



圣才[®]考研网

www.100exam.com

【圣才考研】—考研考博专业课辅导中国第一品牌

国内外经典教材辅导系列·新闻类

童兵《理论新闻传播学导论》

（第2版）

笔记和课后习题（含考研真题）详解

主编：圣才考研网

www.100exam.com

赠 140元大礼包

100元网授班 + 20元真题模考 + 20元圣才学习卡

详情登录：圣才考研网首页的【购书大礼包专区】，刮开本书所贴防伪标的密码享受购书大礼包增值服务。

特别推荐：童兵《理论新闻传播学导论》名师讲堂[高清视频]

中国石化出版社

HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM

教·育·出·版·中·心

国内外经典教材辅导系列·新闻类

童兵《理论新闻传播学导论》(第2版)
笔记和课后习题(含考研真题)详解

主编：圣才考研网

www.100exam.com

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是21世纪新闻传播学系列教材《理论新闻传播学导论》(第2版,童兵著,中国人民大学出版社)的学习辅导书。本书遵循该教材第2版的章目编排,共分为11章(含绪论),每章由三部分组成:第一部分为复习笔记,总结每章的重难点内容;第二部分为课(章)后习题与考研真题,包括了该教材的所有课后习题,并精选了部分名校近年的考研真题;第三部分为课后习题与考研真题详解,对第二部分的所有课后习题与考研真题都进行了详细的分析与解答。

圣才考研网(www.100exam.com)提供童兵《理论新闻传播学导论》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、经典教材与考研真题解析【视频图书】(详细介绍参见本书书前彩页)。随书赠送大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。本书及童兵《理论新闻传播学导论》网授精讲班、经典教材与考研真题解析【视频图书】特别适用于参加全国研究生入学考试指定考研参考书目为童兵著的《理论新闻传播学导论》的考生,也可供各大院校学习新闻传播学的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

童兵《理论新闻传播学导论》(第2版)笔记和课后习题(含考研真题)详解/圣才考研网主编. —北京:中国石化出版社,2013.5
国内外经典教材辅导系列·新闻类
ISBN 978-7-5114-2121-0

I. ①童… II. ①圣… III. 新闻学-传播学-研究生-入学考试-自学参考资料 IV. ①G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第088080号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街58号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

http://www.sinopec-press.com

E-mail:press@sinopec.com

北京东运印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092毫米16开本11.25印张4彩页263千字

2013年5月第1版 2013年5月第1次印刷

定价:36.00元

序 言

国内外经典教材辅导系列是一套全面解析当前国内外各大院校权威教科书的辅导资料。我国各大院校一般都把国内外通用的权威教科书作为本科生和研究生学习专业课程的参考教材,这些教材甚至被很多考试(特别是硕士和博士研究生入学考试)和培训项目作为指定参考书。但这些国内外优秀教材的内容一般都有一定的广度和深度,课(章)后习题一般没有答案或者答案简单,这给许多读者学习专业教材带来了一定的困难。为了帮助读者更好地学习专业课,我们有针对性地编著了一套与国内外教材配套的复习资料,整理了各章的笔记和课(章)后习题,精选了部分名校近年的考研真题,并提供了详细的参考答案。

童兵著的《理论新闻传播学导论》是我国高校采用较多的新闻传播学优秀教材。作为该教材的学习辅导书,本书具有以下几个方面的特点:

1. 整理名校笔记,浓缩内容精华。本书每章的复习笔记均对该章的重难点进行了整理,并参考了国内名校名师讲授该教材的课堂笔记。因此,本书的内容几乎浓缩了该教材的所有知识精华。

2. 解析课后习题,提供详尽答案。本书参考大量新闻传播学相关资料对该教材的课(章)后习题进行了详细的分析和解答,并对相关重要知识点进行了延伸和归纳。

3. 精选考研真题,补充典型题。为了强化对重要知识点的理解,本书精选了部分名校近年的新闻传播学考研(博)真题和相关典型习题,这些学校均以该教材作为考研(博)参考教材。所选考研(博)真题基本涵盖了每章的考点和难点,特别注重理论联系实际,凸显当前热点。

与本书相配套,圣才考研网提供童兵《理论新闻传播学导论》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、经典教材与考研真题解析视频课程(图书)(详细介绍参见本书书前彩页)。

要深深牢记:考研不是一般考试,概念题(名词解释)要当作简答题来回答,简答题要当作论述题来解答,而论述题的答案要像是论文,多答不扣分。有的论述题的答案简直就是份优秀的论文(其实很多考研真题就是选自一篇专题论文,完全需要当作论文来回答)!

