

跨考专业课书系

全国硕士研究生入学考试

跨考专业课

新闻与传播硕士(MJC)核心教程

编 著◎跨考教育考研研究院



第一本紧扣MJC大纲编写的考研教程

专家全程指导，内容权威**精要**

高分考生执笔，备战精准**高效**



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

全国硕士研究生入学考试

跨考专业课

新闻与传播硕士(MJC)核心教程

编 著◎跨考教育考研研究院

编委会成员◎张珍珍 任占文



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

跨考专业课新闻与传播硕士(MJC)核心教程 / 跨考教育考研研究院编著. —北京: 北京理工大学出版社, 2012. 9

ISBN 978-7-5640-6024-4

I. ①跨… II. ①跨… III. ①新闻学—传播学—研究生—入学考试—教材
IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 113745 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市文阁印刷厂

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 22.25

字 数 / 633 千字

版 次 / 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

定 价 / 49.80 元

责任编辑/刘 娟

责任校对/周瑞红

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

前言

新闻与传播硕士(MJC)的优势

随 随着我国新闻传播事业的迅猛发展,业界对有一定理论水平且有较强实务能力的人才需求越来越大。新闻与传播硕士“Master of Journalism and Communication”(简称 MJC),正是适应这一趋势,在 2011 年首度开设的专业硕士。新闻与传播硕士(MJC)以专业实践为导向,重视实践和应用,突出新闻与传播导向,采取双导师制,加强实践教学,全面提升学生实务能力。与传统的新闻学、传播学学术型硕士相比,新闻与传播硕士(MJC)具有两个方面的明显优势:

第一,新闻与传播的融合。

新闻与传播硕士(MJC)的研究生考试是将新闻学和传播学结合在一起进行的。而传统的新闻传播学考研,也就是我们所说的学术型硕士的选拔是将新闻学和传播学分开进行的。在长期的教育实践中,新闻学研究带有较强的实用性质,理论色彩较弱。传播学被引入新闻学界以后,经过二十多年的相互磨合,许多传播学的理论假设和研究方法(包括批判学派的)已经成为新闻理论研究的一部分,经验主义传播学的量化分析方法,也无形中成为新闻学研究的普通方法之一。同时,传播现象贯穿于与人类相关的一切事物和活动中,在新闻传播学的实践和学术活动中,将新闻学和传播学明显的区分开来已成为一件难事,所以两者的融合是必然趋势。

第二,学术和实践的融合。

传统学术硕士的培养偏重理论,而新闻与传播硕士(MJC)的培养则注重实践,采用双导师培养制度(学校、媒体各一名导师)。新闻与传播专业硕士学位的设立是现代发展的产物,科技越发达,社会现代化水平越高,社会对专业学位人才的需求也越大。专业学位是现代高等教育学位体系的重要组成部分。随着社会生产力的进一步发展,社会分工日益精细,职业实践也越来越复杂,对学位教育的分化需求也日益强烈。专业学位在丰富人才培养类型,促进知识经济产业成长,提升社会现代化水平等方面发挥着独特的作用。

这种新闻与传播融合、学术和实践融合独特优势,使得新闻与传播硕士(MJC)的毕业生,在新闻与传播业界具有强大的就业优势。



同时,新闻与传播硕士(MJC)的招生高校是国内一大批重点大学,如北京大学、清华大学、人民大学、复旦大学、中国传媒大学、华中科技大学、武汉大学等,学校认可度极高,这无疑会在一定程度上提升新闻与传播硕士(MJC)的就业优势。可以说,新闻与传播硕士(MJC)从一出现,就注定会成为一个有巨大潜力和升值空间的专业硕士学位。

新闻与传播硕士(MJC)的考情

从2011年至今,新闻与传播硕士(MJC)统一招考,仅两年时间,很多考生不是很了解,因此报考人数相对不多,一些学校还存在调剂名额,这无疑降低了考研的竞争压力。但随着考生对新闻与传播硕士(MJC)越来越了解,可以预见,有志于从事新闻传播事业的考生必然会越来越多的涌入考新闻与传播硕士(MJC)考试,以后调剂的可能性会逐渐消失。目前可以说是报考新闻与传播硕士(MJC)的最佳时机。

有志于报考新闻与传播硕士(MJC)考生应当抓住眼前的良机,尽快投入到复习备考中。然而,在实际的备考中该如何着手呢?广大考生尤其是跨专业报考的考生,往往苦于信息闭塞,难以搜集有效信息;即便是花高价购买相关笔记、经验秘籍,也难以达到理想的效果。正是这种备考中看起来难以克服的困难,使许多考生中途放弃或者最终败北。那么,这种困境真的是难以克服的吗?

