

新闻传播学系列教材

当代新闻传播

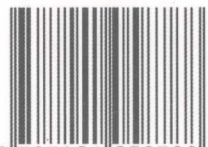
刘卫东 荣荣 殷莉 著

Studies of
Journalism &
Communication

天津人民出版社

责任编辑：李力夫
封面设计：王 玲

ISBN 978-7-201-05878-8



9 787201 058788 >

定价：32.00 元

当代新闻传播

刘卫东
荣 荣 著
殷 莉

天津人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

当代新闻传播 / 刘卫东, 荣荣, 殷莉著. — 天津: 天津人民出版社, 2008.11

ISBN 978-7-201-05878-8

I. 当… II. ①刘…②荣…③殷… III. 传播学-高等学校-教材 IV.G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 156090 号

天津人民出版社出版发行

出版人: 刘晓津

(天津市西康路 35 号 邮政编码: 300051)

邮购部电话: (022)23332469

网址: <http://www.tjrmcbs.com.cn>

电子信箱: tjrmcbs@126.com

印刷厂: 天津建新彩色印刷有限公司印刷

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

850×1168 毫米 32 开本 13 印张

字数: 320 千字 印刷: 1-3000

定价: 32.00 元

培养思想的生产者

(代序)

新闻理论作为一门思辨性较强的课程,在方法论上给学生以指导,赋予学生思想的能力。但在教学实践中,学生和教师都面临同样的困扰,即学生缺乏感性认识 and 实践经验,学生不好理解,教师不好讲解,加之长期以来学生对于理论学习的误解与偏见,便形成了“闻理色变”的状况,这种局面对新闻教育工作者而言是一种尴尬,也是一种精神负担,因此需要我们反思与研讨:如何让新闻理论教学充满活力与魅力,如何有效地提升学生的理论素养。

一、教学目标:培养思想的生产者

媒介是党和国家的舆论阵地,是政府与人民沟通的桥梁,因此媒介角色的正确扮演至关重要,不仅要有“三贴近”的平民心态,更要有作为社会思想库和国家“外脑”的远见卓识和气度襟怀,因此新闻理论教师的使命感和责任意识尤为重要。要提升学生的理论素养,使学生不仅成为有较强业务能力、上手快的经验人员,更要成为有理论厚度、会思考、有创造力的传媒“智者”,这就是新闻理论教学的目标定位。

让学生成为有思想的人,就要发动学生去思想,这也正应了毛泽东同志所说的“人的正确思想,只能从社会实践中来”的道理,在明确教学目标的基础上,理论教学主要从三方面入手:

1. 学会发现:问题意识培养

就是要让学生广见闻,善思考。善于带着问题去观察现实

代序

生活,于平凡之中见奇崛,于细微之处见精神。“正确地提出问题是创新的第一步”(李政道语),发现是新闻人的基本功,从中也体现着新闻人对于生活的热爱,因此培养学生的问题意识,就是培养学生对于生活的热情,对于新闻工作的执著追求。为此,我们将新闻理论课分成新闻实习前后两次上课,实习前主要讲基本原理,然后让学生在实习中注意观察,发现问题,实习后将问题带到课堂。通过归纳和提炼问题,形成这一学期的主要教学内容。

2. 学会思考:逻辑能力培养

2

就是让学生形成严谨科学的思想力,学生不一定成为社会学家,但一定要成为真正的社会工作者。有人认为当代大学生缺乏思考能力,缺乏对社会问题的关注,其实这在某种程度上反映出学校给予学生精神给养的匮乏,没有营造出一定的交流空间,因此与其说学生没有思考的能力,倒不如说他们没有思考的热情。因此,我们的新闻理论教学就要在这方面予以弥补。一方面,每次上课都要让学生分析近期发生的国内外主要新闻事件;另外,新闻理论课的作业以小论文形式培养学生的研究和分析能力。

3. 学会创造:行动能力培养

就是给学生创造的时间和空间,让学生敢想、敢说、敢做。学校能为学生创造的就是“思想的空间”,即让学生有思想的自由和行动的自山,让学生能够将理论与现实有机地结合,只有这样,理论才非空谈,行动才有灵魂。因此,可以采取“激励教学法”,鼓励学生的独立见解,如引进哈佛大学莱维特教授的创新思维法、逆向思维法、创造性模仿法等,营造人人独立思考、事事学会创造的能力培养氛围。