圣才考研网(www.100exam.com)是圣才学习网旗下的考研考博专业网站,提供全国所有院校各个专业的考研考博辅导班【保过班、一对一辅导、网授班、题库、光盘、视频课程(图书)等】、童兵《理论新闻传播学导论》等国内外经典教材名师讲堂、考研题库(免费下载,免费升级)、全套资料(历年真题及答案、笔记讲义等)、考研教辅图书等。购书享受大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。

考研辅导: www.100exam.com(圣才考研网)

新闻考试: www.100xuexi.com(圣才学习网)

圣才学习网编辑部

目 录

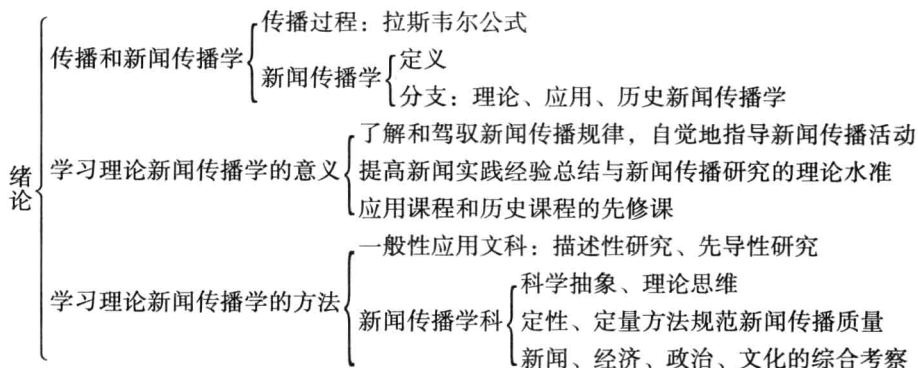
绪 论	(1)
0.1 复习笔记	(1)
0.2 课后习题与考研真题	(3)
0.3 课后习题与考研真题详解	(3)
第一章 新闻传播行为	(9)
1.1 复习笔记	(9)
1.2 课后习题与考研真题	(11)
1.3 课后习题与考研真题详解	(12)
第二章 新闻传播者	(18)
2.1 复习笔记	(18)
2.2 课后习题与考研真题	(24)
2.3 课后习题与考研真题详解	(25)
第三章 新闻传播内容	(38)
3.1 复习笔记	(38)
3.2 课后习题与考研真题	(43)
3.3 课后习题与考研真题详解	(44)
第四章 新闻传播过程	(54)
4.1 复习笔记	(54)
4.2 课后习题与考研真题	(58)
4.3 课后习题与考研真题详解	(58)
第五章 新闻传播要求	(63)
5.1 复习笔记	(63)
5.2 课后习题与考研真题	(70)
5.3 课后习题与考研真题详解	(72)
第六章 新闻传播媒介	(86)
6.1 复习笔记	(86)
6.2 课后习题与考研真题	(91)
6.3 课后习题与考研真题详解	(92)
第七章 新闻传播事业	(104)
7.1 复习笔记	(104)
7.2 课后习题与考研真题	(112)
7.3 课后习题与考研真题详解	(113)
第八章 新闻传播受众	(128)

8.1	复习笔记	(128)
8.2	课后习题与考研真题	(133)
8.3	课后习题与考研真题详解	(134)
第九章	新闻传播效果	(143)
9.1	复习笔记	(143)
9.2	课后习题与考研真题	(149)
9.3	课后习题与考研真题详解	(149)
第十章	新闻传播调控	(154)
10.1	复习笔记	(154)
10.2	课后习题与考研真题	(158)
10.3	课后习题与考研真题详解	(159)

绪论

0.1 复习笔记

【知识框架】



【重点难点归纳】

一、传播和新闻传播学

1. 拉斯韦尔公式

拉斯韦尔公式明确指出人类传播活动研究的五个最基本的方面，即控制研究、内容研究、媒介研究、受众研究和效果研究，如图0-1所示。

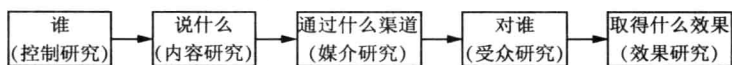


图0-1

2. 新闻传播学的定义

新闻传播学是研究人类新闻传播现象、新闻传播事业及其规律的一门科学。

3. 新闻传播学的分支

新闻传播学作为一门应用型社会科学，可分为理论、应用和历史三个分支，即理论新闻传播学、应用新闻传播学和历史新闻传播学。

二、学习理论新闻传播学的意义

(1) 学习理论新闻传播学，有助于了解和驾驭新闻传播规律，自觉地指导新闻传播活动，避免盲目操作。

理论新闻传播学作为一门研究新闻传播规律的科学，可指导人们驾驭新闻传播规律，并按这些规律能动地从事新闻传播活动，避免盲目操作。

(2) 学习理论新闻传播学，有助于提高新闻实践经验总结与新闻传播研究的理论水准。

深入地学习与掌握理论新闻传播学，通过学习和研究，了解和驾驭新闻传播的基本规律，是新闻传播从应用走向科学的必由之路。

(3) 理论新闻传播学是应用课程和历史课程的先修课。

对于在校攻读新闻学和传播学的学生，以及作为继续教育的一部分而再研读新闻学与传播学的新闻从业人员而言，理论新闻传播学是一门以基础性理论为特色的骨干课程，是应用课程和历史课程的先修课。

