



21世纪全国高职高专新闻传播类规划教材

新闻传播理论概要

XINWEN CHUANBO LILUN GAIYAO

刘建勋 主 编
周秦玉 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国高职高专新闻传播类规划教材

新闻传播理论概要

刘建勋 主 编

周秦玉 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书简明系统地阐述了传播理论、新闻理论、新闻传播心理分析、受众接受与沟通理论以及中外新闻传播历史知识。是将新闻学、传播学、新闻心理学、中外新闻传播史等有关学科领域的知识,针对高职高专特点全面扼要、突出重点、深入浅出的整合。通过学习,使学生全面简括地掌握新闻传播理论与发展历史等有关的基本知识。本书力求理论明晰、知识全面、重点突出,使学生在学后具有初步的理论素养,为进一步深造和业务学习打下良好的基础。

本书可作为高职高专新闻传播类专业的教材,也可作为新闻及文化传播工作者基础性的学习用书。

图书在版编目(CIP)数据

新闻传播理论概要/刘建勋主编. —北京:北京大学出版社, 2007.8

(21世纪全国高职高专新闻传播类规划教材)

ISBN 978-7-301-12655-4

I. 新… II. 刘… III. 新闻学:传播学—高等学校:技术学校—教材 IV. G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第129949号

书 名:新闻传播理论概要

著作责任者:刘建勋 主 编

责任编辑:郭 芳 梁 勇

标准书号:ISBN 978-7-301-12655-4/G·2168

出 版 者:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区成府路205号 100871

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765013 出版部 62754962

网 址:<http://www.pup.cn>

电子信箱:xxjs@pup.pku.edu.cn

印 刷 者:北京飞达印刷有限责任公司

发 行 者:北京大学出版社

经 销 者:新华书店

787毫米×980毫米 16开本 13印张 320千字

2007年8月第1版 2007年8月第1次印刷

定 价:23.00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; 电子信箱:fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国高职高专新闻传播类规划教材

编 委 会

主 任： 刘建勋

副主任： 马彦群 贾行宪

成 员： 雒长安 周秦玉 庞万红 张念贻

杨致远 阎晋英 王菊荣 李 婧

韩苗苗 叶 颖 李梁愿

前 言

进入 21 世纪后,中国新闻业迅猛发展,从业人员需求随之增加。新闻教育、新闻培训都在不断扩大。培养理论够用、实践操作能力强、广泛适应新闻与传播业务部门从业人员的高等职业教育,已成为我国高等新闻传播教育的重要组成部分。

根据教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》和《教育部关于以就业为导向,深化高等职业教育改革的若干意见》等文件精神,我们从教材改革入手,对新闻传播专业高等职业教育在教学内容、教学方法等方面进行全面改革。编写《新闻传播理论概要》的初衷即是充分适应教学的需要,从传播理论、新闻理论及新闻传播历史方面为学习者提供理论积淀,便于他们在实践操作性环节上的学习更为主动。同时,编写集新闻传播理论与历史发展简要知识为一体的简编本教材,也为满足需要掌握这方面知识的读者的需要。一本在手,史论知识概要尽在其中,这是新闻传播领域专业人士必须掌握的基础。

本书在编写中力求具有以下特点。

(1) 体例规范,结构完整。基于体例即是质量、选择即是质量、结构即是质量的认识,编写首先在体例与结构上合理设置,为内容的表述打下良好的基础。

(2) 内容简明,重点突出。高职高专教育要求基础理论教学要以应用为目的,以必需、够用为度。因此,我们努力在理论简明扼要,知识线条清楚,内容重点突出上狠下功夫。

(3) 着眼知识素质的提高,面向操作应用能力的培养。理论知识和历史知识基本属陈述性知识层面,而高职人才的培养要注重秩序性知识的掌握。因此,我们在编写过程中,配备了足够的新闻业务教师,使教材的编写始终与新闻传播业务知识的掌握保持内在的联系。这样,理论的传授,就不至于成为无源之水,无本之木。