跨考教育让有理想的人更加卓越

作为业界权威的考研辅导机构,跨考教育考研研究院整合利用现有教学资源和优势,汇聚新闻传播学领域专家智慧,邀请高分考生参与,为考生倾力打造了这一本权威实用的《新闻与传播硕士(MJC)核心教程》,涵盖知识结构框架图、重要知识点笔记、课后习题等考研核心内容,为考生指点迷津。

本书参考新闻学、传播学经典教材,以新闻与传播硕士(MJC)的两门大纲334和440为核心内容,严格依照大纲编写。同时考虑到高校研究生考试的全面性,为了使考生能够更全面地复习,本书的部分内容又不拘泥于考试大纲的框架,针对近两年考试的重点和当前的社会热点对考试大纲的内容进行了全面拓展,凝聚新闻传播学各分支学科的理论精华。广大考生阅读此书,能够通过结构框架图、核心点梳理和课后习题等内容获得对新闻与传播专业硕士(MJC)考研内容的深刻认知以及复习方法和应试技巧的快速掌握。同时,本书的编排体例简洁、系统而完整,篇幅适中,章节安排合理,内容全面,便于考生复习过程中的理解,节约考生在考研紧张复习中面对大量材料的整理时间,是一本非常合适新闻与传播专业硕士(MJC)考研的参考书。

另外,为了使考生达到最佳的备考效果,我们特别为本书编写了《跨考专业课新闻与传播硕士(MJC)真题解析与习题详解》作为配套用书。两书配合使用必将使考生的备考如虎添翼!

祝莘莘学子在考试中取得优异成绩。

编者

2012.8

目 录

第一部分 传播学理论	1
第一章 媒介与社会	7
第二章 媒介的形态与发展	46
第三章 媒介内容生产	58
第四章 媒介伦理与法规	77
第二部分 新闻理论	95
第一章 绪论	96
第二章 新闻	98
第三章 新闻价值与新闻选择	103
第四章 新闻的真实性原则	106
第五章 新闻专业主义与客观公正原则	110
第六章 新闻自由	115
第七章 新闻控制	121
第八章 新闻事业的性质和功能	125
第九章 社会主义新闻事业的党性原则	132
第十章 新闻舆论监督	137
第十一章 新闻事业传播者和职业道德	141
第十二章 媒介批评	146
第三部分 中国新闻史	153
第一章 中国古代的报刊事业	158
第二章 近代外报在中国的产生与发展	161
第三章 国人办报历史的开端与维新派的办报活动	167
第四章 辛亥革命前后的新闻事业	174



第五章	五四时期的新闻事业	183
第六章	中国共产党成立初期和大革命时期的新闻事业	189
第七章	十年内战时期的新闻事业	197
第八章	抗日战争时期的新闻事业	203
第九章	人民解放战争时期的新闻事业	208
第十章	基本完成社会主义改造时期的新闻事业	211
第十一章	社会主义现代化建设新时期的新闻事业	214
第十二章	台湾地区、香港地区、澳门地区的新闻事业	216
第四部分	外国新闻史	227
第一章	世界新闻事业概况	231
第二章	英国新闻史	236
第三章	法国新闻史	242
第四章	德国新闻史	246
第五章	俄苏新闻史	249
第六章	美国新闻史	252
第七章	日本新闻史	260
第八章	世界报刊类型的演变	264
第九章	世界范围内通讯社和广播的发展	267
第十章	广播电视事业的产生与发展	275
第五部分	新闻业务	287
第一章	新闻采访	288
第二章	新闻写作	303
第三章	新闻编辑	318
第四章	新闻评论	335