三、学习理论新闻传播学的方法

(1)作为一般性应用文科，应遵循的学习与研究方法如下：

①认真研读马克思主义新闻经典著作，运用马克思主义新闻观点，观察与分析错综复杂的传播现象与传播社会关系。

②实事求是地评估资产阶级新闻学者的研究成果和资产阶级报刊活动家的业务经验，重视和吸收其中反映新闻传播规律的学说与经验，为中国的新闻传播事业服务，为建设马克思主义新闻传播学所用。

③敢于和善于坚持理论联系实际的学习作风和学习方法，在新闻传播活动中和新闻传播学术讨论中学习和掌握新闻传播规律，学习理论新闻传播学。

理论新闻传播学的学术研究，可分为描述性研究和先导性研究两种。

a. 描述性研究侧重于对当前的传播政策保护下的现实传播现象进行概括与提炼，从中作出经验性的总结或理论性的描述。这种研究在于说明现存的合理性与优越性，对现存的一些不足，提出若干纠正的举措，但不求突破传播政策允许的框框。

b. 先导性研究是从社会大环境，社会经济、政治、文化互动进程中考察现存的走势、强势与弱势。这种研究往往很少顾忌当前传播政策的制约，而着眼于世界大传播与基本传播规律的考量。由于这种研究常常是超前的，所以会碰撞现行政策的禁区，尤其是同他人的思维定势发生冲突。

(2)作为以新闻传播现象、新闻传播事业及新闻传播规律为特定研究对象的理论新闻传播学，其特殊的研究方法如下：

①科学抽象和理论思维

对于理论新闻传播学研究而言，以概念为媒介，运用判断、推理手段对客观现实(包括各种新闻现象、新闻学论争、新闻作品)进行概括和抽象，揭示其本质属性和内在规律性为特征的理论思维，是新闻传播学研究经常应用的主要方法。

②运用定性和定量方法规范新闻传播质量

定性分析是判断测试各类事物性质属性的分析方法。新闻传播事业的性质，新闻事实的价值，传播者的倾向，新闻和意见的种种特征，都宜采用这种方法加以科学判断。定量分析不仅要测试对象本身数量的多少，而且要考察其在同类事物及全局中所占的比重。这种方法，对于新闻事业的变迁、布局，新闻体制的优劣及改革，新闻传播和新闻事业的功能等研究，较为适用和有效。

③新闻—经济—政治—文化的综合考察

新闻传播事业属于上层建筑，新闻是一种社会意识，须紧密联系经济与政治背景，展开对新闻传播学的研究。

④传播学使用的一些方法也可为新闻传播学所用。比如，研究传播内容，可用内容分析法、实验法、单向传播和双向传播的对比研究法；研究传播者，可用守门人个案研究法、来源可信度研究法；研究受众，可使用动机研究法、收视率调查法；研究媒介，可用媒介生态研究法、媒介通道研究法；研究传播效果，可借用媒体计划、媒介功能与反功能、议题设定等方法。

(3) 研究新闻传播学应注意的问题

①作为社会文化思潮之一的新闻传播观念和作为独立的社会观念形态之一的新闻传播学，有着相对独立性、及自身的本质属性和运行规律。

②新闻传播学，不同于其他意识形态的科学体系，应考虑其个性和特点。

③如果脱离经济与政治背景，孤立地从事新闻传播现象的研究，或摈弃社会分析的方法，纯粹用自然科学的方法去研究新闻传播学，会一事无成。

0.2 课后习题与考研真题

一、课后习题

1. 简述理论新闻传播学的研究内容及定义。
2. 简述学习理论新闻传播学的意义。
3. 学习理论新闻传播学的一般方法和特殊方法有哪些？

二、考研真题

1. 定量研究方法(概念题，中国传媒2007年研)
2. 内容分析法(content analysis)(概念题，中国传媒2005年研；武汉理工2007年研)
3. 五W模式(拉斯韦尔模式)(概念题，上海财大2010年研；中国传媒2005年研)
4. 传播学与新闻学的关系。(中山大学2009年研)
5. 有研究者发表过题为《新闻学需要转向大众传播学》的论文，认为“新闻学转向大众传播学不单是一个理论问题，更是一个实践的问题”。请你谈谈对这个问题的看法。(人大2004年研)

0.3 课后习题与考研真题详解

一、课后习题详解

1. 简述理论新闻传播学的研究内容及定义。

答：(1)理论新闻传播学的研究内容

理论新闻学以新闻传播活动和新闻传播业为研究对象，主要研究新闻传播现象的本质与特征，揭示新闻传播活动、新闻传播业的基本规律以及与整个社会系统的互动关系。理论新闻传播学主要围绕以下问题展开：

①围绕“新闻是什么”而构建的“新闻本体理论”，重点揭示和探求新闻传播现象的起源与发展，新闻本质，新闻价值，新闻传收的要素构成，新闻传收的基本结构，新闻传收的基本矛盾，新闻传播的基本原则与方法，新闻的收受和新闻传播的基本规律等问题。

