新闻传播学热点专题

XINWEN CHUANBOXUE

知识图谱

孙祥飞 著

人民日报出版社

新闻传播学

热点专题：知识图谱

XINWEN CHUANBOXUE

孙祥飞 著

学院图书馆
藏书专用章

人民日报出版社

图书在版编目（CIP）数据

新闻传播学热点专题：知识图谱：2019 / 孙祥飞著.
— 北京 ： 人民日报出版社， 2018.9（2018.10 重印）
ISBN 978-7-5115-2688-5

Ⅰ. ①新… Ⅱ. ①孙… Ⅲ. ①新闻学—传播学—研究生
—入学考试—自学参考资料 Ⅳ. ① G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2018）第 210265 号

书　　名：新闻传播学热点专题：知识图谱（2019）
著　　者：孙祥飞

出 版 人：董　伟
责任编辑：张炜煜
装帧制作：阮全勇

出版发行：人民日报出版社
社　　址：北京金台西路 2 号
邮政编码：100733
发行热线：(010) 65369527　65369509　65369510
邮购热线：(010) 65369530
编辑热线：(010) 65369514
网　　址：www.peopledailypress.com
经　　销：新华书店
印　　刷：大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

开　　本：710mm×1000mm　1/16
字　　数：280 千
印　　张：16.25
版　　次：2018 年 9 月第 1 版　　2018 年 10 月第 2 次印刷

书　　号：ISBN 978-7-5115-2688-5
定　　价：46.00 元

前 言

这本书是在《新闻传播学热点专题80讲》连续出版五年之后进行的一次改版尝试。

从这一本书开始，此前的《新闻传播学热点专题80讲》将拆分两本：一是大家面前的这本《新闻传播学热点专题：知识图谱（2019）》，将对新闻传播领域的若干经典、前沿和热门的理论知识进行体系化梳理；二是《媒介热点前瞻》，依然选择每年10月中旬出版，重点梳理自去年10月至今年同期新闻传媒领域的热点事件和热点话题。

《新闻传播学热点专题：知识图谱（2019）》根据新闻传播学的学科脉络和延伸出的知识体系，由48章内容构成，采用了220幅图表系统勾勒新闻学、传播学、文化研究、新媒体研究、公共关系等经典领域以及虚拟现实技术、机器人新闻、网络信息安全等前沿领域的知识体系。

本书的特点是，结构脉络清晰，语言规范凝练，兼顾基础理论的同时关照前沿热点问题，有助于读者从整体上把握新闻传播学诸领域的知识体系和细节脉络。

笔者在新闻传播学领域耕耘多年，但这一领域所涉及的知识极为广泛、驳杂，尽管笔者在撰写这本书的过程中也在不断学习和思考，但限于精力和水平，此书依然会有一些未能尽善尽美之处，诚挚期望广大读者给予批评指正。

2018年8月6日于华东政法大学明实楼

目 录

前言 / 01

第 01 章　传播学学科专论 …… 1
第 02 章　传播学控制研究 …… 4
第 03 章　传播学媒介研究 …… 6
第 04 章　传播学内容分析 …… 10
第 05 章　传播学受众研究 …… 15
第 06 章　传播学效果研究 …… 21
第 07 章　传播学研究方法 …… 28
第 08 章　大众传播模式论 …… 31
第 09 章　信息传播全球化 …… 34
第 10 章　新闻传播学理论 …… 38
第 11 章　传播学代表人物 …… 45
第 12 章　传播学主要学派 …… 48
第 13 章　传播的垂直领域 …… 54
第 14 章　新媒体基础梳理 …… 61
第 15 章　“两微一端”专题 …… 68

