

考研专业课

新闻学

核心考点必备速记手册



全国硕士研究生入学考试命题研究组 编

权威专家倾力打造
直击考试命脉 破解命题规律
考研之路伴你扬帆远航

中国石化出版社
[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教·育·出·版·中·心

考研专业课

新闻学

核心考点必备速记手册



全国硕士研究生入学考试命题研究组 编

权威专家倾力打造

直击考试命脉 破解命题规律

考研之路伴你扬帆远航

中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教·育·出·版·中·心

图书在版编目 (CIP) 数据

考研专业课新闻学核心考点必备速记手册/全国硕士研究生入学考试命题研究组编. —北京: 中国石化出版社, 2014. 5

ISBN 978-7-5114-2828-8

I. ①考… II. ①全… III. ①新闻学-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(2014)第 095474 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

北京富泰印刷有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092 毫米 16 开本 18.5 印张 570 千字

2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

前言

Preface

在大众传播媒介日益发达的今天,通过报纸、广播、电视、网络等各种媒介来获取信息已经成为人们日常生活中不可或缺的一部分。与此同时,我国的传播事业发展迅速,各种媒介如雨后春笋,蓬勃而生,关于新闻传播的研究也取得了长足的进步。近几年,新闻学考研学生增长迅速,很多学生希望通过读取新闻传播学硕士的学位来提高自己的综合能力和业务素养,以便在将来的新闻实务工作中崭露头角、绽放光彩!

决定考研,不仅要有坚持不懈、持之以恒的决心,更需要一本好的辅导书作为帮手。一本知识点全面、编辑严谨、条理清晰的考研辅导书将会是莘莘学子们的得力帮手。编者根据多年对新闻考研关注的经验,总结了国内几十所知名高校的历年考研真题,最终整理成《考研专业课新闻学核心考点必备速记手册》和《考研专业课新闻学过关必练 500 题》,这两本书紧跟新闻传播考研的动向,又不脱离基础权威教材的核心知识,是考研学子的理想选择!

本书具有以下特点:1. 知识点精要而全面。本书紧扣大纲内容,在确保考生对知识点理解融汇贯通的基础上,力求让广大考生能够更好地掌握章节之间的逻辑关联和层次关系,帮助考生了解新闻学整体框架,方便记忆。2. 体现知识体系完整性,更贴合应试。本书的编写,以大纲为指导,确保了内容的稳定性和权威性。书中所列知识点均为考试重难点,并对一些常考考点或核心命题区域做了深刻分析和阐述,力求在保证科学性的基础上,更加体现实践性和实用性。3. 同时根据不同章节的内容,归类总结了相应习题以及历年真题,编写了“过关必练 500 题”一书。建议考生在复习过程中将“必备速记手册”与“过关必练”结合使用,加强对知识点的灵活运用,并对所学知识的薄弱环节进行强化巩固。

由于编者水平有限,本书难免有疏漏之处,欢迎读者批评指点。预祝各位学生考研成功!

编者

目录

Contents

第一部分 新闻理论

第一章 绪 论	1
第一节 新闻学(学科)	1
第二节 新闻学的研究方法	2
第三节 西方新闻理论概况	2
第四节 学习新闻理论的意义	3
第二章 新 闻	4
第一节 新闻的起源	4
第二节 新闻的本源	4
第三节 新闻的定义	4
第四节 新闻的要素	5
第五节 新闻的类别	5
第六节 新闻的基本特性	6
第三章 新闻与信息、宣传、舆论	7
第一节 新闻与信息	7
第二节 新闻与宣传	9
第三节 新闻与舆论	10
第四章 新闻传播的过程和要求	13
第一节 新闻传播的过程	13
第二节 新闻传播的要求	14
第五章 新闻事业	18
第一节 新闻事业的发展历程	18
第二节 新闻事业发展的基本规律	19
第三节 新闻事业的性质	20
第四节 新闻事业的社会功能	21
第五节 中国的社会主义新闻事业	22
第六章 新闻选择和新闻价值	24
第一节 新闻选择	24
第二节 新闻价值	25
第七章 新闻媒介	27
第一节 新闻媒介	27
第二节 新闻媒介的性质	28
第三节 新闻媒介的受众	29
第四节 新闻媒介的运行体制和管理模式	32