②围绕“新闻业是什么”而建构的“新闻业理论”，主要以新闻业为对象重点揭示和探求新闻传播业产生与发展的条件及规律，新闻传播业的性质特征与功能作用等。

③围绕“新闻关系”是什么而建构的新闻关系论。新闻关系论，主要是把新闻活动置于社会环境之中，置于与社会其他系统的关系之中，考察分析新闻、新闻传播、新闻媒介(媒体)、新闻业与社会整体及其各个社会子系统之间的关系。

在阐释上述三大板块的诸多问题的过程中，贯穿其中的一根红线，是新闻精神论，主要由新闻自由论和新闻道德论构成。自由是新闻活动的手段，也是新闻活动的目标；道德是新闻活动的应然诉求，新闻活动应该追求的境界。自由与道德确立了新闻活动的总体方向。自有论、道德论构成新闻理论的内在灵魂，是新闻理论深层的价值理念。

(2) 理论新闻传播学的定义

新闻传播学是研究人类新闻传播现象、新闻传播事业及其规律的一门科学。这门应用性社会科学，可细分为理论、应用和历史三个分支，即理论新闻传播学、应用新闻传播学、历史新闻传播学。

2. 简述学习理论新闻传播学的意义。

答：理论新闻传播学作为一门研究新闻传播规律的科学，对社会实践的作用主要是指导人们驾驭新闻传播规律，按照这些规律能动地从事新闻传播活动。学习理论新闻传播学有以下几方面的意义：

(1) 以“学”事“术”，避免盲目操作

“学”是指对新闻传播规律的研究与探索；“术”是指新闻采编的技巧与方法。以“学”事“术”，是利用新闻传播理论指导新闻实践，总结经验教训，探求客观规律。建构新闻传播学并不是对任何新闻实践的轻视与抹杀，但有“学”之引导，“术”会更有用武之地，以“学”指导之“术”的运用，比无“学”之指导的盲目操作，效益与成果要好。经过正规新闻教育的学生，会自觉地按新闻传播规律指导业务运作。随着工作经验的积累，他们对这些规律的认识更加深刻，运用起来也更加娴熟。研究理论新闻传播学，可以更好地了解 and 驾驭新闻传播规律，自觉地指导新闻传播活动，避免盲目操作。

(2) 提高新闻实践经验总结与新闻传播研究的理论水准

理论新闻传播学是新闻传播从应用走向科学的必由之路，是从“怎样做”深入到“为什么这样做”的实践经验总结。新闻传播学的研究要在应用层面和理论层面有根本性的突破，唯一的途径是提升新闻传播研究的理论水准，充分强化这一研究的科学性。因此，必须全面、系统地加强对新闻传播学的基本理论与基本知识的学习，以求对新闻传播的基本规律有一个全面深刻的了解与把握。

(3) 对于在校攻读新闻学和传播学的学生，以及作为继续教育的一部分而再研读新闻学与传播学的新闻从业人员而言，理论新闻传播学是一门以基础性理论为特色的骨干课程，是应用课程和历史课程的先修课。这是学习理论新闻传播学的第三个目的。

3. 学习理论新闻传播学的一般方法和特殊方法有哪些？

答：参见本章复习笔记相关内容。

二、考研真题

1. 定量研究方法(概念题，中国传媒 2007 年研)

答：定量研究方法又称量化研究方法和实证研究方法，是在占有大量量化事实的基础上，描述、解释和预测研究对象，通过逻辑推论和相关分析，提出理论观点。传播学的定量方法源自于社会学、心理学等行为科学。常用的方法有实地调查法、内容分析法、实验法与个案研究法。所有这些方法都以数理统计为工具并利用日益发达的计算机，进行资料量化数据的精确统计，从对这些数据的分析中验证某些理论假设或提出某些观点。其操作程序是：①确立研究假设；②确定研究方法；③收集各种数据；④整理、分析数据；⑤得出研究结论，以验证最初的假设。

2. 内容分析法(content analysis)(概念题，中国传媒 2005 年研；武汉理工 2007 年研)

答：内容分析法(content analysis)是传播学定量研究方法之一，传播学先驱拉斯韦尔最早使用这一方法对宣传内容进行了研究。内容分析法是指一种对明示的传播内容进行客观、系统和定量描述的调查方法。内容分析具有以下三个特点：①客观性——必须要有明确的客

观规则，保证不同的分析者分析同一素材能够得出相同的结论；②系统性——讯息内容或类型的取舍选择要有首尾一贯的标准，防止分析者仅选择支持自己见解的材料；③普遍性——将讯息属性和传播者以及受传者的特征联系起来，其目的是为了获得具有科学价值和理论意义的结果，而不是纯粹的“描述性”信息。内容分析的基本过程是“确定课题→选定对象→实施调查→整理分析→提出结论”。

3. 五 W 模式(拉斯韦尔模式)(概念题，上海财大 2010 年研；中国传媒 2005 年研)

答：五 W 模式是指哈罗德·拉斯韦尔于 1948 年在其《传播在社会中的结构与功能》一文中提出的传播过程模式。这五个 W 分别是英语中五个疑问代词的第一个字母，即：Who(谁)、Says what(说了什么)、In which channel(通过什么渠道)、To whom(向谁说)、With what effect(有什么效果)。此模式被视为经典模式，人们称之为“拉斯韦尔模式”。五 W 模式奠定了传播学研究的范围和基本内容，对过程中的每个环节都可以进行独立的研究。但这一模式也存在着一定的问题：一方面它过高估计了传播的效果；另一方面它忽视了反馈要素。