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第 16 章 大数据与传媒业 …… 74
第 17 章 媒体改革与转型 …… 81
第 18 章 马克思主义新闻观 …… 89
第 19 章 政务新媒体专题 …… 97
第 20 章 网络自媒体专题 …… 101
第 21 章 信息公开制度化 …… 105
第 22 章 媒介伦理与道德 …… 110
第 23 章 媒介广告与性别 …… 120
第 24 章 新媒体舆情管理 …… 124
第 25 章 舆论及舆论引导 …… 130
第 26 章 网络营销与炒作 …… 137
第 27 章 危机事件的传播 …… 140
第 28 章 谣言与流言专题 …… 148
第 29 章 信息娱乐化专题 …… 152
第 30 章 个性化信息推送 …… 157
第 31 章 传媒与“互联网 +”…… 162
第 32 章 机器人新闻专题 …… 164
第 33 章 虚拟现实技术 …… 167
第 34 章 文化研究基础 …… 173
第 35 章 流行文化专题 …… 180
第 36 章 粉丝文化专题 …… 186
第 37 章 网络小说专题 …… 191
第 38 章 真人电视专题 …… 196
第 39 章 媒介融合专题 …… 200
第 40 章 传媒法治专题 …… 205

第 41 章 媒介事件专题 ……215
第 42 章 网络游戏专题 ……219
第 43 章 国家形象专题 ……225
第 44 章 数字知识传播 ……230
第 45 章 危机公关专题 ……232
第 46 章 网络直播专题 ……236
第 47 章 媒介素养专题 ……241
第 48 章 网络信息安全 ……244

后 记 ……247

第 01 章 传播学学科专论

表 01 传播学的起源背景

知识口诀	政治选举需求，传媒行业勃兴；商业竞争刺激，信息技术推动。学科基础积累，“三论”提供保证；战争宣传需要，大众教育支撑。受众发展催化，社会环境稳定；学者移居美国，奠基人物立功。		
学科积累	学科积累	新闻学、心理学、社会学、政治学、文化人类学等。	
	三论基础	信息论（香农）、控制论（维纳）、系统论（贝塔朗菲）。	
三论	信息论	香农——提出传播过程的基本模式数学模式；提出噪声及冗余的概念；将信息中的“熵”的概念引入传播学。	
	系统论	贝塔朗菲——认为世界上一切事物 / 现象 / 过程皆是有机整体；采用数学模型分析整体及组成部分的功能和属性，探讨系统、要素和环境之间的关系。	
	控制论	维纳——把“反馈”的概念引入传播学，成为核心的概念之一，指导着理论研究和传播实践活动。	
学术源流	欧洲源流	法国塔尔德	《模仿的法则》（1890）、《舆论与集群》（1901）；报刊作为公众精神纽带有助于形成理性舆论。
		德国齐美尔	《社会分化论》（1890）、《社会学》（1908）、《社会学的根本问题》（1918）。
	美国源流	杜威	重视教育，认为大众传媒是改造和变革社会的工具。
		库利	“镜中我”理论；“初级群体”与“次级群体”。
		帕克	芝加哥学派代表人物，关注美国社会同化、移民整合问题。

续 表

学术源流	美国源流	米德	符号互动理论的创始人，主我与客我理论的提出者。
		李普曼	《舆论学》等提出“拟态环境”及“刻板印象”等理论。
先驱人物	拉斯韦尔	《世界大战中的宣传技巧》(1927)、《传播在社会中的结构与功能》等；传播的三功能（环境监视、社会协调、文化传承）；传播研究的五大领域（控制研究、内容分析、媒介研究、受众研究和效果研究）。	
	卢因	群体动力学研究，以行为场理论著称，提出把关人概念。	
	霍夫兰	将控制实验用于传播效果研究；从事传播的说服效果研究并解释其复杂性。	
	拉扎斯菲尔德	《人民的选择》《人际影响》等书；二级传播、意见领袖、中介因素、政治既有倾向等理论；开创有限效果论传统；研究方法的发明家。	
	施拉姆	传播学集大成者，册封了传播学的“四大奠基人”，创立了传播学学科；在大学开设传播学课程，培养了大量学生，出版了大量传播学著作，推动了中国传播学的发展。	

表 02　传播学的理论分类

小约翰的五种分类	结构和功能理论、认知和行为理论、相互作用理论、阐释理论、批评理论。
麦奎尔的四种理论	媒介的日常理论、传播的操作理论、传媒的规范理论、传播的社会科学理论。
麦奎尔的三大传统	结构分析、行为分析、文化分析。
刘海龙的三种范式	客观经验主义范式，诠释经验主义范式，批判理论范式。
传统理论的三分法	经验学派（哥伦比亚学派）、批判学派（文化研究学派、法兰克福学派、传播政治经济学派）、技术学派（多伦多学派、纽约学派）。