本书由西安欧亚学院刘建勋教授组织编写,刘建勋、雒长安、周秦玉、杨致远、李鹏进行修改、统稿和定稿。参加本书初稿编写的老师有刘建勋(引论),杨致远(第一、二、三、四、八章),韩苗苗(第五、六、七章),叶颖(第九章),王菊荣(附录)。

编写新闻高职高专的理论教材,可资借鉴的经验较少,《新闻传播理论概要》的编写,是我们在教学改革道路上迈出的探索性的一步。在编写过程中,我们参阅了许多著作和教材,汲取了众家之长,在此谨表谢意。限于学术水平和教学经验,书中的错讹之处在所难免。敬盼专家、学者和广大读者提出宝贵意见,以便再版时修正。

编 者

2007 年 7 月

目 录

引论	1
第一章 传播的定义与传播方式	8
第一节 “传播”概念的界定	8
第二节 自我传播与人际传播	10
一、自我传播	10
二、人际传播	12
第三节 群体和组织传播	14
第四节 大众传播	16
思考与练习	19
第二章 人类传播的历史及其影响	20
第一节 人类传播的发展历史	20
一、口头传播	20
二、文字传播	21
三、印刷传播	22
四、电子传播	23
五、网络传播	25
第二节 传播媒介对人类社会的影响	27
一、媒介革命对人类社会发展的意义	27
二、传播的社会功能	28
思考与练习	30
第三章 传播学的创立及发展	31
第一节 传播学的奠基	31
一、传播学的出现原因及研究对象	31
二、传播学的四位先驱及其理论贡献	33
第二节 传播学的创立	35
第三节 传播学的发展	36
一、经验学派	37
二、批判学派	38
三、发展传播学	39
第四节 传播理论的主要模式	40
一、模式及对模式的评价	40

二、大众传播学经典模式	41
第五节 传播学与新闻学的关系	47
思考与练习	50
第四章 传播过程各环节的分析	51
第一节 传播者分析	51
一、个人层面的传播者	51
二、媒介组织传播者	53
三、社会传播制度	55
第二节 传播内容分析	56
一、信息	56
二、符号	57
三、内容分析	59
第三节 传播媒介分析	61
一、媒介发展及分类	62
二、媒介理论介绍	63
第四节 受众分析	66
一、受众及其特征	66
二、受众研究的主要理论	67
三、受众的心理选择过程	69
第五节 传播效果分析	71
一、效果及其特点	71
二、效果研究的四个阶段理论	72
三、大众传播的社会宏观效果理论	74
第六节 传播效果的反馈	76
一、反馈及其意义	76
二、忽视反馈的原因	77
三、如何开发反馈资源	79
思考与练习	80
第五章 新闻传播活动	81
第一节 人类传播活动	81
一、古代传播活动	81
二、现代新闻传播	82
第二节 新闻的定义和要素	83
一、新闻的定义	83
二、新闻要素	86

第三节 新闻传播的特点	87
一、真实性	87
二、客观性	88
三、公正性	90
四、时效性	91
第四节 新闻传播过程	93
一、新闻传播主体	93
二、新闻传播受众	94
三、新闻传播媒介	96
四、新闻传播反馈	98
思考与练习	99
第六章 新闻传播事业	100
第一节 新闻事业的性质	100
一、新闻事业的性质	100
二、社会主义新闻事业性质	101
第二节 新闻事业的功能与效果	102
一、传递信息	102
二、引导舆论	103
三、传播知识	104
四、服务生活	104
第三节 新闻事业的组织机构	105
第四节 社会主义新闻事业的工作原则	106
一、党性原则	106
二、真实性原则	107
三、群众性原则	109
第五节 社会主义新闻事业的管理	110
一、新闻事业宏观调控	110
二、新闻事业微观管理	113
第六节 新闻事业经营运作	115
一、报刊发行	115
二、节目播放	116
三、广告经营	117
四、多元经营	117
思考与练习	118
第七章 新闻工作者	119