学生具备了以上三种能力,就真正达到了新闻专业“授人以渔”的目的,而新闻理论教学才能在顺应时代发展的要求下有所

突破。

二、教学方法探索:研究搭台,学生唱戏

围绕教学目标,新闻理论教学开展一系列探索与实践:围绕如何以生动有效的教学方法和手段实现理论课教学的良好效果,我们主要在互动式、讨论式教学上进行尝试。同时,以教材改革、建设为龙头,紧紧跟踪教育理念的新进展,对教学内容、方法、手段、考试方法及网络教学进行了全方位的改革,全面提高学生的专业素养和综合素质。具体体现在以下方面:

1. 研究性教学模式

将新闻理论课堂营造出浓郁的学术研究的气氛是我们一直努力的方向,只要理论富有生命力,学术总是发展的。这种模式是“问题+研究+交流+互动+结论”。因此,在教学过程中一定要与时俱进,这主要表现在:①将国内外学界最新动态和前沿课题带到课堂上来,以追求理论创新和学术超前;②增加新媒体和新闻传播业界的新理念、新技术、新机制等相关内容;③教材改编除旧布新,充实新媒体产业的新发展与新要求,同时精选国外优秀教材,扩大双语教学的内容。

课堂是学术前沿交汇的地方,也是师生研讨、分析,进行脑力激荡的地方,同时也是鞭策教师密切关注学术动态、投身研究的动力,只有秉承研究性的教学模式,才能让学生得到充分的、新鲜的知识给养。通过多年的尝试,我们发现,大学生并非像人们想象中的那么肤浅和懈怠,他们非常渴望和教师进行精神的交流,主要问题是他们是否为我们提供了这样的研究空间,是否激发了他们研究与思考的灵感。

2. 案例教学模式

这种模式是“典型案例+课下研究+课堂交流+归纳总结”。新闻理论课是一门相对枯燥生涩的课程,案例教学模式的探索与尝试,目的就是提升学生的兴趣,启发他们进行联想,同时将

所学理论用于解释现实问题。具体做法是以教材为蓝本,以每章节中知识点为重点,通过选取案例的方法统领全部课程。比如在本体理论中,选取重大新闻事件的光盘让学生观看;在传播主体理论——新闻记者研究中,选择涉及新闻工作者社会责任和职业道德的案例;在《真实是新闻的生命》一章中,选择不同类型的“虚假新闻”作为案例。总体结构上覆盖新闻传播的重要环节,通过学习使学生基本了解新闻工作的特点与传播规律。

为了使理论课堂更加贴近生活,一方面要让学生去媒介锻炼,在新闻业务实习中,让学生注意发现新闻实践中存在的问题,带回课堂进行研讨,这也为后面的新闻学原理和新闻法规等课程打下基础,充分发挥本课程对其他课程的延伸影响力;另一方面专业教师也定期到新闻单位一线学习、调研,这样教授理论的教师就不会干巴巴地空谈理论,而能够更好地言之有物,配合案例讲解理论。此外,我们还邀请新闻单位记者、编辑定期为学生授课,讲解新闻活动中存在的问题,启发学生分析与讨论。同时,吸纳新闻单位在我校设立编辑部,让学生边实习边思考,课堂即社会,社会即课堂,理论与现实不分家。

3. 精讲多看,学生成为主角

秉承“以生为本、因材施教、学以致用、知行统一”的新闻教育观,我们在课程结构上注重学生思维能力的训练。在理论联系实践的教学设计方面,主要针对学生每天必须接触并研究媒介的意识,每堂课均向学生提问题,以检查学生是否关注媒体。在教学方法上,除原来的互动式、讨论式、研究式教学外,还采用师生角色互换的教学方法。通过增加课堂教学信息量,提高教学的生动性与吸引力,切实增强学生学习的积极性和主动性。主要做法是让学生提前预习将要讲授的章节,找出相应的现实情况,自己提出问题(问题意识培养),确定重点和难点。课上以小组形式相互交流,然后选出代表在课上讲解,教师最后点评。例如,讲授