第五节	媒介批评	33
第八章	新闻自由	35
第一节	新闻自由及其发展历史	35
第二节	新闻自由和社会控制	37
第九章	大众传媒与社会(大众传媒与社会系统、政治、 经济、文化、国际关系)	40
第一节	大众传媒与社会系统	40
第二节	大众传媒与政治	42
第三节	大众传媒与经济	42
第四节	大众传媒与文化	44
第五节	大众传媒与国际关系	45
第十章	新闻工作者的专业理念、素养和职业道德	46
第一节	新闻专业理念	46
第二节	新闻工作者素养	46
第三节	职业道德	47
 第二部分 传播理论 		
第十一章	传播学的研究对象和基本问题	48
第一节	传播	48
第二节	传播与信息	49
第三节	传播学	49
第四节	传播学研究方法	51
第五节	精神交往理论与马克思主义传播观	53
第十二章	人类传播(历史发展、过程模式)	55
第一节	从动物传播到人类传播	55
第二节	人类传播的发展进程	55
第三节	信息社会与信息传播	57
第四节	人类传播的符号和意义	58
第五节	象征性社会互动	60
第六节	人类传播过程与系统结构	61
第十三章	传播主要类型(人内传播、人际传播、 群体传播与组织传播)	65
第一节	人内传播	65
第二节	人际传播	67
第三节	群体传播	68
第四节	集合行为	69
第五节	组织传播	70
第六节	大众传播	71
第十四章	传播媒介	74
第一节	作为工具和技术手段的传播媒介	74
第二节	作为社会组织的大众传媒	77
第十五章	大众传播的控制研究(传播制度与媒介规范理论)	81
第一节	传播制度与媒介控制	81

第二节	媒介规范理论	81
第十六章	大众传播的受众	84
第一节	大众与大众社会理论	84
第二节	几种主要的受众观	85
第三节	受众与信息	86
第四节	关于受众的理论	87
第五节	分众理论及研究	88
第六节	“使用与满足”——一种受众行为理论	89
第十七章	传播效果	92
第一节	传播效果研究的领域及课题	92
第二节	传播效果研究理论	93
第十八章	国际传播与全球传播	101
第一节	从国际传播到全球传播	101
第二节	关于世界信息传播秩序的论争	102
第三节	国际传播与全球传播中的若干重要课题	102
第十九章	传播学研究史及学派	104
第一节	传播学的起源、形成与发展	104
第二节	四大先驱与施拉姆	105
第三节	传播学主要学派	106

第三部分 中国新闻传播史

第二十章	古代部分	112
第一节	中国古代新闻传播活动溯源	112
第二节	唐朝的新闻传播与早期官报	112
第三节	宋代的邸报和小报	113
第四节	元代的新闻传播活动	114
第五节	明代的新闻传播事业	115
第六节	清朝早期和中期的新闻传播活动	116
第二十一章	近代部分(辛亥革命前)	118
第一节	早期传教士报刊	118
第二节	外文报刊	118
第三节	中文宗教报刊	120
第四节	中文商业报刊	120
第五节	外国人早期在华办报的分析与评价	122
第六节	国人早期办报	122
第七节	维新变法期间国人办报	124
第八节	辛亥革命前的新闻事业	127
第二十二章	近代部分(辛亥革命后)	132
第一节	民国初年政党报纸的繁荣	132
第二节	袁世凯及北洋军阀统治下的新闻事业	132
第二十三章	现代部分	135
第一节	“五四”时期的新闻事业	135
第二节	中共成立初期及大革命时期的新闻事业	138

第四部分 外国新闻传播史

第二十四章 总 论	163
第一节 古代新闻传播	163
第二节 手抄小报和新闻书	164
第三节 “三社四边协定”	165
第四节 廉价报刊	165
第五节 人类传播史上的四个里程碑	166
第六节 新闻通讯社的形成与发展	168
第七节 国际互联网传播	170
第二十五章 欧洲主要国家的新闻传播事业(英、法、德、意、俄)	172
第一节 英国的新闻传播事业	172
第二节 法国的新闻传播事业	177
第三节 德国的新闻传播事业	183
第四节 意大利的新闻事业	187
第五节 俄罗斯地区的新闻传播事业	188
第二十六章 美国和加拿大的新闻传播事业	193
第一节 美国的新闻事业	193
第二节 加拿大的新闻事业	203
第二十七章 亚洲和非洲主要国家的新闻传播事业	205
第一节 日本的新闻传播事业	205
第二节 印度的新闻传播事业	208
第三节 朝鲜半岛的新闻传播事业	208
第四节 东盟与西亚的新闻传播事业	209
第五节 埃及的新闻传播事业	210
第六节 南非的新闻传播事业	211
第二十八章 大洋洲、拉丁美洲的新闻传播事业与世界新闻 传播新秩序的建立	212
第一节 大洋洲的新闻传播事业	212
第二节 拉丁美洲的新闻传播事业	213
第三节 世界新闻传播秩序的建立	214