第一节 树立马克思主义新闻观.....	119
一、树立科学的马克思主义新闻观.....	119
二、用发展的眼光观察马克思主义新闻观.....	120
三、用马克思主义新闻观指导新闻实践.....	121
第二节 新闻工作者的素质修养.....	121
一、政治素质.....	121
二、理论素质.....	122
三、业务素质.....	123
四、作风素质.....	125
第三节 新闻工作者的职业道德.....	126
思考与练习.....	128
第八章 大众媒介与社会、政治、经济、文化.....	129
第一节 大众媒介与社会.....	129
一、大众媒介作为社会的信息系统.....	129
二、社会呈现与媒介环境.....	130
三、大众媒介的社会作用.....	130
第二节 大众媒介与政治.....	131
一、政治对大众媒介的制约.....	131
二、大众媒介的政治功能.....	132
第三节 大众媒介与经济.....	134
一、经济是大众媒介发展的决定性力量.....	134
二、大众媒介对经济的促进作用.....	135
第四节 大众媒介与文化.....	136
一、大众媒介与大众文化.....	136
二、大众媒介的文化影响.....	138
思考与练习.....	139
第九章 大众传媒受众心理.....	140
第一节 受众心理产生的条件和受众心理功能.....	140
一、媒介刺激与受众心理.....	140
二、受众主体的内在因素：需要、动机、兴趣.....	140
三、受众心理功能.....	141
第二节 受众的群体心理.....	142
一、接受暗示心理.....	142
二、从众心理.....	143
三、逆反心理.....	143

四、受众的心理承受力.....	144
第三节 影响受众态度改变的因素.....	145
一、传播者.....	145
二、新闻信息自身的传播方式.....	147
三、新闻受众自身的因素.....	149
四、新闻传播的情境.....	149
第四节 网民心理.....	150
一、网络媒体分析.....	150
二、网民使用网络的心理需求.....	151
三、网民接受信息的心理特点以及舆论控制的应对.....	153
思考与练习.....	155
附录 中外新闻事业史.....	157
第一节 新闻报刊的出现及我国两次办报高潮.....	157
一、近代报刊的出现.....	157
二、第一次办报高潮.....	158
三、第二次办报高潮.....	160
第二节 民国时期的新闻事业.....	164
一、民国初年的新闻事业.....	164
二、“五四”时期的新闻事业.....	167
三、大革命时期的新闻事业.....	168
四、十年内战和抗日救亡运动中的新闻事业.....	172
五、抗日战争和解放战争时期的新闻事业.....	175
第三节 新中国成立以后的新闻事业.....	179
一、改革开放以前的新闻事业.....	179
二、改革开放后的新闻事业的改革.....	179
三、网络媒体的兴起.....	180
第四节 欧洲、美洲的新闻事业.....	182
一、欧洲、美洲的新闻事业概论.....	182
二、欧洲的新闻事业.....	183
三、美洲的新闻事业.....	187
第五节 世界其他地区的新闻事业.....	192
一、概述.....	192
二、亚洲的新闻事业.....	192
思考与练习.....	193
参考文献.....	194

引 论

人类正在进入一个新闻与信息传播大众化的时代。

大家知道，社会越发展，信息资讯产业越活跃，新闻及传播业在社会发展中的地位也就越显得重要。而在促进一个国家健康发展与维护社会稳定方面，有效信息的传播是一个值得高度重视的因素。现代社会是媒介社会，新闻传媒无时无刻不在影响着人们的思想、生活和行为。无数事实已经告诉我们，在当今社会，人们已经越来越倚重于通过报纸、广播、电视、网络等大众媒介，掌握新闻信息，获取各种知识，了解公共事务，甚至得到精神上的享受和业务上的提高。著名传播学家威尔伯·施拉姆在《传播学概论》中曾提供资料显示：美国人每天花在大众传媒上的时间，已经成为他们自由支配时间的主要部分，其中仅看电视就占去三分之一。近年来，我国学者也有调查资料显示，在我国城市人口中，业余支配时间为传媒所占比例，与上述情况相差无几。然而，在接受、掌握和运用有效信息方面，发达地区与欠发达地区，呈现着较大的差距；文化程度高与文化程度低的人群之间，也存在着明显的不同。这些差异和不同还突出地表现在对新闻学知识和新闻业务的了解和熟悉程度上。事实上，消息、通讯、调查报告、评论、综述、专访、典型报道、报告文学甚至广告等，都是新闻信息的载体，是新闻信息的具体化和样态化。熟悉它，就会把握其精要，不懂得它，就会影响对其内涵的理解和领会。依此而言，当今社会又是一个新闻传播知识应当得到普及的社会。这又应了我国著名新闻学家、我们的前辈邵飘萍先生的一句话：“新闻知识应列为国民普遍知识之一”。