《新闻价值》一章,让学生课下做足功课,找出他们认为最有新闻价值的新闻(任何媒介素材均可)拿到课堂上进行交流与分析,看看哪些新闻价值捕捉得好,哪些值得商榷,这样使学生自主学习的积极性大为提高,同时锻炼了学生的语言表达能力,弥补了填鸭式教学的不足。

总之,在整个教学设计中,注意教师主讲与研究式教学的比例关系、教师主讲与学生讨论的比例关系,捕捉时效性强的突发事件带入课堂与常态教学进度之间的比例关系,使教学内容始终围绕教学目的展开。

三、完善教学评估体系:多元考核,社会反馈

新闻理论教学效果评估,一方面可以在校内得以验证,即通过传统的考核方式进行验证,另一方面则是得到社会用人单位的工作考核反馈,因此建立相对完善的教学评估体系是我们努力的方向,只有如此,才能更好地督促教学,实现为社会服务的目的。

1. 学习效果评价方式的完善

建立多元化的学生学习效果考查方式。除原有的开卷、闭卷考查方式外,理论课程还以撰写学术论文、调查报告、新闻点评等方式进行。我们对于学生学习效果的评价不单单从闭卷考试的成绩来判断,而要看学生是否具备了思考的能力,是否具备用所掌握的理论解决社会问题的能力,而这样的评价则应该多元化,尽量避免单一模式。因人而异、因材施教是我们教学的一贯主张,因此考核方式也应尽量全面。

2. 教学效果长效考核机制的完善

建立与新闻专业用人单位紧密结合的教育教学效果社会行业考评长效机制。

新闻学是实践性非常强的专业,在目前诸多有针对性的课程设置中,大多是为媒介提供上手快、经验丰富的“劳动力”而准

备的实践课程,理论教学往往被忽视,因此尽管为社会提供大批次的“订单人才”,但培养层面与质量有偏低的嫌疑,学校更像劳务输出的端口。通过近年来媒介用人情况的反馈,社会对于高校在学生动手能力培养上予以肯定,但对学生动脑能力表示质疑:思考问题缺乏深度,独立解决问题的能力相对薄弱。因此,这为我们提出一个新的课题:如何有效地提高学生的理论水平?只有建立社会与用人单位评价学生学习效果的有效方式,才能帮助我们理清思路,探索有效的教学模式。可以让用人单位给学生理论素养打分,制定考核量表,随时反馈与分析,直接作用于教学工作的调整。

6

新闻传播理论与哲学、政治学、社会学、心理学、文化学密切相关,因而在教学活动中,还要注重学科的交叉与知识的渗透,拓宽学生视野。总之,新闻理论教学应该以马克思主义哲学视野确立研究性教学的高起点,以全球化发展和当代中国社会为思考对象确立研究背景,以社会主义中国新闻实践为核心确立研究重点,以马克思主义新闻学说为指导确立我们的教学改革。

