



新闻学 关键概念

鲍勃·富兰克林 等著

Bob Franklin, Martin Hamer, Mark Hanna
Marie Kinsey and John E. Richardson

KEY CONCEPTS IN JOURNALISM STUDIES



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

新闻学 关键概念

鲍勃·富兰克林 马丁·哈默 马克·汉纳
玛丽·金西 约翰·理查森 著
诸葛蔚东 董立 方洁 李武 周悦 译

KEY CONCEPTS IN JOURNALISM STUDIES



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

著作权合同登记号图字:01-2006-3550

图书在版编目(CIP)数据

新闻学关键概念/(英)鲍勃·富兰克林等著;诸葛蔚东等译. —北京:北京大学出版社,2008.7

ISBN 978-7-301-14082-6

I. 新… II. ①富…②诸… III. 新闻学 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 109903 号

Key Concepts in Journalism Studies

English language edition published by Sage Publications of London, Thousand Oaks and New Delhi, © Bob Franklin, Martin Hamer, Mark Hanna, Marie Kinsey & John E. Richardson, 2005

书 名:新闻学关键概念

著作责任者:(英)鲍勃·富兰克林 等著 诸葛蔚东 等译

责任编辑:陈亦南 魏 冬

封面设计:奇文云海·文化传播

标准书号:ISBN 978-7-301-14082-6/C·0495

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址:<http://www.pup.cn>

电子邮箱:zpup@pup.pku.edu.cn

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62753121

出版部 62754962

印 刷 者:北京大学印刷厂

经 销 者:新华书店

890 毫米×1240 毫米 A5 16 印张 430 千字

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

定 价:35.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024

电子邮箱:fd@pup.pku.edu.cn

致 谢

在 2004 年的夏季,安妮·富兰克林(Annie Franklin)自愿帮助我们编辑了本书中的许多章节,对此,我们要表示感谢。我们还要感谢朱莉亚·霍尔(Julia Hall),是她提议我们写作本书,她认为本书会有益于新闻学专业的教师和学生。也要感谢贾米拉·艾哈迈德(Jamilah Ahmed)和 Sage 的编辑和制作人员,他们在本书的出版过程中给予了支持并表现出了出色的专业技能。

关于本书的说明

在每个词条的后面都附有撰稿人的姓名缩写：

鲍勃·富兰克林(Bob Franklin)	BF
马丁·哈默(Martin Hamer)	MGH
马克·汉纳(Mark Hanna)	MNH
玛丽·金西(Marie Kinsey)	MK
约翰·理查森(John Richardson)	JER

每个概念包括交互参照都引导读者去参阅其他相关的概念和组织。以**粗体**表示的条目为其他新闻学关键概念；以*斜体*表示的为相关的组织或机构。

绪 言

《新闻学关键概念》的读者对象是新闻、媒介和传播学专业的学生。本书是了解新闻学核心概念的浅显易懂、权威但却是基础性的指南,能让学生认识到新闻学研究中新兴和发展中的领域。研究人员和教师也可把本书作为获取当代新闻学最新信息的来源;本书也有益于新闻工作者从理论上认识其日常职业实践。一般读者也许会对关于知心大姐、漫画、刚左新闻、读者来信、政治公关和媒体争夺的讨论感兴趣。

由富有洞见的学者、新闻工作者和教师撰写的本书,指定、分析和给出了新闻学中的关键概念,考察了这些概念之间的内在关联,就进一步阅读和研究提供了建议。本书考察了所有媒体平台上的新闻实践,包括印刷品、广播、电视和网络新闻。基本的问题是显而易见的:新闻学研究的领域是如何被设定的?接下来的问题是,什么是决定性的因素?这一发展中的学科与其他人文学科和社会科学——如媒介研究、社会学和语言学——的关注有何关联?大致浏览一下按字母表排列的关键词和128页,可以得到回答上述问题的一个答案,也可以对新闻学研究的主要特征有一个基本的了解。毋庸置疑,对这一领域的定义不尽相同:这是求之不得的事情。与无从保证的确信相比,倒是论点的较量在促进反思和知识的发展。

新闻学是对**新闻**的跨学科研究,新闻学既是职业实践的领域,又是思想和学术研究的重点对象。确切地说,它包括不同程序的批判性分析:对广泛的素材(包括商业、时尚、新

闻、政治、体育和旅游)的采集、评价、解释、研究、写作、编辑、报道和评论,这些信息经由广范围的大众传媒(包括**因特网**、杂志、报纸、**广播**和**电视**)传播给不同的受众(因文化、认同和知识兴趣等因素而有所区别),他们居住在当地、本国和世界上不同的地区和国家。