邵老的话讲于 20 世纪 20 年代，离现在已经 80 多年了。80 年来，我国的新闻教育经历了翻天覆地的变化。从 1918 年开始涉足，举步维艰；到 1949 年终于前进，又历经曲折；直到 1978 年改革开放后，才得以逐渐发展。应该说，我国新闻教育在其结构上，长期来基本上是单一的。从普通本科教育一种形式向多学科、多专业、多层次发展，才是 80 年代及其以后的事情。新闻教育在其内容上，长期来也保持着一种陈旧的格局，沿袭原初的报学，培养的是报纸采编人员。所谓新闻系，在实际上只是报学系。广泛涉猎广播电视、广告、传播学、管理学、媒介经营、受众研究等，开办真正意义上的新闻传播教育，也是在 90 年代才有了迅速的改变。改革开放前，我国新闻学界连“大众传播”这一名词，都几乎无人理解或者不易接受。而在短短十几年里，新闻学研究领域从印刷媒介向电子媒介迅速扩展，从新闻学延伸到大众传播学。1997 年，经教育部批准，新闻传播学提升为一级学科，在中国社会科学学科体系中的地位，得到应有的确认和加强。

然而，从新闻教育史的研究中我们发现，不仅学者们有论，新闻工作者不可能从速成

培训中培养出来;而且,在历来的高等教育中,也较少有专科层次的新闻教育的持久发展。20世纪20年代成舍我创办的新闻专科学校,顾执中成立的民治新闻专科学校,以及1958年后人民大学增办的新闻专修科,“文革”中,北大、复旦等校的新闻系曾招收几届工农兵学员。这些,都没有留下新闻专科教育可资借鉴的经验。当然,我党成立之初到延安时期,曾有新闻培训机构,但由于战争年代的奔波,也没有留下更多的教育资料。改革开放后,浙江、湖北、广东等省成立了广播电视学校,后来有的提升为大专。在新闻教育中,为广播电视方面的普通专科教育,提供了一些借鉴。然而,其办学规模和专业范围,都显得偏小、偏窄。当然也没有条件满足像今天这样大众化高等教育和职业教育的需要。

新时期新闻传媒专业大专层次以及高等职业性质的教育,兴办于2000年前后。它与我国高等教育大众化的历史相伴随,也几乎与新闻教育的大众化研究视角的起始相吻合。是历史将机遇赋予了我们,时代将重任交给了我们。我们能在社会经济文化变革的大潮面前,尤其是在为此变革提供人才资源的高等教育的历史大变革面前,裹足不前吗?

从上个世纪末开始的我国高等教育改革,包括教育思想转换,教育结构调整,教育资源重新配置以及教育理念、教育方法、教学内容和课程设置的改革等,至今仍在继续深化着。当然这种改革没有过去那样自上而下采取运动的方法进行。在很大程度上是社会变革、经济发展,尤其是社会主义市场经济带动下的一种连锁式的互动。这种变革触及教育领域和教育工作者心灵的程度是不同的,变革程度的深浅也是有层次的。甚至某些地区和单位,变化只是一种表面的进行,人们内心深处仍然触动不深。但这也只能是暂时现象。因为谁都不可能在历史的变动面前守旧如初。

