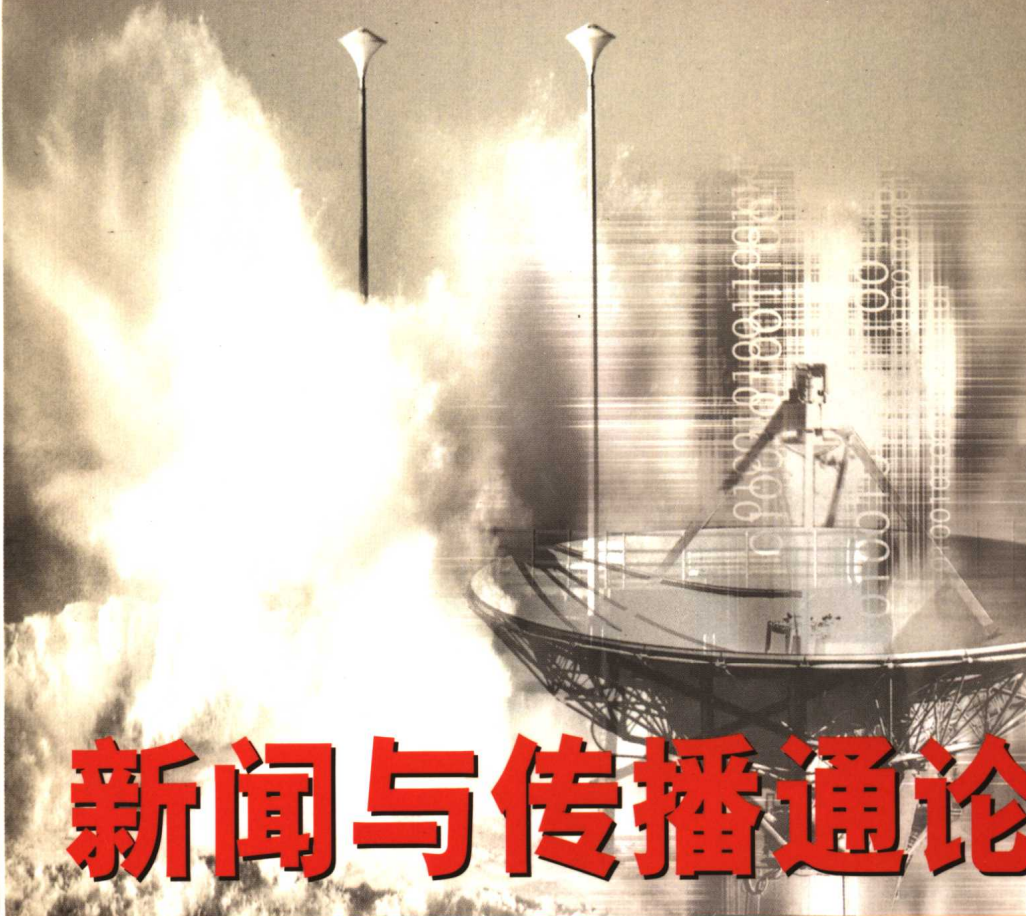


Journalism & Communication 新闻传播学通用教材
传媒素养教育推荐用书



新闻与传播通论

Xinwen Yu Chuanbo Tonglun

谢金文 著

復旦大學
出版社

• 新闻传播学通用教材 •

新闻与传播通论

谢金文 著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻与传播通论/谢金文著. —上海:复旦大学出版社, 2006. 5

ISBN 7-309-04988-8

I. 新… II. 谢… III. 新闻学:传播学-研究
IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 040926 号

新闻与传播通论

谢金文 著

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路 579 号 邮编 200433

86-21-65642857(门市零售)

86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)

fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

责任编辑 李 婷

总 编 辑 高若海

出 品 人 贺圣遂

印 刷 上海肖华印务有限公司

开 本 850 × 1168 1/32

印 张 11.375

字 数 275 千

版 次 2006 年 5 月第一版第一次印刷

印 数 1—4 100

书 号 ISBN 7-309-04988-8/G · 637

定 价 20.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

内容提要

本书全面介绍了新闻学与传播学的基本知识，系统阐述了新闻传播学的内容、特点和规律，架构起比较完整的学科框架，并突出传媒素养教育的重要意义和作用，指导大众如何更好地认识、利用和参与传媒，不断优化传媒环境。