作者于天津师大

目 录

培养思想的生产者(代序)	1
--------------------	---

第一章 新闻传播本体论	1
-------------------	---

第一节 新闻学与传播学	1
-------------------	---

第二节 新闻传播学研究的范围与逻辑起点	9
---------------------------	---

第三节 新闻传播学的学科框架	11
----------------------	----

第四节 新闻传播学的研究方法	16
----------------------	----

第二章 新闻传播客体论	27
-------------------	----

第一节 信息的定义与特性	27
--------------------	----

第二节 信息的发现和认识	35
--------------------	----

第三节 信息的种类和功能	37
--------------------	----

第四节 新闻本是一种信息	42
--------------------	----

第五节 信息与新闻之异同	47
--------------------	----

第六节 新闻不等于新闻信息	50
---------------------	----

第三章 新闻传播主体论	53
-------------------	----

第一节 新闻人才研究的对象、特点和方法	53
---------------------------	----

第二节 新闻人才的本质、基本要素及其分类	56
----------------------------	----

第三节 新闻人才成长的内在因素	62
-----------------------	----

第四节 新闻人才成长的外部条件	73
-----------------------	----

第四章 新闻传播载体论	76
第一节 载体的定义及其相对性	76
第二节 符号与信号的关系	76
第三节 传播的物理形态——信号载体	78
第四节 传播的文化形态——符号载体	83
第五节 非语言符号与新闻传播	89
第五章 新闻传播媒体论	99
第一节 新闻事业的起源与发展	99
第二节 媒介形态研究	114
第六章 新闻事业的性质和功能	135
第一节 新闻事业的属性	135
第二节 新闻事业的特性	139
第三节 新闻事业发展的基本规律	141
第四节 新世纪我国新闻事业发展的新特点	143
第七章 新闻传播过程论	151
第一节 传播模式与要素	151
第二节 捕捉信息与新闻敏感	155
第三节 再现事实与信息含量	174
第四节 报道事实与媒体策划	209
第八章 新闻传播受体论	215
第一节 概念的相对性与受传者的地位	215

第二节	新闻受传者分类与特点	217
第三节	受传者接触新闻传媒的动机	221
第四节	受传者心理分析	226
第五节	受传者接收心理分析	229
第九章	新闻传播效果论	246
第一节	传播效果的界定与分类	246
第二节	系统科学与传播效果	248
第三节	社会心理与传播效果	254
第四节	传播心理与传播效果	257
第五节	符号学和接受美学与传播效果	266
第六节	实现理想传播效果的途径	273
第十章	新闻真实论	283
第一节	对新闻真实的综合评价	283
第二节	新闻真实的内涵要求	287
第三节	几何学和空间理论与新闻真实	289
第四节	统计学与新闻真实	295
第五节	传播心理误区与新闻真实	304
第十一章	新闻价值论	308
第一节	价值及其特性	308
第二节	新闻价值及其特性	310
第三节	新闻价值的构成要素	314
第四节	新闻价值与新闻政策、新闻法规	318

第五节 新闻价值的实现过程	320
第十二章 新闻法治	323
第一节 加强社会主义新闻法治建设的意义	323
第二节 新闻法治的内涵	325
第三节 新闻法治的规范	339
第四节 加强中国特色社会主义新闻法治建设	348
第十三章 媒介与文化	354
第一节 大众传媒是社会文化的最佳载体	354
第二节 主流媒介维护主流价值观	361
第三节 大众传媒塑造大众文化	370
第四节 媒介全球化与文化多样性	375
第十四章 知识经济与新闻传播	386
第一节 知识信息革命与信息化社会	386
第二节 知识信息革命与人类传播变革	391
第三节 知识经济时代的新闻传播	394
后 记	402

第一章 新闻传播本体论

第一节 新闻学与传播学

一、历史转变与学科超越

1845年,德国学者普尔兹出版了世界上第一本新闻学专著,时至今日,新闻学研究已经历了一个半世纪的历史。然而,自20世纪50年代以来,以微电子和光电子技术高度发展和广泛应用为标志的新技术革命,在给人类社会带来巨大冲击和震荡的同时,也为传统的新闻传播技术领域注入了新的活力。继广播和电视之后出现的新一代多功能大众传媒,使文字、语言、图像、视像、数据等人类信息的核心媒体,都已进入了电子与光电子运作的领域,同时,卫星电视技术的广泛使用,使传统的新闻学研究从对象到内容、从基本概念到相关术语都面临新的变化。以新闻传播技术这种历史性变革为特征的传播实践,呼唤传统新闻学向更高的学科层次发展。

为适应新闻传播和社会信息交流需求量日趋增长的客观现实,经过半个多世纪各国学者的努力探索,一门集心理学、社会学、政治学、语言学以及系统科学(信息论、控制论、系统论)等多学科研究成果的新兴交叉学科——传播学及分支学科大众传播学逐步建立起来。随着各国学者研究的不断深入,传播学的理论体系和应用开发研究日趋完善。自20世纪60年代以来,工业发达国家的大学纷纷创建传播或大众传播(也叫公众传播)学院和系(专业),原有的新闻学院、系也改名为传播或大众传播学院(系)。1991年,创建40年之久的“日本新闻学会”正式改名为“日本大众传播学会”。两年之后,美国政府公布了