基于这种认识,我们在实践中学习,在学习中实践。首先理清以下几种关系。

第一,继承与革新的关系。十年树木,百年树人。教育的传统与规律具有长期积淀的特点。因此,其改革不仅难度大,而且态度和方法上也应该既积极,又稳妥,不可采取一蹴而就的方式进行。马克思说,人们自己创造自己的历史,但并不是随心所欲地创造,而是在直接碰到的、既定的,从过去继承下来的条件下创造的。这说明传统的力量是强大的,它在历时性上表现为历史经验,甚至形成规则或规律性;在共时性上则表现为风俗、习惯、文化或社会氛围,甚至成为人的习得性常识和做法,制约着人们的思想和行为。就新闻教育而言,几十年中国本科教育的历史经验和传统,我们必须重视,并尽可能地继承。特别是建国后,我国高等新闻教育的历史经验,应当成为我们的宝贵财富。同时,我们一定得面向世界,面向未来,面向现代化。对过去也得进行必要的反思和重新审视。不然,教育思想的转换就是一句空话。在新形势和新任务面前,在高职新闻教育没有前人经验可借鉴的情况下,一定要有摸着石头过河的勇气。一开始就以足够的认识,拉开与本科教育不同的档次,给高职新闻传播专业以明确的专业定位、就业层次定位和业务方向定位,大体测定和把握其社会角色和职业岗位群。只有明确高职人才的专业定位,革新的道路才不至于盲目。只有勇于为新闻高职人才培养创路子,革新的决心和动力才会持久。也只有认识大众化教育与精英教育的不同,我们的革新才不至于迷失方向。

第二,教育与市场的关系。我国改革开放,实行社会主义市场经济后,市场的观念逐渐深入人心。事实上,教育需求也从过去的计划原则向教育消费规律转换。所以,高等学校能否提供教育“市场”以优质、适用的教育产品和服务,已成为高校办学者思考问题的重心。应当说,这是与国际接轨的表现,是历史进步的产物。我们高职教育应当首当其冲,对此进行理论的研讨和实践的探索,迈出坚实的步伐。几年来我们的新闻教育一直关注招生规律,研究就业市场,千方百计与市场接轨,就是出于上述认识。但是与此同时,决不能忽视教育中长远的、带有非功利性的目的:它是在造就人,提高大众的素质,塑造民族的灵魂。这才是作为国民教育的亘古不变的规律。即使单从提高智力角度考虑,现代教育学说的研究也表明,人的智力不是一个孤立发展的环节,它与性格、情感、意志和兴趣等人格因素一起,形成了一个发展链条,在协调互补、相互制约、相互促进地进行。由此出发,必须把加强校风、系风教育,加强社会责任意识教育,加强学生人格培养,放在十分重要的位置。这样,不仅能在专业知识与能力养成、适应市场需要方面发挥作用,而且,即使不从事与专业有对应关系的工作,也能在人的素质积累上,适应国家高等教育的目的和要求。正如前边所说,今后社会生活无处不用到新闻传播方面的知识,这个带有基础性的专业毕业生,肯定会在更多的部门,更广的领域,社会工作和社会生活的方方面面发挥作用的。关键在于我们的以专业为根基的职业教育,是否是全面的、合理的、有远见的和成功的。

第三,理论与实践的关系。无论从教学或研究层面来讲,新闻传播作为一门新兴学科,在所有人文社会科学学科门类中,都是实践性很强的一种。本科生和研究生教育,都非常强调它的实践性。假若说,本科和研究生教育,必须以完整的理论体系去指导实践和业务知识,那么,作为强调动手能力,要求以知识的应用见长的高等职业教育,新闻传播实践才是专业培养中的重中之重。正如教育部在《加强高职高专人才培养工作的意见》中所提出的:“教学内容要求突出基础理论知识的应用和实践能力的培养,基础理论教学要以应用为目的,以必需、够用为度,专业课教学要加强针对性和实用性”,“实践教学要改变过分依赖理论教学的状况,探索建立相对独立的实践教学体系”。据此,我们在一段试验的基础上,再度学习、研究和总结,对我们的教学工作和实践,进行全方位的重新审视。我们越来越清晰地认识到,现代教育的核心,不应该再是生硬的知识灌输,培养能力比传授知识更具有现实的和长远的意义。知识向能力的转化,实践是必经的桥梁。学生只有在实践中摸爬滚打,才能使知识被充分地吸收,技能得到牢固的掌握和切实的提高。我们提出新的教学内容目标定位:理论要求到位,知识必须优先,技能绝对突出,视野适当放宽。这样,也可能在处理理论与实践的关系上,处理必要的知识层面的轻重缓急上,会有一种较为适当的度的把握、量的选择和质的要求。