当然,对记者来说,新闻来源是十分重要的,同时也是新闻学研究的核心问题;新闻来源对从事新闻学研究的学生来说也是重要的。新闻来源以经常性或一次性的方式向记者们提供潜在的报道内容、独家新闻和权威性的引语。告密、走漏消息和公关新闻吹风会有其优势:对此无须付费。但是,它们也会带来自身的危险。此外,支票簿新闻的增多意味着为了获得深层的信息,记者们日益需要为此自行支付费用。

但是,对记者来说,新闻来源的真正价值取决于其被运用的方式。记者需要考量新闻来源提供的信息,评估其准确性和实用性,解读其内涵,对不同新闻来源所提供的不同的和相互矛盾的信息做出判断,推断其间的关联,最后,运用多种新闻来源去提出一个不偏不倚和公正的论点或对一个事件的解释。从事新闻、媒体和传播学研究的学生也依赖于新闻来源,他们在阅读本书时应遵循同样的原则。

在本书有对**新闻来源**的释意。新闻来源是指“人、机构和组织,其向记者提供创作新闻故事和专题报道的观念和一般性的信息……简报、档案资料、广播录音和各种文献以及网站提供更详尽的信息的来源”。《新闻学关键概念》对所有这些信息、数据和文献的来源都有所涉及。

在同一词条中关于记者利用新闻源的有益警告,也同样可以用于本书的读者。例如,记者“妥协于单纯依赖”新闻来源,或者利用“有限的新闻来源”,这有可能导致其失去独立性。记者依靠重要和权威性的新闻来源,就有可能使后者对“故事是如何被报

道和讨论的”产生很大的影响。过于接近新闻来源的危险,对于记者来说是显而易见的,对于新闻学的学生来说也是如此。记者考虑“需要保护新闻来源的身份”,但是《新闻学关键概念》的读者根本无须有如此的顾忌。一般说来,记者保证新闻来源的匿名性,但学术研究和写作的规则是强调所利用的新闻来源的公开性和诚实性。

读者应该利用本书的新闻来源与记者利用新闻的新闻来源的关联是显而易见的;就如同记者的新闻来源一样,这些“关键概念”的指向在于为探求提供一个起始点,而不是终点。它们的作用不在于充当进一步阅读或批判性反思的替代物:把不相干的新闻来源“粘贴”成不明晰和缺少内在联系的拼凑物。《新闻学关键概念》不仅仅是阐明单一的“意义”或者复杂概念的要义的简明字典。

与之相反,每一个概念都应引发读者关于其意义的进一步思考,促使读者去探究相同的概念、意义和解释上的分歧,从而致力于寻求和达成新的综合和理解。如同记者那样,读者如果想把从这里获取的信息的收益最大化,就应该查阅尽可能多的信息源,根据建议进一步阅读词条后的阅读文献,利用广泛的目录去细心探求学术文献。不妨去验证一下本书是否实用。

在结构上,本书由两大部分构成,以便于读者获取信息和信息来源资料。第一部分包括大量按字母顺序排列的新闻学研究的关键概念。词条由不在场、议程设置,到使用和满足和黄色新闻。在列举审查、话语分析、新闻价值和小报时,就新闻学进行了讨论和分析。词条反映了理论和实践的需求,尽可能地调和在理论和实践的结合中所形成的分歧。本书清晰地体现了关键概念之间的内在关联,并且运用粗字体对书中按字母顺序排列的词条进行了“超链接”以加以强调。此外,为了激发读者阅读更多文献的兴趣,我们还提供了更多并且详细的目录使其了解更广泛的一手文献和二手文献,以做进一步的研究。报纸上的文章、学术期刊、书

籍和大量的网上资源为读者研究其感兴趣的问题提供了机会。我们力争把每一个相关和有用的概念都收录进来,如果有不周之处,请把信寄到 Sage 出版社,我们在下一个版本中进行更新。

第二部分是一些新闻组织和研究机构的名录,在进行挑选时依照了两个标准:首先,是其在新闻业结构和发展过程中的重要性;其次,在一定程度上表现一种机构形式,特定概念通过这一形式在英国和欧洲成为组织性的表现形式。所以,在第一部分就关键概念监管所做的讨论之外,在第二部分的词条报刊投诉委员会(Press Complaints Commission)、通信办公室(Ofcom)、“BBC 董事会”(BBC Board of Governors)中还可以找到补充性和相同的讨论。像新闻管理和议程设置这种概念,同样可以在关于政府信息传播服务局(Government Information and Communication Service, GICS)和中央信息办公室(Central Office of Information, COI)的词条中找到制度性的解释。组织涉及广泛的领域,有管理机构(Ofcom,传媒规管机构通信办公室);新闻机构(Reuters,路透社);工会(National Union of Journalists, NUJ,全国记者协会);记者职业组织(Women in Journalism,新闻业女性组织);政府新闻管理机构(the Government News Network, GNN,政府新闻网)和新闻教育机构(Broadcast Journalism Training Council, BJTC,广播新闻培训委员会)。