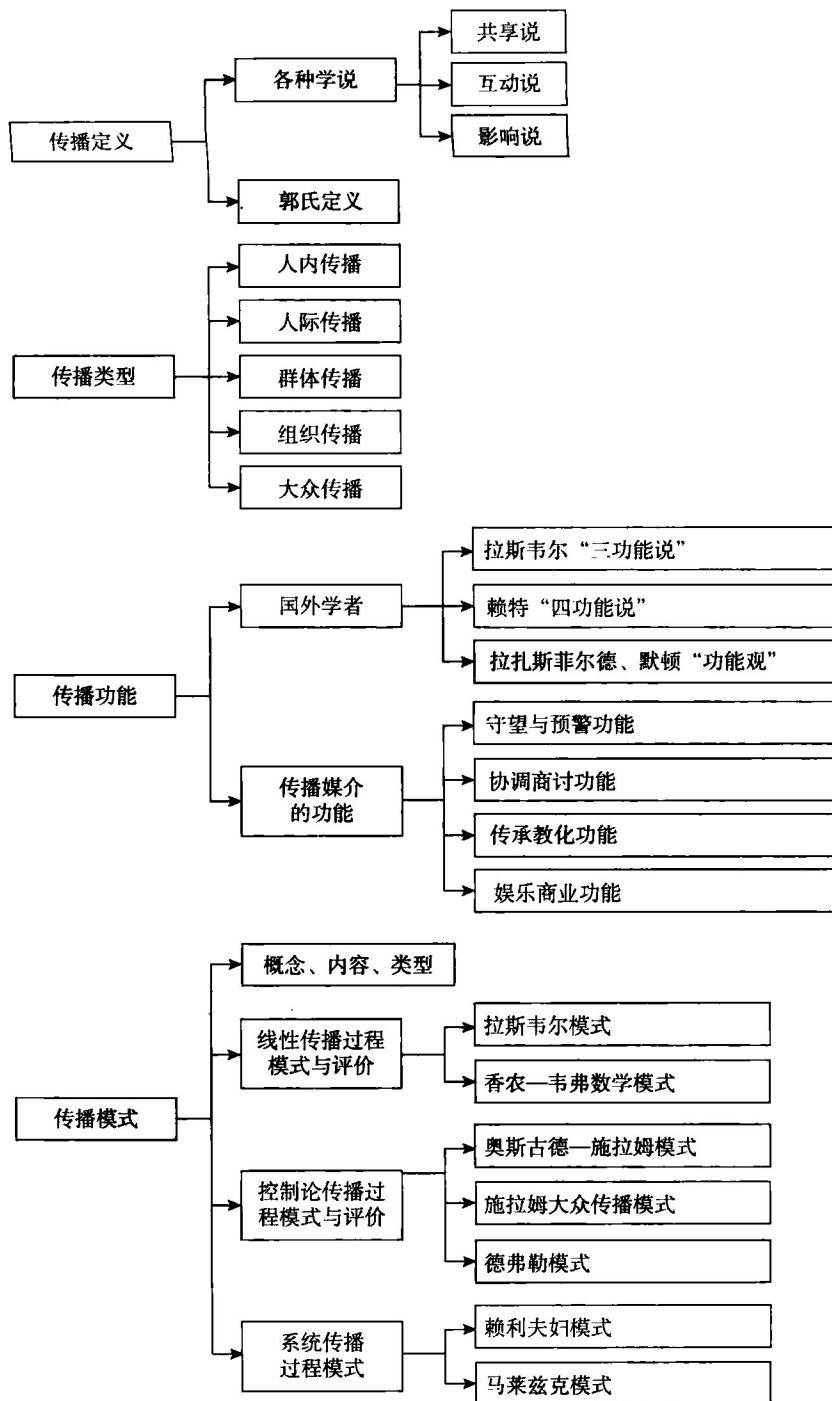
第一部分

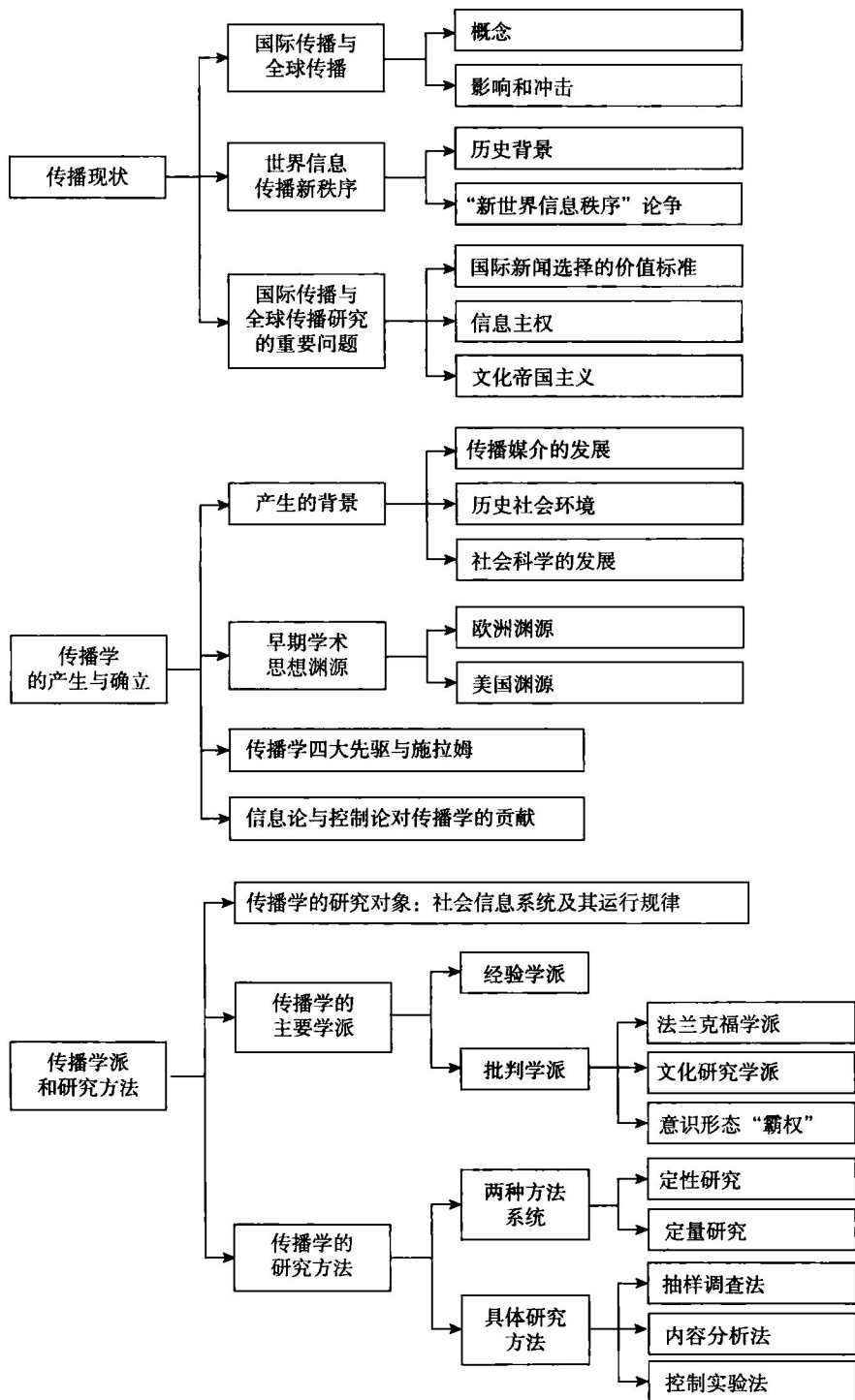
传播学理论

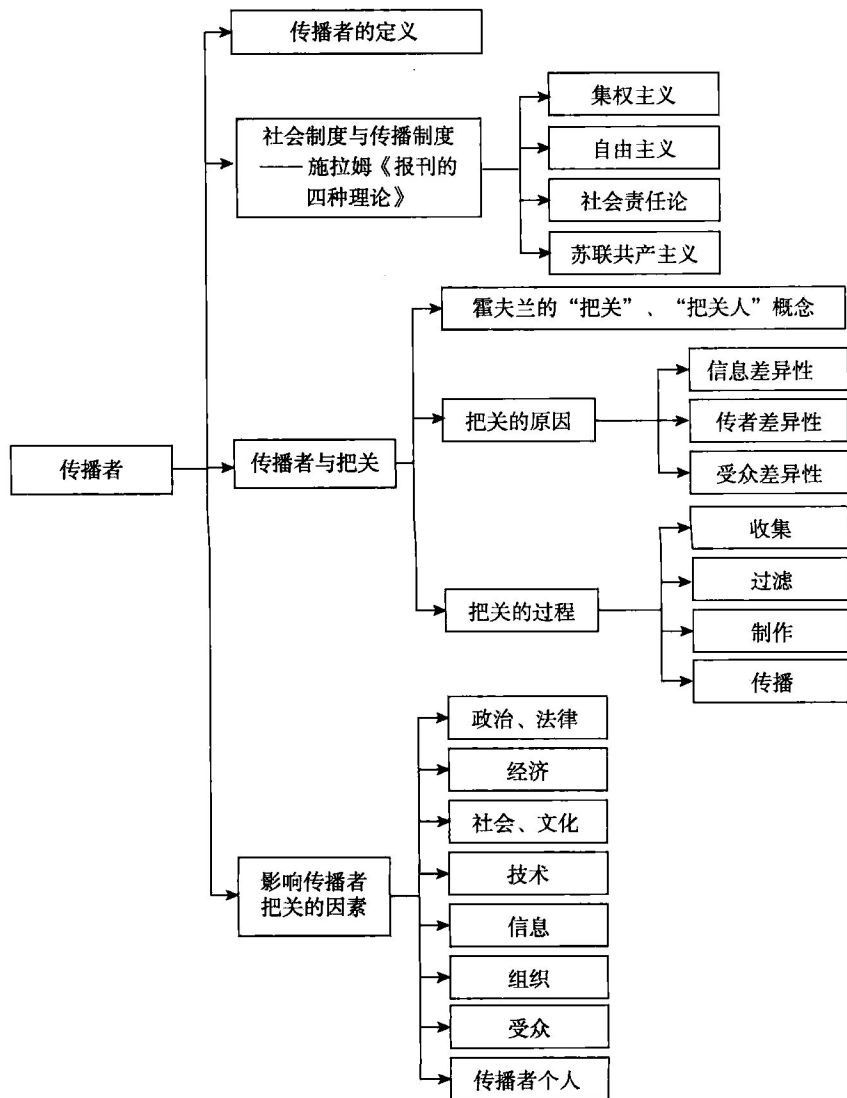


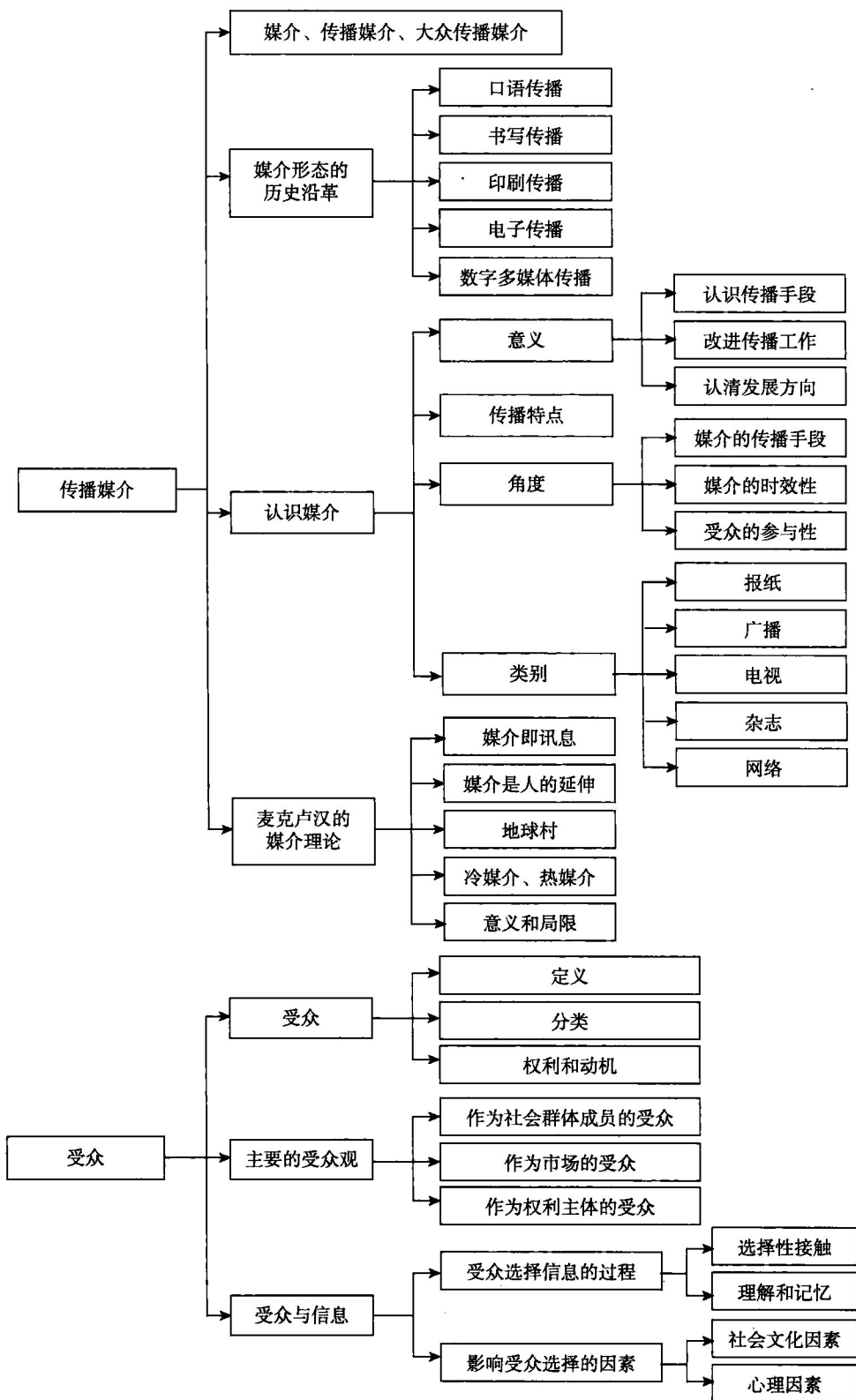


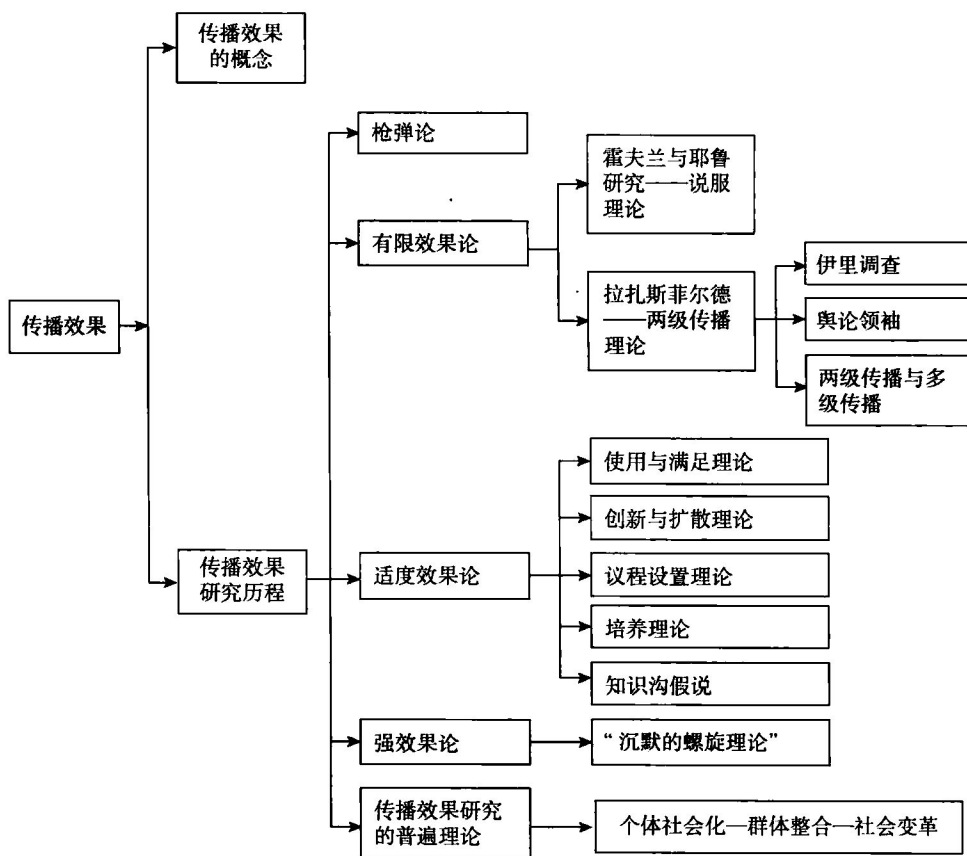
知识框架图













考点精讲

第一章 媒介与社会

第一节 理解传播媒介

一、传播的含义与类型

1. 传播的含义

(1) 关于传播定义的各种学说

① 强调传播是信息的共享。(共享说)

② 强调传播是有意图地施加影响。(影响说)

③ 强调传播是交流的互动过程。(互动说)