多年以来,高职新闻传媒专业在高校招生中属热门专业,全国开办这一专业的院校也不在少数。如何把这个专业的学生培养成社会行业有用的人才,是大家所共同关注和探索的焦点、难点问题之一。近年来,大多数学校都在加强实践环节,加强技能训练,注重校

内、校外实训、实习等方面做了一些探索,取得了明鲜的效果,得到用人单位的好评。甚至有些媒体觉得高职生动手能力强、好用,一个栏目组同时就招聘同年级多名毕业生。但是,这种情况仍然不能说明我们的改革就可以就此停步。多年以来,高职新闻类专业生源一直看好,但就业状况在所谓专业对口率上,也一直不如人意。

到底高职新闻传媒专业教学改革的路在何方?我觉得,要回答这个问题,首先必须关注以下社会事实和时代新情况:

1. 信息社会的到来,传媒业在社会组织、公民生活中的作用越来越大。做为传媒业的从业人员,在社会人群中的重要性也越来越彰显出来。所以,考生报考志愿热的居高不下,绝不能简单地看作是青年人的盲目追风。这其中更多地包含着社会经济、文化发展趋势的吸引和青年学生的职业志向所求。

2. 与信息采集、传送、收集、使用等密切相关的社会行业越来越呈现增加趋势,许多高职专业,例如汉语言文学、信息技术等都与该社会行业有关,但就行业业务范围而言,新闻传播专业作为以文科招生为主的专业,它的培养目标定位、毕业生的参与功能、角度、密切性、关联性等,都是更直接的,有着不容忽视的专业特点。

3. 文化产业的兴起更是世界范围内的事实,也是做为发展速度很快的最大发展中国家——中国的最大行业潜力。一切传播都是文化的传播。新闻传播专业在较少有传播类其他专业分流的情况下,怎么能不看好呢?

4. 商品经济在流通时间的提速和流通空间的扩展上,越来越依靠信息传播技术。而在有效信息的把握、选择和应用上,新闻传播专业的学习,能够给人以学养与智慧,这也是不容争辩的事实。

5. 从发达国家的教育经验和社会发展事实得知,社会越发达,传媒越普及,传播教育越应当尽快成为社会普及化的知识教育之一,甚至包括基础教育、青少年社会知识教育等。而新闻传播是首当其冲的社会信息传播流,它永远处于社会信息、文化传播的中心地带。并且始终受到社会政治、经济、文化等领域各界人士、全体公民的高度重视,其内容具有充分的社会分享和公众利用的性质。

从这些思考和认知途径出发,我们不仅可以充分认识到新闻传播类专业担负的国民教育责任之重大,更可以为其教改的方向带来许多新考量,新思路。

根据教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》和《教育部关于以就业为导向,深化高等职业教育改革的若干意见》等有关文件精神,我们认为在目前情况下,中国高等教育中,如果说,就学人数最多的本科,教改的方向和重点是在坚持和重建学科体系,面向社会经济建设的主战场,进一步提高教学质量和社会适应性的话,那么,就学人数将进一步扩大的高职教育,必须打破传统的高等教育学科体系,以关注社会行业为切入点,充分体现职业教育的特点,进行全方位、多角度的教学改革。而就这种改革的长期过程而言,新闻传播类专业目前最佳的教学改革切入口,应该是课程模块化改革和建设。只有这样,才能够应对上述社会事实和时代发展带来的新情况、新变化,就教育教学改革