第五部分 新闻实务

第二十九章 新闻采访	216
第一节 新闻采访概述	216
第二节 新闻采访基本要求	218
第三节 敏锐感知与判别新闻	221
第四节 新闻采访的策划与准备	222
第五节 新闻采访的实施	226
第六节 采访的挖掘与过渡	228
第七节 采访的种类	230
第三十章 新闻写作	234
第一节 新闻写作概述	234

第二节	消息写作	235
第三节	通讯写作	240
第四节	新闻特写	243
第五节	深度报道	245
第六节	其他新闻文体写作	246
第三十一章	新闻编辑	249
第一节	新闻编辑概述	249
第二节	报纸设计	250
第三节	新闻报道策划	251
第四节	新闻稿的选择	253
第五节	新闻稿的修改	255
第六节	新闻标题	259
第七节	版面编辑	262
第八节	专刊和副刊编辑	264
第九节	网络新闻的编辑	266
第三十二章	新闻评论	269
第一节	新闻评论概述	269
第二节	新闻评论的选题与立论	271
第三节	新闻评论的标题与结构	274
第四节	新闻评论的说理	275
第五节	新闻评论的基本体裁	277
第六节	新闻评论的边缘体裁	280
第七节	广播评论	282
第八节	电视评论	284
第九节	网络言论	285

第一部分

新闻理论

第一章 绪 论

第一节 新闻学(学科)

一、定义

任何一门学科都以客观世界(包括人类社会和自然界)的某一特定现象作为自己的研究对象。新闻学是以人类社会客观存在的新闻现象作为自己的研究对象,研究的重点是新闻事业和人类社会的关系,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。

新闻学的中心议题是:客观社会的诸条件对人类新闻活动的决定、支配作用以及新闻活动对社会的反作用。

二、内容(新闻学研究的对象)

新闻学的内容大致可以分为理论、历史、应用三部分,这三个部分是一个不可分割的整体。

(1)新闻理论。总结、阐明人类新闻活动,主要是新闻事业的基本规律。它从新闻实践中抽象出来,又指导新闻实践。

(2)新闻史。评述和研究有史以来人类新闻活动的历史,重点是新闻事业产生、发展的历史。它既提供理论科学的历史教材,又供当前的新闻工作者借鉴。

(3)新闻业务。总结、研究各种业务知识和新闻工作的技能、技巧,包括新闻采访、新闻写作、新闻编辑、新闻摄影、报刊发行等。

(4)媒介管理与经营。研究国家的新闻法规、新闻政策以及国家对媒体的宏观调控;总结、研究媒介内部的管理机制,研究媒介的受众市场以及媒介的经营方针、策略等。

新闻业务和媒介管理与经营属于新闻学应用部分。

三、历史

1. 概况

(1)最初的新闻学称为“报学”。早期新闻学研究的主要内容是报纸的采写和编排方法与技巧。

(2)19世纪末、20世纪初,新闻学在西方逐步发展成为一门独立的新学科。一批现代新闻教育院校出现,一些新闻学研究所成立,同时还诞生了一批源于新闻实践、以理论研究为重要内容的新闻学著作。

(3)20世纪40年代至今,新闻学在西方(以美国为代表)的发展十分丰富而庞杂。开始注重综合性的宏观研究,并提出了一系列与新闻传播实践密切相关的新闻理论,主要有:新新闻主义、调查新闻学、精确新闻学、倡导新闻学、多视角新闻学、发展新闻学、公共新闻学(公民新闻学)等。此外,传播学对新闻学的发展产生了相当大的影响,使其在总结反思中前行,在变化的媒介环境中构建新的理论。