表 03 传播学的研究领域

五大研究领域	控制研究、内容分析、媒介研究、受众研究、效果研究）。
五种传播类型	人内传播、人际传播、群体传播、组织传播、大众传播。
若干基本形态	新闻传播、政治传播、经济传播、教育传播、艺术传播、文化传播等。
学科研究旨趣	理论传播学、应用传播学、传播史研究、比较传播学。

表 04 传播学科的本土化

五大节点	1918 年	北京大学成立新闻学研究会，中国开始进行新闻学的学术研究。
	1957 年	大众传播开始以“群众思想交流”的译名为国内少数学者所知。
	1978 年	传播学在中国开始公开被知晓。
	1982 年	新闻学界召开了第一次传播学研讨会。
	1987 年	“新闻传播学”在中国被承认是一个学科。
四个阶段	1980 年起	翻译西方著作介绍传播学。
	1981 年起	传播学理论指导下的应用研究。
	1982 年起	学术研讨及传播学评价分析。
	1984 年起	尝试建构中国传播学理论体系。

第 02 章 传播学控制研究

表 01 传播者与传播主体

传播者的分类	媒介组织、职业媒体人、公民记者、普通受众。
传播者的权利	知晓权、选择权、调查权、采访权、编辑权、报道权、著作权、传播权、安全权、监督权、批评权。
传播者的角色	信息收集者、信息加工者、信息发布者、收集反馈者、传播改进者。
传播者的规范	客观公正报道、公共利益至上、关怀抚慰弱者、提供事实真相、传播主流价值、积极引导舆论、传承优秀文化、守望社会环境。
传播者的特点	代表性、自主性、专业性、集体性、复杂性、阶级性、政治性、荣誉感。
信息生产主体多元化	新媒体中的信息生产主体可以概括为 4+1 类，UGC（User-generated Content，用户生产内容）、OGC（Occupationally-generated Content，职业生产内容）、PGC（Professionally-generated Content，专业生产内容）、RGC（Robot-generated Content，机器人生产新闻），AAC（Algorithms-analysis Content，算法生产内容）。

表 02 传播中的控制理论

主要控制理论	报刊的四种理论	集权主义理论、自由主义理论、社会责任理论、苏联共产主义理论。
	麦奎尔的补充理论	国家发展优先理论、民主参与理论。
	奥斯楚尔的三种模式	市场模式、国家模式和进展模式。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

续表

微观控制分析	把关人控制	卢因提出（1947年），怀特的把关模式（1950年），麦克内利把关模式（1959年），巴斯的双重行动模式（1969年）。
	“潜网”理论	布里德的《新闻编辑室里的社会控制》，贯彻组织意向，施加群体压力，防止新人扰规，捍卫价值体系。
	传播者自律	进行自我约束，恪守专业主义，坚守社会正义，提供辩论平台。
	传播者个体	经济地位、政治立场、知识结构、宗教信仰、个人阅历、人际交往。
宏观控制分析	媒介体制控制	商业经济型、政治宣传型、公共传播型。
	宏观控制手段	社会制度、政治手段、经济控制、技术手段、社会控制、受众控制、利益集团。

表03 批判学派的控制观

意识形态控制	（葛兰西）霸权理论+（阿尔都塞）意识形态国家机器；通过议题设置发挥作用、媒介是霸权和非暴力统治工具、欺骗性、支持现存制度。
政治经济控制	马克思的经济基础决定上层建筑；占统治地位的物质力量支配物质生产和精神生产；莫斯可总结的商品化、空间化、结构化过程。
文化控制	大众文化与文化工业相随而生；文化工业中的异化导致人的主体性缺失；大众文化是商品和消费的产物；传播＝文化和意识形态再现。
乔姆斯基五种控制	集中化的所有权、广告商的选择、信息源的控制、“施压”的威胁、意识形态的操纵（乔姆斯基等《制造共识》）。