4. 传播学与新闻学的关系。(中山大学 2009 年研)

答：在我国，新闻与传播教育是一体的，但在西方，传播学和新闻学是有所分离的，各自有不同的学科重点与研究对象。新闻学曾是传播学的前身与源头之一，而传播学一旦形成独立的学科以后，与新闻学形成相互交叉、相互渗透的关系。新闻学与传播学的基本分别主要表现在以下几个方面：

(1) 概念不同

新闻学，是研究新闻信息和新闻事业的特点和规律、新闻与社会生活的关系和作用的科学，它包括了理论新闻学、实用新闻学、历史新闻学以及边缘性新闻学等。传播学，是一门以“人类传播”或“社会传播”为研究对象的学科，而社会传播包括了大众传播、组织传播、人际传播等类型。

(2) 产生时间不同

传播学产生于美国，比较科学的说法应为在 20 世纪 40 年代形成独立的学科；而美国的新闻学早在 19 世纪末就已完善。

(3) 研究领域不同

新闻学对媒介的研究内容只集中在新闻部分。报纸中新闻研究的是报纸的四大块——新闻、评论、广告、副刊，它主要研究前两块。广告研究近几年才起步，副刊只略微涉及；至于电视，只研究其新闻部分，60% 以上的娱乐节目不属于新闻学的研究范畴，广播亦然。而大众传播学对六大媒介的全部内容都研究，领域要开阔得多。

(4) 研究侧重点不同

新闻学主要研究新闻媒介内部的规律，而传播学研究媒介与社会的互动关系，大众传播对社会的影响，即效果研究，这部分约占 70%。

(5) 研究方法不同

新闻学以逻辑推理为主，以某个理论为依据，推导出很多理论，属于直观式研究。至于大众传播学，对批判学派介绍很多，因为我国研究的思路、方法与之十分相似。而且它揭露了资本主义国家的很多问题、阴暗面。但不能因而误以为批判学派占有主导地位。西方大众传播学年研究的主流是实证学派，无论是数量还是影响，都远远超过批判学派。

(6) 学科背景不同

大众传播学的理论范式很多，涉及的学科广泛，如政治学、经济学、文化学等，流派繁

多，观点庞杂。换言之，哲学有多少流派，大众传播学就有多少流派。相对而言，新闻学的学科背景比较单一，这是不利于它发展的因素。

5. 有研究者发表过题为《新闻学需要转向大众传播学》的论文，认为“新闻学转向大众传播学不单是一个理论问题，更是一个实践的问题”。请你谈谈对这个问题的看法。（人大2004年研）

答：《新闻学需要转向大众传播学》是复旦新闻系的李良荣教授与博士年研究生李晓林发表在《新闻大学》上的一篇文章。文章指出，进入20世纪90年代以来，经济体制的转轨和大众传播媒介作为独特的经济力量迅速崛起，使新闻学研究面临了许多崭新问题。比如，广告成为媒介的主要财源。以报业为例，1983年全国报业广告为7千万元，至1997年，广告营业额已达96亿元。因此广告与受众的关系研究便成为新闻学面对的新课题。这样的新课题层出不穷。新闻学的发展与借鉴大众传播学的要求愈加紧迫，这两门学科的转化整合是新闻实践的呼唤，是一个总体的趋势。

新闻学和传播学两门学科有着不同的生长背景，不同的研究对象，不同的研究方法，不同的思维模式，不同的文化积累。但是随着经济体制改革推动了新闻媒介的改革，新闻学已有向传播学转化的趋势，所以我个人也同意李良荣教授的这个观点，具体看法如下：

(1) 新闻学与传播学学科的衔接

新闻学，是以人类社会客观存在新闻现象作为自己的研究对象的学科，重点探索新闻事业产生、发展的特殊规律和新闻工作的基本要求。从新闻学的内容看，它可分为理论、历史、业务三部分。大众传播学，是传播学的分支学科，以研究大众传播活动为支点，“着重研究大众传播工具与社会的关系，以及与社会政治、经济、文化、教育、意识形态、生活方式等的关系。”

具体表现在以下方面：

①新闻学始终以新闻为逻辑生长点，而大众传播学则把信息当作其天然的研究对象，为这两门不同背景、不同研究对象的学科的交融，打开了思路。新闻与信息是一对同质的、相互交叉的范畴，这种同胞式的研究内容成为新闻学和大众传播学整合的必要前提。

②新闻学是在媒介发展的过程中兴起的，从一开始，新闻学就把有关媒介尤其是报业的结构、功能性研究置于首要位置，这与大众传播学中的以大众传播媒介为主要研究对象可谓不谋而合。大众传播媒介的报纸、广播、电视、电影、杂志、书籍这6大块中，报纸、广播和电视这一半的内容与新闻学研究对象重叠。