关于建立“国家信息基础结构”(National Information Infrastructure),即俗称的“信息高速公路”的决定。其后短短4个月,这一举措在世界范围内引起强烈反响。工业发达国家相继推出发展“21世纪信息高速公路”战略。在大众传播和新闻信息传播与其他各种社会信息通讯相互融合趋势愈来愈突出的情况下,日本东京大学大众传播研究所又于1992年4月1日改名为“社会信息研究所”,以适应“信息化社会”传播发展的需要。这一系列重大举措突出地反映了当今世界新闻学正在向传播学发展的历史趋势。

新闻学向传播学的历史性跨越,有其自身学科发展和研究内容与方法不断变化等原因。

2

首先,新闻传播媒介不断更新并迅速发展,使社会信息传播结构和方式发生了根本变化。这是基本动因。

纵观新闻媒介发展史可以看出,人类传播技术发展经历了传统的报纸媒介、近现代无线电广播和电视三次飞越,完成这三次飞越的周期越来越短。近代报刊经历了大约三百多年历史才出现广播技术,从广播问世(1920年匹兹堡KDKA电台)到电视开播(1936年BBC)仅经历了十几年时间。20世纪50年代人造卫星的发射,继而是以电子计算机为核心的新技术革命,完全改变了人类信息传播的时空观念,它不仅极大地提高了信息传输的速度,在信息制作的数量和质量上也有了显著的变化。随后,80年代高清晰度电视、有线电视、卫星直播技术以及高速信息网的出现,使传统的电视“广播”交流方式进入到以家庭和个人多功能光电脑终端为特征的电视“窄播”阶段。这样,以近代报纸出现为标志的传统的新闻事业内涵,有了根本变化。新闻传播事业所有这些巨大变革,很难再用新闻学的传统概念术语加以包容。从20世纪20年代开始,一个包括报纸在内、有广播电视等多种媒介的大众传播概念逐渐形成。可以说,在单一的报业实践中产生了“报学”;广播的出

现诞生了“新闻学”；当电视面世之后，又开始进入传播学或大众传播学研究新时期。甚至有学者预测，随着卫星电视、多功能媒体技术和高速信息网的建立与广泛使用，传播学或大众传播学将进入社会信息学这一新的研究领域。这一发展趋势，是新闻事业由单一报业发展成有多种媒介在内的大众传播业的必然结果。（见图 1-1）

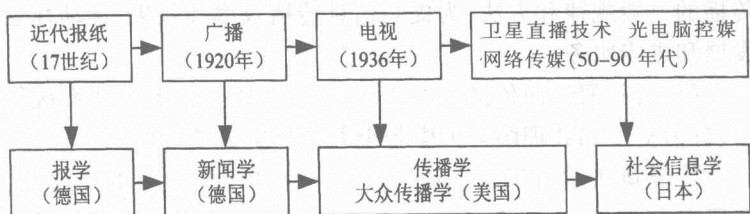


图 1-1

其次，世界范围的新技术革命和信息化社会的飞速发展，使人类社会对信息的需求量急剧增加，由此加深了人类对信息功能和作用的认识。这是另一重要原因。

信息传播是包括衣、食、住、行在内的人类生存五大基本要素之一。新闻信息传播在社会发展进程中发挥着越来越重要的作用。从日常生活、社会生产、政治谋略、经济发展、文化娱乐乃至国际交流、军事对抗，都离不开信息传播。可以说，信息传播无处不在，无时不有，无人不需，从现代大众传媒覆盖范围而言，甚至是无孔不入。信息虽然与人类相依为伍，与人类起源一样久远，但由于人们对其司空见惯、习以为常的缘故，过去相当长的一段时间内，人类并未发现身边这个“伙伴”的重要性。只是到了近现代，由于现代传播技术的迅猛发展，人类才有可能利用报纸、广播、影视等媒介进行空前的信息交流。但是相当长一段时间内人类对信息及其传播行为的深层认识和研究，仍然停留在借助报纸新闻活动这一范围内，对报纸之外的大众社会信息交流以及人际信息传播的研究，基本上是空白。因此，对信息本质