本书削枝强干，论述简约，较适合于高校新闻传播公共课的教学及新闻传播院系的基础教学，对提高新闻工作者和爱好者的传媒素养也大有裨益。

作者简介

谢金文，男，1956年生，新闻学博士。1982年上海师范大学中文系本科毕业，1988年、1998年在复旦大学新闻学院分获硕士、博士学位。曾由国家公派到加拿大访问研究一年。现任教于上海交通大学传播系。

出版《新闻·传媒·传媒素养》、《市场经济与广播电视管理》（合著）等著作，发表《中国新闻传媒市场现状和趋势》、《我国新闻传媒产业化、集团化》、《新闻事业改革刍议》、《清醒面对第四传媒》等数十篇论文，负责完成上海市哲学社会科学课题《“入世”对上海新闻出版业的影响及对策》。

前 言

随着经济、社会和科技的发展,大众传媒日益增多,对社会和每个人的影响日益增大。与此同时,市场对传媒的影响日益明显,跨越国境的传播日益容易,传媒的内容日益庞杂。这些都要求传播工作者有更高的传媒素养,也要求其他人掌握一定的传媒知识,能比较科学地认识传媒现象,分辨传媒内容,利用传媒工具。

另一方面,传播工作者和其他公民的传媒素养,又关系到大众传媒的运行和发展环境,关系到政治文明与社会和谐。

现在许多大学设有新闻学、传播学、广播电视学、公共关系学、广告学等专业,还开了新闻与传播公共课。这些不仅对于培养这方面的专业人才,而且对于提高全民的传媒素养,都是很有利的,希望本书对此也有所贡献。

本书最大的特色是把新闻与传播结合起来考察。这种结合又不同于“新闻传播学”仅以“新闻的传播”为范畴。新闻是传播的重要内容,传播是新闻产生作用的方式。新闻活动要遵循、利用传播规律,新闻事业要遵循、利用传媒发展的规律,传播又可从新闻活动、新闻事业规律中得到许多启示。新闻学与传播学同根同种,都源于人类信息的传播。新闻学可从传播学中吸取许多营养,尤其是从传播学关于传媒、受众、效果的许多理论和定量研究方法中。传播学则可从新闻学中获得许多思想、依据,并通过新闻学得到应用。在我国的学科分类中,新闻学范畴内的新闻理论、新闻史、新闻业务,与新闻事业经营管理、广播与电视、传播学,均被列为二级学科,其上的一级学科名称即为“新闻与传播

学”。本书从一级学科的角度来展开,一则可统揽该学科全貌,二则可使两者相互阐释和印证,三则可避免重复新闻学与传播学重叠的部分。

本书还力求全、新、独、简:全面介绍新闻与传播知识,反映最新信息和观点,阐发独家研究成果,尽可能简约明了。

本书的简约除了避免重复,还表现在:

1. 削枝强干。有些内容可由分支学科的专门著作承担,本书至多简略探讨。例如关于新闻学的形成与发展,关于党的新闻媒介的工作原则,关于新闻工作者的修养,关于新闻媒介的经营管理,关于新闻学研究的方法和学派等等。这些内容在许多新闻学的概论性著作中,要占到四分之一或更多。又如关于传播学的起源及一些理论的产生过程,关于传播学在我国的发展过程,关于传播学的研究方法和学派等等。这些内容在许多传播学的概论性著作中,又要占到四分之一或更多。

2. 论述简约。例如关于新闻的定义,许多新闻学著作都是先列出前人的十几种、甚至几十种定义,然后提出和论证自己的定义。关于新闻价值、信息、传播等等的定义也是如此。本书就直截了当提出和论证作者认为的定义。在词语上本书也尽可能简约,让人一目了然,易懂易记。