③新闻学中的读者需要理论，与大众传播学中的受众理论有着天然的联系，只是作为媒介对象物的读者或受众，在这两门学科各自的研究框架内所处位置的不同，显示了两门学科的不同重心。新闻学侧重以媒介为本位的读者理论，而大众传播学则把受众理论置于整个学说的核心位置。

新闻学和大众传播学是在这种既有质的不同、又有现象联系的情况下发展各自的学说的，新闻学囊括大众传播学中的与它相关联的部分似在情理之中。即新闻学转向大众传播学已经有了相对成熟的学科背景。

(2) 新闻改革要求新闻学吸取传播学的理论养分

20世纪90年代的经济体制改革推动了新闻媒介的改革。新闻学研究对象的媒介呈现了前所未有的态势，表现在以下方面：

①媒介结构发生变化

过去以报业为主、辅以广播与电视的格局，被报纸、广播、电视齐头并进的局面代替。而且，报业、广播、电视的分化趋势明显。各种专营某一类信息的媒介迅速发展，譬如报业的证券报、体育报等；广播的各种专业台，诸如经济台、音乐台、交通台等；电视业的有线电视、教育电视等纷纷从原有媒介中分化而出，使得媒介品种急遽增长。

②媒介功能发生变化

媒介变化的世界和变化的受众需求，其功能从过去单一的宣传功能转变到提供信息、进行宣传、传播知识、提供娱乐等多元化的功能。媒介功能的变化，反映了媒介把视角转向了传播。

③媒介经营方式的变化

即媒介产业化的趋势越来越明显，媒介已从事业型转向产业型，从粗放型转向集约型，成为市场经济中重要的经济力量。报业的集约化印证了市场经济条件下的信息理论、受众理论、竞争理论的实际意义。

新闻学是研究新闻现象、探索新闻事业发展规律的学科，面对生机勃勃的新闻媒介改革，传统新闻学的改革也势在必行。目前，传统新闻学显得与时代步伐很不合拍，从新闻学术刊物、新闻学开设的课程等方面来看，传统新闻学表现出老、旧、窄、怪的特点。

理论的力量在于为实践开辟道路，新闻学要为新闻改革开辟道路，它自身就必须进行改革，如果仅运用传统的学科理论和研究方法，不足以应付媒介日新月异的发展，也不能为媒介发展引路。新闻学需要开辟新的研究领域，吸取大众传播学的养分，转化为自身的机能，才能担当此任。

(3)转化的途径

①新闻学需要吸收大众传播学的核心内容，受众理论。

把它作为学科框架内的重头戏，加以深入研究。受众的角色和地位研究在大众传播学中极受重视，是大众传播学研究的五项基本研究领域之一。受众观念的引进，对新闻学而言，有其强烈的针对性。

由于新闻学一向以宣传为本，它的读者理论是以媒介为本位，而非以受众为轴心，只强调自上而下的灌输，而没有把宣传和受众需要结合起来。这种学术框架随着社会的进步，已显露出诸多不便，不利于新情况下的媒介发展。实际上，受众理论给新闻学带来了一系列的变化，尤其是实践意义上的变化。具体表现在以下方面：

a. 受众理论与媒介内容、功能、经营运作等的变化互为因果。

受众对媒介而言即是市场，广告的价位及数量与受众的数量如影随形，谁拥有最多受众谁就拥有最大的市场份额，媒介就会在市场竞争中取胜。受众理论与媒介发展这种关系，在新闻实践中逐步深化，也为新闻学开辟了一片新的研究领域。

b. 受众理论，整合了新闻学中对报纸、广播、电视三大部分有关读者、听众和观众的分类研究。

在新闻学中，报纸的读者、广播的听众、电视的观众是稍有涉及的研究对象，主要是作为被媒介指导的对象而存在的。受众理论则使这种被动的角色成为主动参与媒介运作的积极角色，受众甚至成为媒介发展所依据的基础，这种角色换位带来的媒介变化是有目共睹的。

c. 受众调查，已成为新闻学研究中开展的一项常规业务，用来测试媒介的实际效应，进行具体分析。

②新闻学需要吸收大众传播学的效果理论。

传播效果，是大众传播活动的中心，传播学中的效果理论花样繁多。美国传播学派的效果研究，侧重于个人的、短期的、直接的效果。欧洲批判学派，则重视从宏观角度对传播者和传播制度的研究。效果研究中的说服力传播、“议程设置”假说、“使用与满足说”、大众传播的强效果理论等对新闻学有着直接的借鉴作用。在中国，新闻学有关效果理论的研究十分贫乏，然而又十分急需。效果理论至少在新闻学领域引发如下回应：

a. 理顺新闻学中有关宣传、舆论导向、受众兴趣等相互关联而又异质的概念关系，尤其在实证方法下，对这些概念做进一步的印证和澄清，便于新闻学的基础性研究的深入。

b. 效果理论对媒介的影响之大，在于其伴随效果理论而开展的媒介调查，理论被量化为看得见、摸得着的东西。

从阅读率、收视率、收听率中量化媒介在市场中的份额比例，从而调整媒介的内容、功能、运作等，便于媒介的发展。比如，媒介的社会效益和经济效益的任何评说，可从调查中看出，从而得到比较明确的认识。

c. 借鉴效果研究中常用的定量方法，作为新闻学认知外界事物的方式，从而扩大研究领域和展现新的研究风貌。方法的多元将为学术研究增添新的路径，使人们看到原本看不到的研究成果，解决存在和新生的诸多问题，开辟新的研究范围。