最为常用和普遍使用的定义为:所谓传播,即社会信息的传递或社会信息系统的运行(郭庆光)。

(2) 传播的基本特点

社会传播是一种信息共享活动;

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;

它是一种双向的社会互动行为;

传受双方必须要有共通的意义空间;

传播是一种行为,是一种过程,也是一种系统。

(3) 传播的内容

传播的内容即信息,是“两次不确定性之差”。换句话说,信息就是能够减少或消除不确定性的东西。与信息相关的几个概念。

① 符号

符号是用来指称或代表其他事物的象征物。一个符号包括“用什么来代表”和“代表的是什么”两个方面,即符号的形式和内容,符号学中称之为“能指”和“所指”。简单地说,如果用一种事物 X 来指代或表述另一种事物 Y,那么 X 便成为一种符号,Y 便是 X 的意义。符号不是事物本身,而是对事物的特定指代。所谓符号化的过程,就是借助于人的头脑,在事物之间建立联系、形成意义的过程。

符号是传播者和接受者之间的中介物,是信息的外在形式或物质载体。没有符号,人类的传播活动和一切社会交往都无从进行,由符号所组成的符码或语言,是任何传播赖以进行的基础。符号的形式多种多样,凡是能够携带意义的事物,如声音、动作、表情、图片、影像等,都属于符号范畴。

符号的结构包括能指和所指。能指:符号的物质形式;所指:符号所指代和表示的意义。意义是把符号和实际事物联系起来的中介。辞典中意义解释为:在长期的生活实践中为人们所掌握、接纳的,并且保证社会基本信息交流得以正常进行和文化的传承,而且构成不同民族独有的文化现象。能指和所指的关系是约定俗成的,而非必然的。