但愿本书能对高校的传媒素养教育及传媒从业人员的知识更新提供一些帮助,衷心欢迎读者批评指正。

谢金文

2006年4月于上海

目 录

前言	1
第一章 新闻学与传播学	1
第一节 新闻学的内容和特点	1
一、新闻学的内容	1
二、学科特点	3
第二节 传播学的内容和特点	4
一、传播学的主要内容	4
二、研究领域和学科特点	9
第三节 新闻学与传播学的关系	10
一、两者的区别	10
二、两者的关联	13
第二章 传播的功能与作用	17
第一节 概说	17
第二节 基本功能、一般功能和派生功能	18
一、基本功能	19
二、一般功能	19
三、派生功能	23
第三节 具体功能和作用	24
一、政治功能和作用	24
二、经济功能和作用	28

三、文化功能和作用	29
四、大众社会的构建和运行	31
五、娱乐功能和作用	32
六、负面功能和作用	32
第三章 传播自由	34
第一节 传播自由的含义	34
第二节 传播自由的思想渊源	38
第三节 传播自由的现实需要和制约	50
一、现实需要	50
二、传播自由的制约	52
第四章 大众传播的社会责任	54
第一节 社会责任问题的提出	54
第二节 新闻自由委员会的观点	56
第三节 西方社会责任理论的实践	57
第四节 我国的传播自由和社会责任问题	59
一、目标、内涵和关系	60
二、观念、方式和条件	62
三、体制环境	64
四、发展与进步	65
第五章 传播调控与传媒素养	67
第一节 传播的社会调控	67
一、调控什么	67
二、怎样调控	68
第二节 传媒素养的含义	77
一、对大众传媒的认识	78

二、对大众传媒的利用	80
三、对大众传媒的参与	81
第三节 传媒素养的作用	83
一、使人深入了解传媒	83
二、使人更好地接受传播	83
三、使人更好地发送传播	84
四、优化传媒环境,提高传媒质量	84
第四节 传媒素养的提高	86
第六章 大众传播法	90
第一节 大众传播法的基本概念	90
第二节 外国的大众传播法	91
一、对表达自由的保护和限制	92
二、对知晓权、信息公开的保障和规范	93
三、关于诽谤的规定	95
四、关于公民隐私权的规定	102
第三节 我国的大众传播法	103
一、立法情况	103
二、知晓权问题	107
三、侵权问题	108
第四节 大众传播法的作用	109
一、保护、指引和限制	109
二、评价、教育和预测	110
第七章 传者	111
第一节 传者的种类和特征	111
一、传者的种类	111
二、职业传者的特征	113

第二节 传者的权利和义务	114
一、传者的权利	115
二、传者的义务	117
三、传者权利和义务的落实	118
第三节 传者的职业道德和职业精神	119
一、传者的职业道德	119
二、传者的职业精神	121
 第八章 信息和符号	123
第一节 信息	123
一、信息的种类和特点	123
二、信息饱和、爆炸和污染	125
第二节 符号	126
一、符号的特征和功能	126
二、符号的分类	127
 第九章 传播媒介	130
第一节 概说	130
第二节 传播媒介的产生和发展	133
一、古代传播媒介	133
二、近现代传播媒介	140
第三节 大众传媒的性质和特点	146
一、性质	146
二、特点	150
第四节 麦克卢汉的媒介理论	151
一、人类三个时代和“地球村”	151
二、“媒介即讯息”	153
三、“媒介是人的延伸”	154

四、冷媒介、热媒介	155
第十章 印刷媒体	158
第一节 书籍	159
一、现状	159
二、特点	160
第二节 报纸	163
一、数量	163
二、种类	167
三、发行和广告	169
四、报纸的特点	170
五、报社的组织结构	171
六、报社的工作程序	173
七、报纸的发展趋势	174
第三节 期刊	176
一、现状	176
二、特点	180
第十一章 电子媒体	183
第一节 广播	183
一、现状	184
二、优势	185
三、劣势	186
四、趋势	187
第二节 电视	187
一、现状	188
二、特点	189
三、分类	189

