


· 新闻与传播系列教材 ·

Introduction to Journalism

新闻学导论

谢金文 著

清华大学出版社

 · 新闻与传播系列教材 ·

Introduction to Journalism

新闻学导论

谢金文 著

清华大学出版社
北京

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

新闻学导论/谢金文著.--北京:清华大学出版社,2014

(新闻与传播系列教材)

ISBN 978-7-302-37585-2

I. ①新… II. ①谢… III. ①新闻学—高等学校—教材 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 186399 号

责任编辑:纪海虹

封面设计:傅瑞学

责任校对:宋玉莲

责任印制:沈露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×235mm 印 张:20.25 字 数:401千字

版 次:2014年9月第1版 印 次:2014年9月第1次印刷

定 价:38.00元

产品编号:059321-01

前言

作为导论,本书尽可能清晰地阐述新闻学的重点和前沿内容,又反映本学科的全貌,引导读者在全局视野下进行深把握和新思考。同时本书又有概论性质,对新闻学的基本问题都有概要介绍和论述。

作为新著,本书力求“新”和“精”。“新”主要为融入新闻理论与实践的新发展,以及作者研究的新成果。如关于公民新闻和舆论场、传播力和影响力、数字化和全球化带来的新变化,以及关于新闻定义、新闻价值、报道价值、媒介特点、新闻专业主义、新闻自由与传媒责任、新闻事业与传媒产业等新探究。

数字化、新媒体在很大程度上改变了新闻传播的宏观和微观环境,改变了从新闻源、传者、内容到媒介、受众、效果、反馈等各个环节,改变了新闻事业和传媒产业的各个方面。如近年互联网升级和移动化,智能手机、平板电脑迅速普及,微博、微信异军突起,媒体融合、社会化媒体出现的新态势等带来的影响,当据以改写新闻学。因此本书不再把数字化、新媒体及其影响归为某一章单独论述,而是融入各个相关章节,书中“数字化”、“新媒体”这两个词的出现也达240次以上,如加上网络和手机,共440次以上。因此本书不是笔者六年前所著《新闻学导论新编》(北京大学出版社2008年12月)的修订版,而是面向数字化时代的改写版。

新闻事业是新闻理论的主要内容之一,过去我们这方面的理论基本只有阐发党的新闻事业和批判西方新闻事业,后来引进了关于传媒的四种理论,研究了相应的四种新

闻事业。其实中国作为发展中国家,还很需要研究、参考发展传播学理论和相应的新闻事业,因而本书把它们并列为第五种。

新闻传媒的产业化发展不仅能提高经济效益,对社会效益和国际竞争力也十分重要。当今中国又与数字化传播几乎同步发展,并越来越相互促进,也当受到特别关注。

本书对新闻学的一些基本问题,如新闻定义、新闻价值、报道价值等,也提出了自己的观点。还对新闻源、新闻媒介的社会角色和传播力、影响力等,分别作出较充分的专门探究。

本书的内容范围和结构也有其“新”。新闻学主要有三方面内容:理论、实务、历史。它们相互支持和交叉。与本书同类的书籍一般仅含理论方面的内容,本书则对实务和历史方面也有涉及,以期对新闻学作出全景展示,也便于读者更好地认识这三方面的关联。

结构上,本书既注重知识的系统性和逻辑性,又尽力符合认知、理解和记忆规律。本书共分三大部分。第一部分“新闻本体”成为逻辑起点与核心内容;第二部分“新闻传播”内容较多,又分为“新闻传播(上):现象与活动”,“新闻传播(中):主要环节”,“新闻传播(下):与社会的关系”;第三部分是“事业和产业”。各部分环环相扣、层层递进。外加“开篇:关于新闻学”,“尾声:新闻教育和研究”,构成首尾呼应的整体。

本书的“精”表现在内容削枝强干,阐述直截了当,行文简洁明了。有些内容属于交叉学科,或主要属于其他学科,如新闻工作的职业道德、党性原则、宣传方法,新闻机构的经营管理,本书仅作概要论述。

随着人类活动社会化程度的提高,人们对新闻传播的需要、依赖程度也相应提高。我国目前正处于大转型时期,新闻传播方面又比通常有更多的变动、更大的改进和发展空间。这些都给我们提供了许多新机遇,也要求我们在理论和实践上与时俱进,积极创新,教育上既要培养、训练大量的新闻专业人员,又要提高全社会的传媒素养,尤其是党政工作者、新闻发布者、知识分子和大学生。谨以本书奉绵薄之力。

谢金文

2014年8月

目 录

开篇：关于新闻学	1
第一节 新闻学的内容和特点	2
一、新闻学的主要内容	2
二、新闻学的特点	4
第二节 新闻学与传播学的关系	5
一、新闻学与传播学的区别	5
二、新闻学与传播学的关联	7
第三节 学习新闻学的意义、要求和方法	9
一、意义	9
二、要求	9
三、方法	9

第一部分 新闻本体

第一章 新闻与新闻价值	13
第一节 新闻	14
一、新闻是新近发生的事实的报道?	14
二、新闻是一种信息	15
三、新闻的定义	17
第二节 新闻价值	18
一、什么是新闻价值	18