第 03 章 传播学媒介研究

表 01 媒介研究关键术语

社交媒体	（social media，社会化媒体）：以 Web2.0 为支持，由用户创造、分享与传播信息的实时互动的在线媒体，有博客、微博、微信等。
媒介生态	大众传播机构生存和发展的环境，由政策、社会、文化、经济、资源、技术和竞争环境等构成。
三网合一	电信网、广电网、互联网通过技术改造，其技术功能趋于一致，业务范围趋于相同，网络互联互通、资源共享，能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。
媒介事件	指有意安排的供新闻媒介做报道的事件。因此类事件非自然发生，而是人为制造的，故也称“人为事件”。
媒介话语	①媒介与特定阶层的利益勾连；②媒介表达并捍卫主流话语（意识形态）；③媒介建构话语（宣传政策）的同时也在消解话语（非主流文化）。

表 02 媒介形态与演进史

媒介演进历史	口语、文字、印刷、电子、数字、网络。
媒介演进规律	清晰度增强、时空压缩、形态丰富、互动性增强、形态丰富、权力分散、人性化，人机分离、人机互动、人机合一。
四大传播媒介	报纸媒体、广播媒体、电视媒体、网络媒体。
新媒体的特征	Anyone，Anytime，Anywhere，Anyway。
媒体演进趋势	Control（用户对传播的控制）、Convergence（媒介融合）、Convenience（使用的便捷性）、Cost（便宜）。
媒介的属性	政治属性、经济属性、阶级属性、历史属性。

表 03 媒介环境学派理论

英尼斯	《帝国与传播》《传播的偏向》，媒介分为时间偏向和空间偏向。
麦克卢汉	媒介即人的延伸、媒介即信息、“冷媒介”与“热媒介”、地球村。
莱文森	媒介演化的人性化趋势、媒介的补偿理论、媒介的进化理论、后麦克卢汉主义（软决定论）。
梅罗维茨	《消逝的地域》，媒介情境理论（整合麦克卢汉和戈夫曼的观点）。
波兹曼	《童年的消逝》《娱乐至死》《技术垄断：文化向技术投降》。

表 04 媒介技术的伦理观

技术“善”论	技术是一切进步的原动力，技术能解决人类生存与发展的根本性问题，能保证把人类带向一个理想的社会；科学的技术和方法是决定社会形态和人的命运的根本性因素。
技术“恶”论	技术是万恶之源，它夺走人的职业和饭碗、夺走人的隐私、剥夺人的政治民主权利，导致官僚国家；技术助长物质主义和消费主义价值、降低人的自律、埋没个人和个性，最终剥夺人的尊严，最终将人类引向毁灭。
技术中性论	技术本身是中性的，并无好坏之分，技术的社会功能具有人为性，人类既可以把技术用于对人类生存有益的方面，也可以用于战争、剥削等邪恶目的。这一理论最早为英国的福布斯所提出，他认为技术家的技术行为应当为社会利益负责。
技术决定论	技术是社会发展的决定性因素，它的发展很少或并不取决于外部的社会因素，而是技术的发展在制约着人类的命运和社会发展状况。
社会决定论	认为社会因素，尤其是社会文化因素决定人类行为和社会现象，并是维系社会生活的纽带。社会决定论者认为，社会有强制性和制约性，它通过法律、道德、宗教、风俗习惯等，对社会行为和社会生活起着制约作用。
	技术起源于社会生活，产生于人的特定的价值需求。没有人的需求就不会有技术的出现，故人是技术的主体而不是奴隶；技术不仅是工具和手段，也是伦理、政治和文化价值的体现，社会的政治统治、经济制度规则对技术的产生和发展起着决定作用。

