宕,或极具人情味,能引