在书的最后,有一个在报纸、电台和网络新闻中常用的主要的技术用语和词语表。包括“实况声音”、“初审编辑”、“笑场”、“自由撰稿人”和“镜前评述”这样一些词条。

本书也探讨了新闻学和传媒学、传播学和文化研究这些相关学科之间复杂的关系,寻求解决在学科界限问题上所发生的争执。各种不同的词条也表明了新闻学的多学科特征,以及建立在社会学、政治学、经济学、历史学、心理学、文学和语言学等传统社会科学和人文学科基础之上的程度。

《新闻学关键概念》阐释了多样性和一些理论框架,并由此对

新闻学中的结构和过程给出了解释,同时也指出独具特色的研究方法,揭示了学科的知识基础和进一步研究的路径。该书也通过梳理主要学者的论点和立场、介绍学者的综述和评价以及记者对新闻学近期发展的评述,向读者介绍了这一学科领域中的主要论争。

最后,《新闻学关键概念》概述了最近政策调整对组织结构、财政计划和媒介管理环境(新闻业的运营环境)的影响以及在新闻业中所产生的作用。

这些理想让人感到遥不可及。我们希望已实现了其中的一部分。衡量我们是否成功的一个标准是,要看读者在多大程度上感到本书有价值 and 吸引力:这在新闻业中是典型的成功标志。我们旨在提供关于新闻学研究的有用且重要的新闻来源和理念。读该书时要多动脑筋!读者要想得到本书的精华,要像记者一样,在接触信息时抱有适当的怀疑态度、要解放思想、拥有真正的探索精神和求知的渴望。去温习一下 248 页中的词条:新闻来源。永远切记避开过于走近新闻来源或过于依靠一个新闻来源的危险。但也要记住新闻来源提供极有价值的观念之库、信息和权威性的引语。重要的是,它们提供探求的起点,要评估、比较和考量由多种新闻来源提供的信息和观念,从而到达探求的终点,还要靠读者自己。祝“旅途”愉快!

鲍勃·富兰克林

马丁·哈默

马克·汉纳

玛丽·金西

约翰·理查森

目 录

致 谢		1
关于本书的说明		1
绪 言		1
第一部分 概念		1
不在场	Absence	3
可及性	Accessibility	4
责任	Accountability	5
准确性	Accuracy	7
敌对新闻	Adversarial Journalism	8
广告	Advertising	9
广告规范	Advertising codes	12
社论式广告	Advertorial	13
议程设置	Agenda setting	15
知心大姐	Agony aunt	16
另类媒体	Alternative media	17
环境新闻	Ambient news	19
致歉	Apologies	20
愚人节	April fool	21
受众	Audience	23
受众分化	Audience fragmentation	24
受众细分	Audience segmentation	26
坏新闻	Bad News	27

平衡	Balance	29
带宽	Bandwidth	30
偏见	Bias	31
双媒体	Bi-media	33
广播	Broadcasting	34
小报型大报	Broadloid	36
大报	Broadsheet	38
考尔卡特	Calcutt	39
漫画	Cartoons	41
审查	Censorship	43
支票簿新闻	Chequebook journalism	45
发行量	Circulation	47
公民新闻	Civic journalism	48
业务规范	Codes of practice	48
关联	Collocation	48
专栏作家	Columnist	50
商业电台(独立地方 电台/ILR)	Commercial radio (Independent lo- cal radio/ILR)	52
传播	Communication	54
2003 年《通信法》	Communication Act 2003	54
竞争	Competition	56
藐视法庭	Contempt of court	59
内容分析	Content analysis	60
语境	Context	62
语境化新闻	Contextualized journalism	63
融合	Convergence	64
会话分析	Conversation analysis	65
文化学途径	Culturological approaches	66
赛博空间	Cyberspace	68

国防通告	D notice, DA notice	69
解码	Decoding	70
毁誉	Defamation	71
放松监管	Deregulation	73
去工会化	De-unionization	75
日程,非日程	Diary, Off-diary	77
数字化	Digitization	77
话语	Discourse	79
话语分析	Discourse analysis	82
纪录片	Documentary	84
弱智化	Dumbing down	85
主编	Editor	87
电子邮件	Email	90
禁令	Embargo	92
随军记者	Embedded journalist	93
(新闻)伦理	Ethics (of journalism)	95
族群	Ethnicity	97
公平性	Fairness	98
谬误	Fallacy	99
第五等级	Fifth estate	101
补白或“COIs”	Fillers or ‘COIs’	102
第一修正案	First Amendment	103
舰队街	Fleet Street	105
焦点小组	Focus groups	106
第四等级	Fourth estate	109
建构	Framing	110
特许权拍卖	Franchise auction	112
免费报纸	Free newspaper	113
自由撰稿人	Freelance	115