③新闻学需要吸收大众传播学中有关媒介经营理论。

大众传播学涉及到的经济内容主要包括两点：一是有关信息的理论；二是有关广告的理论。信息，是大众传播学中的基本概念，媒介发展正是有赖于信息的传播。广告，是大众传播业的支撑点，受众市场、发行市场、媒介的内部管理、媒介的内容选择等都是为吸引广告，以获得媒介生存条件。新闻学在吸收这些理论时，应符合中国的国情，社会主义的媒介发展应把握社会效益和经济效益之间的关系。

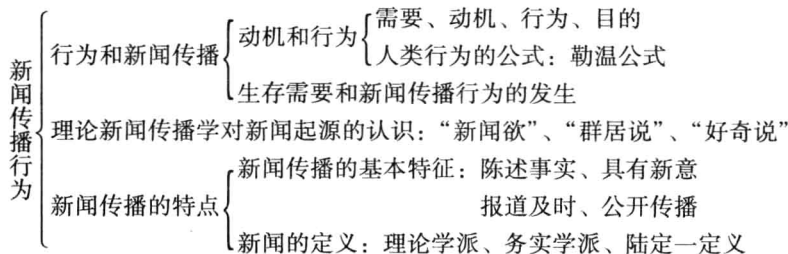
大众传播学生长于典型的西方市场经济之中，服务于西方的资本主义制度和他们的传播制度，大众传播学从一开始，是为了经济制度而建立、发展，并反过来对经济制度发生重要影响，它是的市场经济的产物。从计划经济体制中孕育生长的新闻学，有其独特的理念成分。它的基础性研究有其成熟的魅力，比如新闻五性构成新闻学的理论主干，如何在发扬传统与吸引外来文化方面保持科学的态度，是做好新闻学转向大众传播学的首要工作。大众传播学适应市场经济下的媒介运作，但也不是包医百病的灵丹妙药，对它的借鉴，应与做其他的文化课题一样，有一番去粗取精的改造制作，以适应中国的政治、经济体制要求。

总言之，随着中国社会主义经济体制的转轨，社会处于大幅度的转型期，媒介发展对新闻学提出了新的要求。大众传播学针对市场经济下的媒介发展，有它独特的引导方式和解题方式，因此，借鉴大众传播学的优秀成果是新闻学的当务之急。

第一章 新闻传播行为

1.1 复习笔记

【知识框架】



一、行为和新闻传播

1. 动机和行为

行为是人的特征之一，是受思想支配而显示的外在表现，由动机决定。一般情况，人的行为都是有目的，是在一定动机的支配下为达到一定目的的指向性活动。

(1)需要、动机、行为、目的，四者之间的密切关系，如图 1-1 所示：

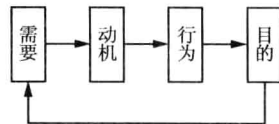


图 1-1

①需要，指生命体对某种目的的渴求或欲望。需要是行为得以产生的原动力。

②动机，指人为满足某种需要而采取行动的念头。它是激励和推动人去行动，即做某件事以达到的内在原因，也是活动的动因。形成动机必须同时具备内在条件(需要、欲望)和客观条件(诱因、刺激)。

③目的，即期望达到的成果和结果。

④动机性行为特点：

- a. 有动因，由动机激发而形成行为。
- b. 有目标，为了实现一定的目的。

(2)勒温公式

社会心理学家勒温(Lewin)提出了关于人类行为的公式：

$$B = f(P \cdot E)$$

公式中， B 表示行为(Behavior)， f 表示函数(function)， P 表示人(Person)， E 表示环境(Environment)。

公式指出，人类行为乃是人及其所处环境的函数。人的行为是个体与环境相互作用的结果，是个人因素与环境因素的“综合效应”。

2. 生存需要和新闻传播行为的发生

(1)新闻传播与新闻传播行为的定义

①新闻传播，是指人际间、群体内和社区内直接的或通过大众媒介进行的，对于新近发

生的事实的报道及意见的相互传受过程。

②新闻传播行为，是指出于某种需要而传递或收受新闻的活动。

(2) 生存需要和新闻传播行为的发生之间的关系

①生存需要的实现依赖于新闻传播行为

从新闻传播的角度考察人的不同层次的需要，无论是较低层次的生理需要，还是较高层次自我实现需要，都离不开交往活动、新闻的传递与收受活动。

②新闻传播行为起源于原始人的生存需要

大量的考古发现和史前资料说明，在人类的太初年代，人们本能或自觉地把“新近发生的事实”（如灾害、猛兽、外族入侵等）通报给本部落的其他人。正是生存和发展的需要，刺激了最初新闻传播行为的发生。