符号的特性一是任意指代性,指符号与它所指代的事物之间没有必然联系,这种指代是人们约定俗成的

一种联系。二是社会共有性,指社会共有的一般是辞典意义和一部分引申意义。很多引申意义是在小群体中形成的。三是发展性,指人们不断赋予旧的符号以新的意义,并创造出新的符号和符号体系。

符号的分类(如图 1-1)

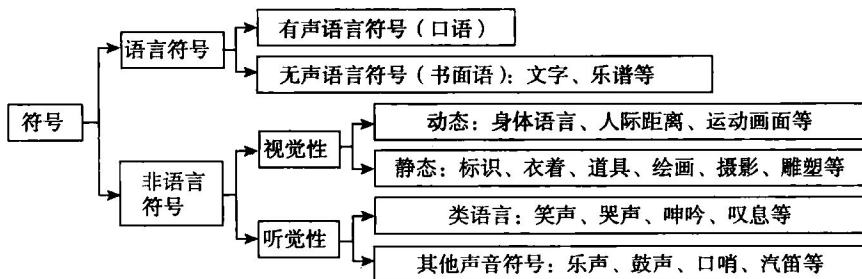


图 1-1

②媒介(Media)

媒介是人类传播活动中运载和传递符号的物体,是连接传受双方的中介物。传播媒介有两层含义:首先是指传递信息的工具和手段,如电话、计算机及网络、报纸、广播、电视等与传播技术有关的媒体;其次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。