四、广播电视系统的结构	196
五、广播电视台的内部结构	197
六、广播电视台的工作程序	197
第十二章 新媒体	199
第一节 什么是新媒体	199
第二节 网络媒体的现状和特点	201
一、现状	201
二、特点	206
第三节 网络媒体的影响	209
一、对大众传播的影响	209
二、对社会的影响	211
三、对个人的影响	212
第十三章 受传者	215
第一节 受众的特点	215
一、身份特点	215
二、行为特点	217
第二节 传者与受众的关系	221
一、两者关系的表现	221
二、对两者关系的认识和处理	223
第三节 受众的权利和义务	226
一、受众的权利	226
二、受众的义务	229
第十四章 传播效果	230
第一节 对传播效果的认识和分类	230
一、认识的发展	230

二、效果的分	233
第二节 大众传播效果	235
一、对个人产生效果	235
二、影响传播效果	239
第三节 大众传媒的社会效益和经济效益	244
一、两个效益的内	244
二、两个效益的	246
三、两个效益的	247
四、社会效益的	249
第四节 传播效果的	250
一、对传出的	250
二、对接受的	251
 第十五章 新闻传播理论	 254
第一节 新闻和新闻价值	254
一、新闻	254
二、新闻价值	257
第二节 新闻的本源、要素和种类	260
一、新闻的本源和要素	260
二、新闻的种类	261
第三节 新闻传播的特点和要求	264
一、特点	264
二、要求	265
三、对新闻传播者和其他把关人的要求	271
第四节 新闻传播与宣传	272
一、新闻传播与宣传的区别	272
二、新闻宣传	274
三、“典型报道”	276

四、负面新闻、正面新闻、虚假新闻与宣传	277
第十六章 新闻传播实务	282
第一节 新闻报道的方法和体裁	282
一、方法	282
二、体裁	284
第二节 新闻报道的策划和选择	286
一、新闻策划	286
二、新闻报道策划	287
三、新闻报道的选择	288
第三节 新闻采、写、编、评、摄	289
一、新闻采访	289
二、新闻写作	291
三、新闻编辑	292
四、新闻评论	293
五、新闻摄影	294
六、新闻摄像	300
第十七章 新闻媒介	302
第一节 新闻媒介的特点	302
一、一般特点	302
二、当今中国新闻媒介的特点	303
第二节 新闻媒介的社会地位和作用	305
第三节 新闻媒介与社会信息系统	306
第四节 新闻媒介的舆论作用	308
一、舆论的特点	308
二、新闻媒介应反映、引导舆论	309
三、新闻媒介的舆论监督	310

第十八章 新闻事业	314
第一节 五种新闻事业	314
一、传媒的集权主义理论	314
二、传媒的自由至上主义理论	315
三、传媒的社会责任理论	315
四、传媒的社会主义理论	315
五、发展传播学的传媒理论	316
第二节 当今中国新闻事业的特点	317
一、事业单位、企业化管理	317
二、市场化运作	319
三、产业化发展	320
四、集团化整合	321
第三节 新闻事业的发展趋势	324
一、什么是全球化	325
二、全球化对新闻传媒的影响	326
三、全球化对中国新闻传媒的特殊影响	328
附录一：中外新闻与传播大事记	332
附录二：新闻与传播学推荐书目	345
后记	348

第一章

新闻学与传播学

1997年,国务院学位委员会颁布研究生专业目录,新闻学由过去的二级学科调升为一级学科,列为“新闻传播学”,下设新闻学和传播学两个二级学科。这标志着经过近20年的努力,我国新闻教育水平和新闻学学科建设水平总体上有重大提高,也预示着新闻学和传播学学科建设在下个世纪将有新的更大的发展。

(童兵教授主持:《高校“十五”新闻传播学学科研究规划及课题指南》)

本书建立在新闻学和传播学的基础之上,但又不是两者的简单叠加,而是使两者互相阐释和印证,并避免两者的重复。在此先梳理一下什么是新闻学、传播学以及两者的关系。

第一节 新闻学的内容和特点

一、新闻学的内容

新闻学就是关于新闻现象和新闻活动的学科,重点探索新闻