目前,伴随着互联网的发展,网络新闻传播中的诸多理论问题已成为新闻学关注的新焦点。

2. 中国新闻学的形成与发展

(1)发端:①洪仁的《资政新篇》,论述报纸“通上下、昭法律、别善恶”等作用;②王韬的《循环日报》、论文《论日报渐行于中土》等,主张报纸议论时政、沟通上下,倡导言论自由;③维新变法的领导者康有为、梁启超是19世纪中国新闻思想的集大成者,康有为明确提出政党报刊思想,梁启超则认为报刊是国君和臣民的耳目喉舌;④以孙中山为代表的资产阶级革命派,把鼓吹民族民主革命看作是报纸的首要任务,他们极力强调报刊在政治斗争中的巨大作用,认为报纸不仅要反映舆论,还要影响舆论和制造舆论。

(2)我国的新闻学在20世纪20年代初步形成。徐宝璜的《新闻学大纲》(1922年出版)、邵飘萍的《实际应用新闻学》(1923年出版)和戈公振的《中国报学史》(1929年出版),这三本著作构筑了我国新闻学的基础框架。

(3)勃兴:20世纪20年代至40年代,中国新闻学流派纷呈,学术繁荣。美英新闻思潮影响巨大;马克思主义新闻学形成;共产党的党报理论体系基本建立。

(4)建国后的发展:①改革开放前,计划经济下的党报理论一统天下,新闻学以政党学说为核心而非以新闻事业内在规律为核心。②改革开放后,新闻学研究进入一个突飞猛进的新时代,经历了拨乱反正、实质性研究、学术研究全面繁荣三个阶段。

第二节 新闻学的研究方法

学习和研究新闻理论应掌握以下方法:

- (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分析复杂的新闻现象。
- (2)实事求是地评估资产阶级新闻学者的研究成果,重视和吸收其中反映新闻普遍规律的观点和认识。
- (3)敢于和善于坚持理论联系实际。
- (4)以概念为工具,运用判断、推理手段对新闻现象和新闻活动等感性材料进行概括和总结。
- (5)把研究对象(即新闻现象和新闻活动)放在社会经济、政治和文化的大环境中进行考察。

第三节 西方新闻理论概况

一、自由主义报刊理论

(1)自由主义报刊理论起源于欧洲,至今却盛行于北美尤其是美国。自由主义报刊理论是为了确立、维护和发展新闻自由所作的理论探索。力图以理论的形式来阐述、论证新闻自由的合理性、必然性;探讨新闻自由和政府、社会、个人的关系是该理论的主要内涵,并由此确立其基本原则。

(2)主要观点:

①报刊独立自主,不受政府的干涉。报刊和政府的关系是自由主义报刊理论中的关键性问题。主张报刊独立自主,只对法律和社会负责,政府的唯一职责是保护新闻自由。

②报刊拥有对政府的监督权。人民有权监督政府,最主要、最常见的中介就是报刊,即报刊是行政、立法、司法以外的国家第四势力或第四种权力。

③“意见自由市场”和“自我修正”理论。其要义是让人民群众、让各党各派都利用报刊充分地、自由地表达各自的意见。而充分地表达意见的前提是给予人民有关各项事务的充分信息。

④对事实的信念。从个体主义至上的价值观出发,自由主义报刊理论强调,新闻报道的最终目的不是向公众灌输某种标准的观点,而是客观地反映现实,让人们对外部世界形成独立的见解。

(3)自由主义报刊理论崇尚并提倡客观性报道,但主导西方报刊的却是利润至上、金钱至上的思想。该理论面临的危机是,所揭示的是资本主义社会中资本的私人占有和生产社会性的矛盾,在新闻

事业中表现为报刊的拥有者与读者利益、社会利益不可调和的矛盾。

二、社会责任理论

社会责任理论是现代资本主义世界最为流行的新闻传播理论。它来源于自由主义报刊理论,但又发展了自由主义理论,故有人称其为新自由主义理论。它强调自由须以责任为前提,新闻媒介在享有自由权利时,要克尽对社会、公众的义务和责任。政府不仅要允许自由,而且还要促进自由。这个观点,实际是现代资本主义国家新闻传播的理论基础。

社会责任理论强调大众传播媒介对社会和公众应该承担一定的责任和义务,是对自由主义理论的一种修正、改良。背景:媒介集中和垄断的加剧使其越来越被少数人所控制,大多数人越来越失去表达自己意见的手段和机会,社会矛盾激化;私有媒介的传播内容在赢利动机的驱使下,越来越浅薄化、煽情化、刺激化,从而引起社会道德和文化的堕落。