传播媒介有别于传播符号。符号是指表达或负载特定信息或意义的代码(如语言、文字、图像等),而媒介是指介于传播者与受传者之间,用以负载、扩大、延伸、传递特定符号的物质实体。作为一种代码或手段,符号反映了人们对事物认识的过程和信息表达的逻辑特点,因此往往具有抽象性、有序性、思维性和意识性的特点。作为一种物质实体,媒介反映了物质和能源的本身特点和存在形貌,如石碑坚硬,纸张薄软,大喇叭粗犷,电视机精致……它们都有形体、重量、尺寸,可移动、可保存、可毁坏。信息与符号、符号与媒介之间关系,犹如毛与皮的关系,皮之不存,毛将焉附。

传播媒介不同于传播形式。传播形式是指传播者进行传播活动时所采用的作用于受众的具体方式,如口头传播形式、文字传播形式、图像传播形式和综合传播形式等。在政治传播中,过去人们常采用文艺形式、音乐形式、忆苦思甜形式、参观访问形式等。在文字传播形式中,人们可以运用书籍、报纸、杂志、传单、小册子等媒介进行信息传播。一种传播形式可以动用不同的媒介,而一种媒介也可以服务于不同的形式。但传播形式表明的只是传播活动的状态、方式和结构,而传播媒介显示的却是实实在在的物体。

传播媒介有异于传播渠道。英语“Channel”(渠道)一词,原意是指航道、水道、途径、通路、门径、渠道等。在传播学中,它是指传播过程中传受双方沟通和交流信息的各种通道,如人际传播渠道、组织传播渠道、大众传播渠道。不同的传播渠道需要不同的传播媒介相配合,而不同的传播媒介又对不同的传播渠道进行定型。例如,人际传播渠道是人与人面对面的交流,决定了只能使用人体器官媒介(如发射媒介——嘴,接收媒介——耳)和空气媒介。但是,信息一旦通过广播、电视传播,就又是大众传播渠道了。人际传播媒介可以随意进入各种传播渠道,并与其间的特定媒介配合使用,而不会改变其渠道形态,但大众传播媒介则完全不同。可见,传播媒介并不等于同传播渠道。

2. 传播的类型(见图 1-2)

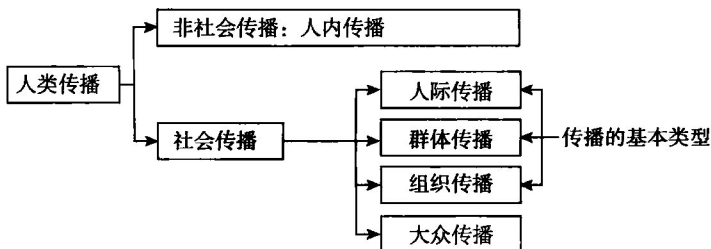


图 1-2



(1) 人内传播

① 人内传播的定义和性质特点:

定义:个人接受外部信息并在人体内部进行信息处理的活动,也称内向传播、自我传播、自在传播。

性质特点:过程不孤立,与外部环境(自然的和社会的)保持衔接关系;本质上是对社会实践活动的反映,具有鲜明的社会性和实践性;是对外部世界积极能动的反映,不是消极反映;是其他一切传播活动的基础。

② 人内传播的主要环节(要素):

感觉、知觉、表象、概念、判断、推理。

③ 米德的“主我与客我”理论:

自我是“主我”(I)与“客我”(Me)的统一。主我是个人的主体意识,通过个人围绕对象事物从事的行为和反应的具体体现;客我是从周围观察到的他人对自己的态度、评价和角色期待,是自我意识的社会关系的体现。“主我”是形式,“客我”是内容,“客我”促使“主我”发生新变化,“主我”反过来改变“客我”,二者通过有意义的象征符在不断的互动中形成自我。

自我的形成是个人的社会化过程,即个人适应社会的过程,但形成后的自我反过来也会积极地作用于社会。因此,个人必须适应社会。同时自我又是社会创造的主体,体现了个人与社会的相互制约关系。作为自我传播的人内传播具有社会性、双向性和互动性。

④ 布鲁默的“自我互动”(Self-interaction)理论:

布鲁默是象征互动理论集大成者,他的著作《象征互动论》,认为人能与自身进行互动——即自我互动。

人是拥有自我的社会存在,在把外界事物和他人作为认识对象的同时,也把自己本身作为认识的对象。在此过程中,人能认识自己,拥有自己的观念,与自己进行沟通和传播,并能对自己采取行动,即能自我互动。

这种互动本质上是与他人社会互动的内在化,即与他人的社会联系或关系在个人头脑中的反映。人内传播过程中,个人会沿着自己的立场或行为方向对他人期待的意义进行能动的理解、解释、选择、修改、加工,并在此基础上重新组合。这样,他人期待和自我都已不再是原来意义上的,而是新的。该理论说明,人不但与他人传播,也同自己传播。