的规律而言,也比较积极而稳妥。

高职新闻传播专业课程模块化改革,必须以解决小新闻与大传播的关系为着重点。不能一味固守就新闻而谈新闻的囿见,更不能把思维的缰绳缩短在新闻的采、写、编、评的小半径之内。我们课程模块化改革的目的很明确,其基本思路如下。

1. 瞄准市场定位。即为基层新闻媒体、企事业文化宣传领域、文化创意产业、社区文化传播、网络及新媒体应用部门,培养应用型、操作型人才。

2. 避免与极端饱和的新闻本科教育争市场,寻找差异化发展新途径。总体上要明确高职新闻专科教育是比本科教育低一个档次的教育,但在应用上、操作上、技能上不可向本科教育示弱,而要在本科教育尚未顾及到的相关领域拓展空间。

3. 要有东边不亮西边亮的战略准备。给学生打好文化传播知识基础,教给他们应对市场的多种技能。面对社会经济及媒体、文化的快速发展,不求高精,只求我能。而且要注意培养好学生在求职入行之后,还能有深钻和应对变化的能力。

鉴于此,我们的课程改革将呈现如下特征。

1. 思想政治与公共基础课,大体保持不变。这样有利于学生按照国家统一规定和专业基本要求,掌握必需的政治课和公共基础课知识。

2. 将原来课程设置中人文科学与理工基础课、专业基础课、专业课、专业选修课等课程设置,改为基础课、专业基础课、专业模块化课程及适量选修课和讲座。我们将其称作“X 加 Y 模块化课程改革试验”。X 是指以理论知识够用为度,将新闻概论、传播学等课程整合成的高职新闻传播理论概要,将新闻采、写、编、评、制作等整合成高职新闻传播业务基础,以及现代传播技术、公共关系基础等多门课程。Y 是指根据行业和社会需要设置的报刊编辑发行、广播节目编辑、电视节目制作、网络编辑制作、广告设计制作、企事业文化宣传等多个课程模块。专业模块化课程主要在实验室和实训场地进行,以讨论教学、案例教学和模拟演练的方式,使实践操作技能得到强化,知识得到验证和巩固。

3. 除此之外,不可缺少的是以拓宽知识面,扩展知识视野、增加应用创新能力为目的的多种选修课,以及丰富多彩的第二课堂活动、学术知识讲座等。这是高等教育其所以为高等教育的重要特点。绝不能在此放松要求,或者因为课时量的限制而任意有所压缩。

需要说明的是,模块化课程与以往专业方向的开设不同。每个模块都有 3 至 5 门课程做支撑。众多的模块化课程,根据年级情况或班级学习基础状况而开设。凡开设的课程,要求学生必修。目的是让每个学生都能学到应对社会行业需要的多种技能。这是从就业、择业、职业变换和可持续发展等多种途径,综合考虑的,绝不可与专业方向的开设混为一谈。

我们知道,高等职业教育是随着改革开放,社会经济快速发展而活跃于高等教育领域的。这种教育的不容置疑的特点是面向实际、适应具体职业岗位群的需要。职业方向性、职业定位特点,决定了它必须以职业能力培养为主线,以毕业生顺利就业为导向。我们的课程模块化改革中,课程模块的设置是密切关注社会行业,积极针对职业需要,紧密结合

市场需求的,这是其一。其二,高等职业技术教育并不是为职业岗位培养一线工人这样一种单向需要为直接目的,必须全方位考虑人才的动手能力、实践能力、综合应用能力和可持续发展能力。特别是作为精神产品操作者和制造者的新闻传播专业学生,在掌握理论教学以应用为目的,必需、够用为度的同时,应当更加顾及职业教育与就业、创业教育的密切结合。所以,在基本理论知识教育和拓展视野为目的的选修课、讲座课的安排上,应当有针对性地加强。甚至将过去文科教育中较少涉猎的课程,如创意、策划等都应当根据实际需要,灵活开设。其三,这种课程模块化改革的最大优点,是下大力气加强了新闻传播人才培养过程的整体优化性特点。我们将模块化课程试验概括为“X加Y”的用意,也在以不能够过份弱化基础理论、基本知识为目的,而是使其如何更好地成为职业模块化课程的基石和应用开发能力培养的推动力。其四,我们在设计模块化教学改革方案时,也注重了人才培养方式的灵活多样性特点,在对学生进行普遍的、基本的、共同的知识技能教育,使之符合标准的情况下,大力提倡个性化、差异性,尊重学生的特殊爱好和专长。所以在模块化课程的设置上,坚持同一标准,也配合开设具有深度、富有特点、开发思维的选修课程。这样业务尖子容易冒出,专业天才能够凸现。我们为专业人才培养了业务规范,为行业天才提供了发展空间。教育教学的根本目的达到了,职业教育的效果也才更好、更佳。