③历史唯物论的观点：新闻传播行为起源于人类社会化的生产劳动和生活活动的需求，这种活动直接产生于人类生存发展的共同需要。

(3) 马斯洛关于人的需要层次理论

社会心理学研究发现，人的需要是分层次的。美国心理学家马斯洛在《动机与人格》中提出，人的需求，由低到高，变现为以下五个层次：①生理需要；②安全需要；③社交需要；④心理需要；⑤自我实现的需要，这是需要层级中最高层次。

二、理论新闻传播学对新闻起源的认识

1. 关于“新闻欲”

(1) 任白涛在《综合新闻学》中指出，新闻及其承载物——报纸的产生，是由于人的社会需求。

(2) 日本新闻学者杉村广太郎在《新闻概论》中指出，“欲知道；欲使人知道；欲被人知道。”这种声浪是任何时代任何国家的一种共通的欲望。由这种愿望才产生新闻纸。

(3) 约斯特在《新闻学原理》中认为，人类天生对事物的好奇心和兴趣，是新闻欲的源泉。新闻和意见的出版，就成了新闻事业。它的发展，完全由于人类不可抑制的天性。它可以满足人类探求消息的无穷欲望，可以满足人类永远活跃着的无穷的好奇心，也可以满足人类追求兴趣的无穷需求。

(4) 刘元钊在《新闻学讲话》中认为，新闻之所以发生，实缘于“新闻欲”。所谓“新闻欲”者，乃由于“欲知道”，“欲使人知道”及“欲被人知道”三个心理作用而发生了“新闻欲”。如果没有“新闻欲”，人类就决不会进化，文化也决不会发达。

2. 关于“群居说”和“好奇说”

(1) “好奇说”认为，好奇的本能是形成报刊的最根本的心理条件。

(2) “群居说”认为，交往是基于群居本能的反映而产生的一种派生过程。所以群居本能和好奇本能有同样价值，它也是形成报刊的根本条件。

(3) 历史唯物主义认为，生存与发展是人类交流即新闻传播行为发生的本质动因。人类生存与发展的根本需求产生了群居，而群居则又必须相互沟通与交流；好奇心只是人们传播行为发生的间接原因，人们好奇心产生的动因，最根本的是对自己生存发展环境与条件的关注。

三、新闻传播的特点

1. 新闻是新近发生的事实的报道

(1) 陈述事实

新闻传播的基本要求，是传播者应该采取朴素的陈述事实的方法，不能加入外来的成分。

陈述事实，是新闻传播的最重要特征。忠实地陈述事实，确保新闻的真实，就是维护新闻的生命。新闻传播的真实性是非常微观、非常具体的，要求曾经是“发生过的”或“正在发生着的”客观的、现实的人、事、地、时，都必须绝对真实。新闻传播的真实性也是陈述事实的结果，确保新闻传播完全真实，应该是一切新闻传播媒介和传播者的共同追求。

(2) 具有新意

具有“新意”指新闻报道的都是新近发生的新鲜事实。新闻报道的一个本质特征，就是向受传者提供这种变动的新情况、新信息。这也使其与历史相区别开来。

新闻是对变化着的生活的记录，新闻的活力，来自生活的不断变动，来自生生不息的事物的永恒的运动。新闻报道是常报常新的，是一棵长青之树，长绿之藤。

(3) 报道及时

新闻传播抓事物变动的具有新意的“一瞬间”时空态的特点，被称之为“报道及时”，也即第一时间内报道，这是新闻的又一个重要特点。

在反对“唯速主义”的前提下，传播者应该有强烈的抢新闻的冲动，应该排除一切困难，千方百计地捕捉新闻，抢发新闻。抢新闻，是新闻传播的正道。

(4) 公开传播

新闻传播以其公开性为生命，新闻只有最大程度地让全社会闻知，为全社会自由收受，才能实现自身的价值。从新闻的本质看，只有公开发布、公开传播的新闻，才是真正的新闻。新闻是向全社会公开发布的新情况，是公开流通的“货物”。

2. 新闻的定义

(1) 理论学派说

①德国学者埃米尔·多维法特认为，新闻是把最新现实介绍给广泛公众。

②日本学者小野秀雄十分简洁地指出，新闻就是事实的报道。

(2) 务实学派说

①美国一位报纸总编说：凡是能让女人读了之后大叫“我的天呀”的就是新闻。

②《纽约太阳报》的一位新闻部主管认为：狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。

(3) 陆定一先生的新闻定义

新闻是新近发生的事实的报道。

1.2 课后习题与考研真题

一、课后习题

1. 试述人的需要、动机与行为发生的关系。
2. 简述马斯洛关于人的需要层次理论。
3. 简述新闻传播的起源。
4. 简述对人的“新闻欲”的认识。
5. “群居说”和“好奇说”辨析。
6. 简述新闻传播的特点。
7. 简述“陈述事实”和新闻传播的真实性。
8. 简述新闻的定义及认识新闻定义的意义。