旁听席记者	Gallery reporters	117
守门员	Gatekeeper	118
格拉斯哥媒体小组	Glasgow Media Group	120
全球化	Globalization	121
刚左新闻	Gonzo journalism	123
新闻的看家狗理论	Guard dog theory of journalism	124
硬新闻	Hard news	125
霸权	Hegemony	127
影响的等级	Hierarchy of influences	128
喜马拉雅选择	Himalayan option	130
《人权法案》	Human Rights Act	131
赫顿调查	Hutton Inquiry	132
超文本(超媒体、超链接)	Hypertext (hypermedia, hyper-link)	134
图标	Icon	136
意识形态国家机器	Ideological state apparatuses	137
意识形态	Ideology	138
无偏见性	Impartiality	141
独立全国性电台	Independent national radio (INR)	142
独立制片人	Independent producers	143
信息体系架构	Information architecture	145
信息补贴	Information subsidies	145
信息娱乐化	Infotainment	147
交互性	Interactivity	148
因特网(内部网与外部网)	Internet (intranet, extranet)	150
互文性	Intertextuality	153
采访	Interview	154
倒金字塔	Inverted pyramid	158

调查性新闻	Investigative journalism	159
新闻工作	Journalism	161
投入式新闻	Journalism of attachment	163
新闻学教育	Journalism education	165
新闻学研究	Journalism studies	166
新闻工作者	Journalist	167
新闻的哈巴狗理论	Lapdog theory of journalism	169
诽谤	Libel	170
收视费	Licence fee	170
院外记者团	Lobby	173
地方性报纸	Local newspaper	175
地方性电台	Local radio	178
宏观结构	Macrostructure	180
市场导向新闻	Market-driven journalism	181
大众传播	Mass communication	183
快餐化和快餐新闻	McDonaldization and McJournal- ism	185
媒体	Media	186
媒体效应	Media effects	187
媒体大亨	Media mogul	189
媒体争夺	Media scrum	191
暗喻	Metaphor	192
转喻	Metonym	193
最小值最大化节目制 作	Minimax programming	195
情态	Modality	196
现代主流	Modern mainstream	197
道德恐慌	Moral panic	198
文化多元主义	Multiculaturalism	200

多媒体	Multimedia	202
神话	Myth	205
叙事	Narrative	206
窄播/小众广播	Narrowcasting /niche broadcasting	208
全国性报纸	National press	209
新媒体	New media	210
新技术	New technology	210
新闻	News	213
通讯社	News agency	216
新闻视角	New angle	219
新闻兔	News bunny	220
新闻编辑	News editor	221
新闻搜集	Newsgathering	222
新闻管理	News management	223
新闻发布(稿)	News release	225
新闻编辑室	Newsroom	227
新闻价值	News values	228
娱乐化新闻	Newszak	230
讣告	obituary	232
客观性	Objectivity	233
不公开	Off the record	235
官方机密法案	Official Secrets Act	236
网络广告	Online advertising	238
在线新闻	Online journalism	240
东方主义	Orientalism	242
他者化	Othering	244
所有权	Ownership	246
媒体逆反效应	Oxygen of publicity	247
摄影新闻	Photojournalism	249

股份多元性审查	Plurality test	252
门户网站	Portal	253
偏见	Prejudice	254
报业大亨	Press baron	255
出版自由	Press freedom	257
预设	Presupposition	258
主要定义	Primary definition	260
首相媒体秘书	Prime Minister's Press Secretary (PMPS)	262
隐私	Privacy	264
制片人选择	Producer choice	266
制片人指南	Producers' guidelines	267
制作格式角色	Production format roles	268
业务承诺	Promise of performance	269
宣传	Propaganda	270
宣传模式	Propaganda model	273
所有权主义	Proprietorialism	275
公共参与广播	Public access broadcasting	277
公共利益	Public interest	279
公共利益广播	Public interest broadcasting	280
公共利益测试	Public interest test	282
公共新闻/公民新闻	Public journalism/Civic journalism	283
公共关系	Public relations	285
公共服务广播	Public service broadcasting	287
公共领域	Public sphere	290
质量限制	Quality threshold	293
种族主义	Racism	294
电台	Radio	296
累积到达率/份额	Reach/share	298