该书是为了适应新闻传播类高等职业教育而编写的基础性课程的教材。我国新闻史研究专家方汉奇教授说过,新闻教育质量的高低,起决定作用的,主要是两个因素:一个是师资,一个是教材,而两者之间,教材的作用更大。这是因为,师资的多少和良窳,往往受办学主客观条件的限制,而教材一旦完成,就可以直接嘉惠于学子,甚至风行四海,无远弗届。我们深知教材编写责任之重大,一开始,就曾反复研究,强调体例选择、内容定位、结构规范等对教材编写质量的重要性。特别是在内容方面,我们强调前瞻性、实用性、简明性三原则。

所谓前瞻性,就是必须充分认识人类所处环境在时空关系上的重大变迁。信息化时代的到来,已经使人们感知世界的方式,无论在时间的纵向度上还是空间的横向度上,都大为缩短。以高新科技为代表的传播技术产业和从事新闻及信息产品生产的媒体产业,成为信息时代重要的产业支柱。而新闻传播类专业课程的学习,与这两大领域的联系越来越紧密,并且成其为知识基础。我们必须着眼在坚持马克思主义新闻观,密切联系我国经济社会和文化发展实际,借鉴世界新闻及传播事业发展的历史经验的基础上,培养具有前瞻性眼光、创新性思维的新闻、信息及文化传播人才。并且为他们的工作前程和后续发展,打下良好的基础。

在这套教材中我们强调实用性,主要指的是要针对高等职业教育的特点,在讲清关于“是什么”的陈述性知识的情况下,着重讲深、讲透关于“怎么做、怎么办”的程序性知识。兼顾知识、技能、能力和素质等方面培养的要求。根据“案——讨——练”教学方法的需要,多充实鲜活案例,使案例教学和案例分析的比重适当增加。改变传统教材中一叙到底的表述方式。分层次、分类型、分案例、分知识点进行逐条叙述和讲解,使理论概要

和业务基础，既成为该专业人才培养要求中最基础的专业入门课，又成为新闻与传播人才技能训练、能力提高、素质拓展的基本知识。

简明性是教材编写的基本要求。我们强调它，是基于教学活动有效性的思考。随着社会的发展，科技的进步，人类文化传播中的前喻、中喻、后喻文化现象同时并存显得越来越明显。站在课堂上，面对四、五十个同学，老师再也不能以知识（信息）唯一占有者的面目出现了。所以，好的教材，必须给讲授活动中的教师，在透彻分析和生动表述方面打下基础，又为其浓墨重彩、增添新例或举一反三、展开讨论节余空间。简明性同样也是针对同学在教学活动中主动、自觉、积极的主体行为的。它必须给同学阅读、理解、消化、复习以及加深思考、开启想象、诱发创新留下余地。没有这些，教学活动中为人才提供学业规范，给天才创造发展空间的最佳目的，也就会成为一句空话。

最后，我们想再次强调，面对社会经济和科技文化的新发展，今天的“知识”，在内涵上较前已经发生了重要而深刻的变化。这种变化的特点即是它的综合性。与传统意义上的“知识”相比较，知识、能力、素质等要素业已成为一种知识的综合体，相互依存，密不可分，在知识经济时代发挥着重要的作用。而新闻传播专业培养的学生毕业后所从事的工作，大都具有社会前沿的性质。因此，作为该专业的知识传授者和接受者，对此，都应该有更加清楚的认识。