现代社会责任理论的几个原则:①大众传播具有很强的公共性,因而媒介机构必须对社会和公众承担和履行一定的责任和义务。②媒介新闻报道和信息传播应该符合真实性、正确性、客观性、公正性等专业标准。③媒介必须在现存法律和制度的范围内进行自我约束,不能煽动社会犯罪,不能传播宗教或种族歧视的内容。④受众有权要求媒介从事高品位的传播活动,这种干预是正常的。

三、发展新闻学(或称发展传播学)

这一理论是一个非常复杂的混合体,由西方一批学者和发展中国家一批学者共同探讨而得出。不同学者对发展新闻学的表述各不相同。

发展新闻学主要在广大的发展中国家盛行,由于发展中国家政治、经济以及文化传统上的巨大差异,发展新闻学在表述和应用方面表现出很大的差异,但其核心内容是基本一致的。发展新闻学的核心内容是:国家的发展尤其经济发展是一切发展中国家的首要任务,新闻媒介必须服从、服务、促进国家发展尤其是经济发展。从这样的核心内容出发,发展中国家的新闻媒介都程度不一地和政府保持一致,宣传政府的施政纲领,都十分注重新闻媒介的守望、整合、教育功能。所谓守望,就是传播国内外重大信息,改变闭目塞听的落后观念,尤其是把公众的注意力集中到重要的国家发展项目,使传统社会的人民把眼光放在现在以及将来的生活形态,所谓整合,就是缓和社会矛盾,妥善处理国家内部不同民族、不同地区的利益冲突,保持社会稳定,为经济发展创造良好的社会环境;所谓教育,强调教育大众遵纪守法,竭力促进现代化,推广新的技术。

四、党报理论

该理论最早起源于前苏联,后来在各社会主义国家以及部分发展中国家流行。

党报理论的核心是:新闻媒介是党和政府的喉舌即宣传工具,必须无条件地宣传党和政府的方针、政策、法规条令。

第四节 学习新闻理论的意义

- (1)指导新闻工作者自觉地从事创造性的工作。
- (2)指导新闻事业不断地进行正确的改革。
- (3)指导我们以科学的态度对待国外新闻工作的理论和实践经验。
- (4)指导我们正确地吸收其他学科的成果。

第二章 新闻

第一节 新闻的起源

新闻起源于人类的信息交流和社会交往。

(1)在相互依存的状态下,信息交流和社会交往的需要导致了人类最初的信息传播活动的产生,“新闻”这种特殊的社会现象的产生。

(2)新闻是人类在共同劳动过程中,为了协同动作,趋利避害而进行信息交流和社会交往的产物。关于新闻起源有“好奇说”“群居说”“新闻欲”等流行说法。

第二节 新闻的本源

一、定义

陆定一在《我们对于新闻学的基本观点》中指出:“唯物论者认为,新闻的本源乃是物质的东西,乃是事实,就是人类在与自然斗争中和在社会斗争中所发生的事实。因此,新闻的定义,就是新近发生的事实的报道。新闻的本源是事实,新闻是事实的报道,事实是第一性的,新闻是第二性的,事实在前,新闻(报道)在后。”

唯心论者在新闻的本源上,或是颠倒事实与新闻的源流关系,或是把新闻看作是某种“性质”本身。

二、在新闻工作实践中如何坚持唯物主义的新闻本源观

(1)坚持事实是第一性的,事实对新闻具有决定性的作用,人类在生产活动和社会生活中所发生的种种事实是一切报道的源泉和基础。它要求新闻工作者要深入实际,深入基层,大量搜集第一手材料。

(2)承认客观事实是不依赖于人的主观意志而独立存在的。它要求新闻工作者尊重客观事实,事实是怎样的,新闻报道就该怎样,对客观事实采取老老实实的态度。

(3)与事实相比,新闻是派生的、被决定的,是第二性的。新闻反映的是已经发生的事实,事实在前,新闻在后;先有事实,后有新闻。它要求新闻工作者按照事实本来面目去报道,去解释;新闻报道只能根据事实描写事实。