自我传播也具有社会性,它是与他人的社会传播关系在个人头脑中的反映。自我传播有助于个人在与社会的联系上认识和改造自己,不断实现自我完善与发展,对个人具有重要意义。

⑤ 米德的内省式思考(Reflective thinking):

定义:短期的、以解决面临的现实问题为目的的自我反思活动,是内省的一种。

内省式思考的过程与周围的社会环境和他人密切联系。在此过程中,人的头脑中会出现他人的形象,分析和推测他人如何考虑、采取何种态度,只有在与他人的联系上才能形成个人的态度轮廓,形成决策。这是重新构筑自我与他人关系的过程,因此是个社会过程。

内省式思考是横向的社会过程,也是把过去和未来联系起来、纵向发展和创造的过程,即个人在处理问题过程中,会把有关的社会经验和知识积累调动起来,对它们的意义重新理解、解释、选择、修改和加工,在此基础上创造出与新状况相适应的新意义和行为。

内省式思考只有在一个人遇到困难、障碍等新的问题状况,对既有的行为方式是否适用难以作出判断时,才会活跃起来。

(2) 人际传播

人际传播是在两人或两人以上之间面对面的或凭借简单媒介如电话、书信等非大众传播媒介进行的信息交流活动。人际传播是人类最基本的传播活动。

① 人际传播的实质:

广义的人际传播是指除大众传播以外的其他人际传播类型。狭义的则有多角度的定义,这些定义强调了一些共通的地方:人际传播的传受双方是一对一的,或者是近似于一对一的较简单的传播关系;人际传播多是通过面对面的语言传播或其他传播方式进行的,当然随着人类传播的演进,也有更多越来越先进的传播工具介入到这个过程之中。

② 人际传播的特点:

直接性;随意性;私密性。



③ 人际传播的基础。

自我表露

人际传播活动从自我认识与自我表露开始,人与人之间的相互了解是建立健康的人际关系和人际传播活动的基础,这在很大程度上取决于人们的自我表露。当一个个体将自己的情况、状态、能力、愿望等信息传送给他人的时候,便形成了自我表露。自我表露是人际传播中的一项重要技能,是一种自觉不自觉进行的自愿和真实的行为。这是人际传播的重要基础。

约哈里之窗

美国心理学家约瑟夫·勒夫特和哈林顿·英格拉姆提出的模式。这个模式画成一个窗格(见表 1-1),由两个学者的名字命名,帮助我们理解自我表露。

表 1-1

项目	自己了解	自己不了解
他人了解	开放区域: 个人资料,如名字、相貌、身份、职业等	盲目区域: 缺乏自知之明的那一部分
他人不了解	秘密区域: 隐私,或者尚未公之于众的东西	未知区域: 潜质、潜能

④ 人际传播的过程

芝加哥学派的符号互动论

由米德和库利最初阐发,建立在“镜中我”、“主我—自我”的观念上,由布鲁默最终提出。观点:人们生存的世界不仅是一个自然的物质世界,而且是一个人造的符号世界。这个世界的创造和维系依赖于人类通过符号进行传播的能力。具体到人际传播中,就是直接使用传播符号(而不是将具体行为理解为符号)进行互动的过程。两个人之间的对话,是一种典型、使用语言符号进行的人际传播。传播者 A 说出一句话,使用语言符号传递某些信息,而接受者 B 对这种符号进行解读,并作出自己的反应,即回以另一句话。在实际的人际传播过程中,还伴以表情、体态、人际距离等其他非语言符号。这就是一种符号互动的过程。

认知一致性理论

代表人物包括海德、纽科姆、奥斯古德和费斯廷格等。基本观点:人具有一种保持心理平衡的需要,而认知矛盾往往会打破心理上的平衡,使个体出现不愉快的心理状态。这种心理状态又会促使个体作出一定的行为,以重新恢复心理上的平衡。

奥斯古德与施拉姆的循环模式(见 1-3)

该模式对于理解反馈频繁的人际传播过程非常适用。

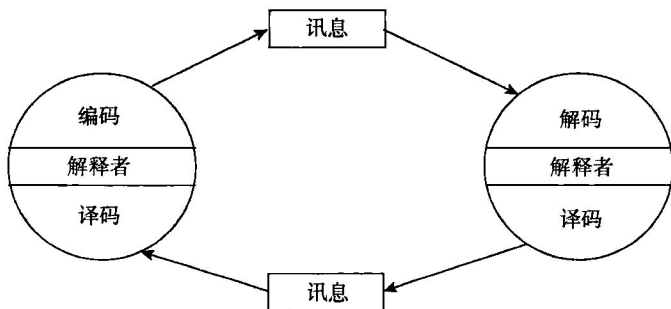


图 1-3

库利的“镜中我”(the looking-glass self)理论

该理论出自美国社会学家 C. H. 库利的《社会组织》一书。

该理论人的行为在很大程度上取决于对自我的认识,这种认识主要通过与他人的社会互动形成。他人