续 表

沙发土豆	它指的是那些拿着遥控器，蜷在沙发上，跟着电视节目转的人，什么事都不干，只会在沙发上看电视。这个词最早于 1976 年诞生，用来描述电视对人们生活方式的影响。
电视人	伴随着电视的普及而诞生的一代人，他们在电视画面和音像的感官刺激下偏重于感性思维，缺乏与社会外加的互动交流，性格较为内向、以自我为中心。
“容器人”	中野收认为，在大众传播特别是以电视为主的媒介环境中成长起来的现代公众的内心世界类似于一种罐状的容器，人和人之间的交流和接触只有容器外壁的碰撞而没有内心实质的交流。
人的充欲主义	媒体把充满诱惑力的商品及各类关于商品的意境展现在大众面前，直接唤起、刺激、激发大众的占有欲望和享乐欲望，使社会上占主导地位的价值观念转向个人主义和享乐主义。
电子乌托邦	对电子媒介技术发展寄予无条件乐观主义的心态被称为“电子乌托邦”，认为网络可以解决人类社会的一切问题。实质上，任何一种媒介都不可能自主地成为社会变革的力量，信息技术是社会信息系统的组成部分，它能够带来何种结果，关键在于使用和管理它的人以及它所处的社会制度及制度赋予的使命。

表 05　传播媒介的功能观

拉斯韦尔的功能观	环境监视功能、社会协调功能、文化传承功能。
赖特的“四功能说”	环境监视、解释与规定、社会化功能、提供娱乐。
施拉姆的功能观	政治功能、经济功能和一般社会功能。
拉扎斯菲尔德和莫顿	社会地位赋予功能、社会规范强制功能、大众传播作为负面功能的麻醉作用。

表 06　媒介融合及其转型

媒介融合	定义	各种媒介呈现出多功能一体化的发展趋势（浦尔）。
		印刷、音频、视频、互动性数字媒体组织间的战略、操作、文化的联盟（安德鲁·纳齐森）。

续表

媒介融合	方式	媒介融合包括组织体制、资源配置、信息渠道、业务形态、产品结构等的融合。
三网合一	电信网、广电网、互联网通过技术改造，其技术功能趋于一致，业务范围趋于相同，网络互联互通、资源共享，能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。	

表07 认识媒介的原则

八个原则	刺激对象（耳、目等）、反馈的机会、速度控制、讯息代码、增值的力量、保存信息、克服弃取、满足需要。
四个角度	传播手段、时效性、持久性、受众参与度。
或然率公式	媒介或信息选择的或然率 = 报偿的保证 / 费力的程度（施拉姆）。

表08 “媒介事件”理论

媒介事件	定义	媒介事件又称“假事件”“准事件”“人为事件”，但不等同于“假新闻”。
	提出	伊莱休·卡茨和戴扬等在《媒介事件》（*media event*）中提出。
	特征	事先组织、蓄意安排、密集报道、超时空传播、仪式性观看。
	分类	分为挑战（奥运）、征服（登月）、加冕（王妃婚礼）。
媒介热点事件	定义	在一段时间内经由媒体持续报道和公众感知的社会热点话题，未必经过事先的策划和蓄意安排
	特点	媒体的密集报道、公众的广泛讨论、持续的社会影响、较高的受众参与度。

第 04 章 传播学内容分析

表 01 信息论基础知识

基础概念	信息	消除事物不确定性的东西；事物两次不确定之差。
	噪声	信息传播中的干扰因素；可以是物理的，也可以是社会的。
	冗余	用以克服信息传播过程中噪声带来负面影响的重复性信息。
	熵	事物的不确定性；信息就是减少熵的东西（信息等于负熵）。
	渠道容量	信道在单位时间内传递的信息量。
	信息特点	客观 + 抽象 + 可识别 + 可分享 + 可转换型 + 可储存 + 可扩充 + 可压缩 + 可替代 + 可传递 + 可扩散 + 可组合 + 不完全 + 知识 + 时效 + 动态。
	信息类型	①报道：可证实的说法；②推论：由已知推导出未知；③判断：对人或事物的倾向；④证实：消除不确定性；⑤情绪：主观感情色彩浓厚。
	信息环境	社会中人们可能接触的信息及其传播活动的总体构成的环境。
信息社会	定义	脱离工业社会以后，信息将占重要地位的社会。
	别称	也称信息化社会、后工业化社会、超工业化社会和后产业社会等。
	三部曲	《后工业社会的来临》（1973 年，丹尼尔 · 贝尔）、《第三次浪潮》（阿尔温 · 托夫勒，1980）、《大趋势》（约翰 · 奈斯比特，1982）
	特点	信息和知识更重要；信息生产和传播者地位凸显；信用交易频繁；全球化。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com