(4)新闻所含有的各种性质,如政治性、趣味性等,也同样是被事实所决定。事实具有某种性质,如实报道这一事实的新闻才能具有这种性质。

第三节 新闻的定义

新闻有广义和狭义之分。狭义的“新闻”是指新闻消息;我们所讲的“新闻”是指广义的“新闻”,即大众传播媒介公开向社会传播的新闻。在新闻学研究中,新闻工作者和新闻学者提出了数以百计的新闻的定义,其中有代表性的两种并行不悖的新闻的定义为:

新闻定义1:新闻是新近发生事实的报道。

新闻定义2:新闻是新近事实变动的信息。

这两个定义的共同点是:它们都概括或反映了新闻的“真”和“新”这两个基本特点。它们的区别

在于,忽略中间的限制性定语,变成新闻是(一种)报道(新闻定义1);新闻是(一种)信息(新闻定义2)。

新闻是报道,表达出新闻的形式。新闻是信息,表达出新闻的实质。

这两个定义,对于新闻互为表里,在不同的场合各有不同的内涵和功能。

第四节 新闻的要素

一、定义

新闻要素是指构成新闻的必需材料。新闻要有五要素才能构成一条完整的新闻。

二、基本要素

一般认为,新闻的基本要素是通常所说的5个“W”和1个“H”,即WHEN(何时)、WHERE(何地)、WHO(何人)、WHAT(何事)、WHY(何因)和HOW(如何)。这5个“W”和1个“H”是把事实弄清楚的最起码的条件,是走向精确的初步阶梯。

三、明确新闻五要素,对新闻工作有三大作用

(1)有助于记者在采访新闻时迅速地弄清每一个事实的要点。从这个意义上说,新闻五要素是弄清每一个事实的阶梯。在采访过程中,被采访对象不可能有条不紊地把“五W”都讲清或者在叙事过程中可能讲错,记者有必要从五个方面一一核对清楚,以保证新闻来源不失实。

弄清每一个事实的“五W”,是弄清每一个事实的基本前提。

(2)有助于记者迅速地抓住新闻的重点,尤其在新闻导语写作中,能做到全面、简洁。最早的新闻导语就是把“五W”都浓缩在一个段落里,称为“小结论式的导语”。

(3)有助于明了新闻体裁的要义。不同体裁对五要素有不同侧重点。消息,尤其动态消息侧重发生了什么(WHAT),通讯的侧重点是经过或过程(HOW),深度报道的侧重点在于揭示原因(WHY)。

第五节 新闻的类别

研究新闻分类,是为了了解不同类型新闻的特点。新闻有多种分类方法,最常见的有以下4种。

一、以新闻内容来分类

在中国,可以分为政法新闻、经济新闻(有些称工交新闻、财经新闻)、文教卫生新闻(包括文艺)、体育新闻、社会新闻。综合性日报往往以此把报社分为政法部、经济部、教卫部、体育部等等。报纸内版面有些也以此划分。

新闻对采访、写作、记者的知识结构有特殊的要求,有些新闻院系开设“专题报道”课程来研究它们。

二、以新闻发生地来分类

一般的地方报纸、电台、电视台,把新闻分为3大块:国际新闻、全国新闻、地方新闻。报纸往往按版面来划分。比如上海的《解放日报》,每天出16个版,新闻有6个版,除去第1版为要闻版外,其余5个版中,国际新闻2版、全国新闻1版、本地新闻2版。

国际新闻、全国新闻、地方新闻的版面配置,反映出一家新闻媒体的编辑方针,也折射出该媒体的新闻观念。

三、以新闻的时间性来分类

把新闻划分为两大类:突发性新闻和延缓性新闻。突发性新闻是对出乎人们预料,突然爆发的事件的报道;延缓性新闻是对逐步发生变化的事情的报道。

四、以新闻和读者的关系来分——硬新闻和软新闻

1. 硬新闻

硬新闻,即关系到国计民生以及人们切身利益的新闻。硬新闻包括党和国家重大方针、政策的制

定和改变,政局变化,市场行情,股市涨落,银根松紧,流行疾病,天气变化,重大灾难事故等。这类新闻为人们的政治、经济、工作、日常生活的决策提供依据。

硬新闻主要有两个要求:

(1)硬新闻有极严格的时间要求,报道必须迅速,越快越好。在有些场合,可以说失之分秒,差之千里,需要不惜工本,采用一切先进技术。

(2)硬新闻的另一个要求是报道尽可能准确,信息尽可能量化。

2. 软新闻

即富有人情味、纯知识、纯趣味的新闻。它和人们的切身利益并无直接关系,向受众提供娱乐,使其开阔眼界、增长见识、陶冶情操,或作为人们茶余饭后的谈资。

软新闻的发生往往没有明确的时间界限,多数属于延缓性新闻;软新闻的公开发表也没有时间的紧迫性,它耐“压”,早一天迟一天往往无碍大局。

然而,软新闻很讲究写作技巧,需用生动活泼的文笔来写,写出情趣来,即人们常说的“散文笔法”。

第六节 新闻的基本特性

新闻的真实性是新闻理论与实践的基石,真实是新闻的生命,是社会主义新闻工作不可动摇的基本原则,是新闻工作的首要问题。先有事实后有新闻,事实是新闻的基础,一切新闻都必须真实,这是新闻存在的基本条件,也是新闻报道的优势和力量所在。

新闻真实包含了双重含义,即新闻的具体真实和总体真实。新闻的具体真实是指新闻报道对具体的客观事实所做的真实的反映。新闻的总体真实则是指在具体事实的基础上,新闻报道真实地反映客观事物的运动变化过程和客观事物的普遍联系,揭示客观事物相互联系和发展中存在的内部规律。具体真实是基础,它对总体真实起制约作用,总体真实是在具体真实的基础上的升华,它对具体真实起指导作用。

要在新闻报道实践中做到“双重真实”,就必须忠实地按照事实的本来面貌描写事实。从事实的联系、事实的总和中把握事实,全面地反映事实,揭示事物的本质和规律。避免由于以偏概全、顾此失彼、浅尝辄止等原因造成的新闻失实。

新鲜性。是新闻存在的内在因素,是新闻的又一个本质特征和基本特性。

一、真实、新鲜——基本特点

真实和新鲜是新闻与生俱来的、区别于其他学科的最为明显、最为独特的标识,是新闻最为基本、最为核心的规律。由此延伸出对新闻报道迅速及时的要求。

二、时效性

即事实发生与新闻报道这一事实之间的时间差距。新闻不仅内容要新鲜,即事实有新意,而且报道要讲究时效,尽量缩短事实发生与报道的时间差。

三、公开性

公开性,即新闻为社会公众所分享。新闻的根本目的在于向社会公众广泛地传播新闻性消息。新闻的一个主要属性就是最大限度的公开。

第三章 新闻与信息、宣传、舆论

第一节 新闻与信息

一、信息

1. 定义

国内外的学者对信息下过 50 多种定义。根据其所指范围不同,可以分成广义信息、一般信息、狭义信息 3 大类。

广义信息是指所有对象在相互联系作用过程中呈现出来的各自的属性。信息与物质、能量构成客观世界,没有物质的世界是虚无的世界,没有能量的世界是死亡的世界,没有信息的世界是混乱的世界。信息具有和物质、能量等量齐观的地位。

一般信息是指与人类的认识过程和传播活动相关的知识积累。这个概念摒除了人类社会以外的无机物、有机物的反应和感应现象,只强调对象与人的作用与联系。比如,各种图书资料、金文石刻等。

狭义信息是指能够消除受信者随机不确定性的东西。

2. 信息传播过程

1955 年,美国传播学者香农和韦弗在《传播的哲学原理》一书中提出了信息传播过程图,如图 3-1 所示:

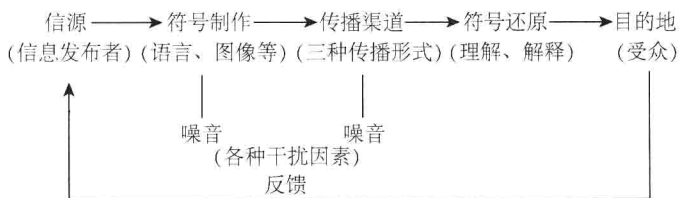


图 3-1 信息传播流程图

(1) 噪音是对信息流通的干扰,降低信息明确性,甚至造成信息混乱。噪音在信息流通的各个环节都会出现。

(2) 语言、图像是符号制作环节最常用的符号。作者能否准确地把他们获得的、理解的信息用语言、图像表达出来,这始终是个问题。

(3) 受者能否准确、完整地接收传者的信息,影响最大的在“符号还原”这一环节。传者和受者之间必须要有一定程度相同的认知结构,比如,语言相同、知识结构基本相同等。

二、信息的特点

新的情况、新的知识、新的内容,这是信息最基本的特点。除此之外,从与新闻报道相结合的认识角度出发,信息还具备以下特点:

1. 共享性或使用不灭性

这是信息和物质的显著区别。正是由于信息的共享性,才使信息得以传播。

2. 扩缩性

信息在传播过程中可以压缩也可以扩展。

3. 组合性

两个及两个以上的信息的有机组合,可以产生出新的信息。

4. 信息运用的多角度性

这是信息和物质的又一显著区别。物质的使用属性在生产过程中已经确定下来,但人们对信息

的认识却往往“仁者见仁,智者见智”,因而也会从不同的角度运用信息。

5. 相对性

信息的相对性是和人们对外界信息的选择性注意密切相关的。对纷繁复杂的大千世界的种种变化,人们通常只能注意到一部分信息,所注意到的信息又和接受者的内在需求相关。

三、信息与新闻的关系

(1)相同之处:①信息和新闻都是对客观事物的反映和表述;②信息和新闻都是接受者预先未知的事;③信息和新闻都讲求新鲜、真实和准确;④信息和新闻都是可传递的。

(2)不同之处:①信息的包涵量比新闻大;②信息的时效性要求不及新闻强;③信息的传播形式比新闻多;④信息提供的服务效果更直接。

四、信息量

没有信息量就不存在信息。扩大信息量是近年来许多新闻媒体努力的方向。

1. 计算信息量的方法

(1)按版面上的新闻稿件条数——条数越多,信息量越大。许多新闻媒介强调发短新闻。

(2)按新闻所提供事实的单元——同样的篇幅内,新闻提供的事实单元越多,信息量越大。

两种统计方法对扩大新闻媒介的信息量都有积极意义,但光从数量上看不能解决扩大信息量的根本问题。扩大信息量的关键在于提高新闻的“质”,即“提供什么样的事实”。

2. 决定新闻信息量大小的主要因素

(1)事物变动的影响力。信息量大小和事物变动对社会、对人们切身利益的影响程度成正比。

(2)事物变动的规模和空间。信息量大小和事物变动的规模、空间大小成正比。

(3)事物变动的速度。信息量的大小和事物变动的速度成正比。

(4)事物变动的可能性概率。信息量和此概率成反比,即事物按常规、常理、常态发展,按人们预料的方向发展,信息量比较小;反之,信息量大。

五、信息对新闻工作的要求

1. 观念上

针对信息的概念和特性,新闻工作者首先在观念上必须明确。

(1)提供信息是新闻媒介的首要功能。现在,中国新闻界已达成一个基本共识:虽然不同的新闻媒介在功能定位上有侧重不同,但从整体上看,新闻媒介以向社会提供广泛而及时的信息作为其生存前提,或者说,社会需要新闻媒介,首先就因为它们能满足人们获取信息的需求。一切宣传都必须建立在提供信息的基础上。因为信息是人们任何行为的先决条件。

(2)新闻必须致力于消除读者的不确定性。回答人们所关心、所渴望了解的情况,每一条新闻至少不应该使读者产生新的疑惑。

如果新闻不能提供足够的事实来消除读者的不确定性,而是首先考虑如何教育读者,向读者灌输某一种思想,那么,不但新闻失败,宣传也失败。

2. 业务上

信息对新闻业务提出了一系列的新要求——变一次性的终端报道为分阶段的连续报道;加强深度报道;加强新闻组合的综合评述;加强全方位报道。

六、信息与客观性报道

除了观念、意识之外,针对信息的特点,当代新闻工作在业务上也体现出新的要求和特色。

1. 变一次性的终端报道为分阶段的连续报道

信息强烈的时间效应要求我们,变一次性的终端报道为“事前有预测报道、事件发生时动态报道和追踪报道、事后有反馈总结报道”,这样分阶段的连续报道。

2. 加强深度报道

深度报道是依据信息可以扩缩的特点,对信息进行深加工,即抓准一个社会现象,穷根溯源,一层一层地挖掘下去,直到找出事件发生的直接原因或根本原因为止。

3. 加强新闻的综合评述

这是信息的组合性特点在新闻报道中的具体运用。综合评述要求作者把一个事情相关的各个方