二、新闻的真实	19
三、新闻的新鲜	21
四、新闻的受众需要	21
五、使受众需要和感兴趣的元素	23
六、新闻价值与新闻的价值	24
第二章 新闻的要素、种类、特点和作用	25
第一节 新闻的要素和种类	26
一、新闻的要素	26
二、新闻的种类	26
三、硬新闻和软新闻	27
四、正面新闻和负面新闻	29
第二节 新闻的特点和作用	30
一、信息的特点	30
二、新闻信息的特点	31
三、新闻的作用	32
第二部分 新闻传播	
新闻传播(上): 现象与活动	35
第三章 新闻传播现象	35
第一节 新闻传播的概念和过程	36
一、新闻传播的概念	36
二、新闻传播的过程	37
第二节 新闻传播的内容和方式	38
一、新闻传播的内容	38
二、新闻传播的方式	40
三、公共新闻和公民新闻	41
第三节 新闻与宣传	43
一、新闻传播与宣传的联系和区别	43
二、用新闻做宣传	45

三、“典型报道”	47
四、虚假新闻与宣传	48
第四章 新闻专业要求	51
第一节 新闻传播的要求	52
一、新闻价值的要求	52
二、全面、客观、公正的要求	54
三、传播质量和社会效益的要求	57
第二节 新闻专业主义和职业规范	57
一、新闻专业主义	57
二、新闻职业规范	59
第五章 新闻报道	61
第一节 报道价值和体裁	62
一、报道价值	62
二、报道体裁	63
第二节 报道的基本方式和操作方法	65
一、报道的基本方式	65
二、报道的操作方法	67
第六章 新闻采、写、编、评、摄	71
第一节 新闻采访与写作、编辑与评论	72
一、新闻采访	72
二、新闻写作	73
三、新闻编辑	76
四、新闻评论	77
第二节 新闻摄影与摄像	77
一、新闻摄影	77
二、新闻摄像	80

新闻传播(中): 主要环节	83
第七章 新闻源	83
第一节 个人和机构新闻源	84
一、个人新闻源	84
二、机构新闻源	87
第二节 现场和其他媒介新闻源	88
一、现场新闻源	88
二、其他媒介新闻源	88
第八章 新闻传者	91
第一节 新闻传者的种类和特点	92
一、新闻传者的种类	92
二、新闻传者的特点	93
第二节 新闻传者的权利和义务	94
一、权利和义务的内容	94
二、权利和义务的落实	95
第三节 对新闻职业传者和其他把关人的要求	96
一、新闻职业道德	96
二、新闻职业精神	98
三、新闻专业水准	98
四、新闻传者和其他把关人的修养	99
第四节 数字化传播对新闻传者的影响	100
一、使新闻传者多元化	100
二、对新闻工作者的影响	100
第九章 新闻媒介的种类和特点	103
第一节 新闻媒介的种类	104
一、媒介、媒体、传媒	104
二、新闻媒介的分类	105
第二节 新闻媒介的特点	106

一、内容特点	106
二、传播特点	108
三、经营特点	109
四、消费特点	110
第十章 传统新闻媒体	113
第一节 报刊	114
一、报刊简介	114
二、报纸	114
三、期刊	116
第二节 广播电视	116
一、广播的特点	117
二、电视的特点	118
三、广播电视的趋势	119
第十一章 新媒体	121
第一节 网络媒体	122
一、概况	122
二、特点	122
三、问题和趋势	123
四、移动互联网带来新变化	124
第二节 手机和社会化媒体	125
一、手机媒体	125
二、社会化媒体	126
第十二章 新闻媒介的影响	129
第一节 新闻媒介影响的特点	130
一、影响与作用	130
二、影响的产生和大小	130
第二节 新闻媒介对人的影响	132
一、影响人的注意和认知	132
二、影响人的思想和情感	133

三、影响人的态度和行为	134
四、影响人的社会化和全面发展	135
第三节 新闻媒介的传播力和影响力	136
一、传播力——影响力之源	136
二、新闻媒介的影响力	138
三、数字化与传播力和影响力	138
第十三章 新闻受众	141
第一节 受众的种类和特点	142
一、基本种类和特点	142
二、行为特点	143
三、数字化传播对受众的影响	145
第二节 受众的权利和义务	147
一、权利	147
二、义务	148
第三节 受众与传者的关系	149
一、两者关系的表现	149
二、对两者关系的认识与处理	150
第十四章 新闻传播效果	153
第一节 效果的种类和强弱	154
一、种类	154
二、强弱	155
第二节 效果的产生	156
一、如何产生	156
二、传出方的因素	157
三、接收方的因素	159
四、其他因素	160
第三节 效果的评估	160
一、主观评估和客观评估	160
二、传出方和接收方因素的考察	161
三、传播效果的直接考察	162

新闻传播(下): 与社会的关系	165
第十五章 新闻媒介的作用	165
第一节 大众媒介的功能与作用	166
一、功能与作用	166
二、信息传递等基本功能	167
三、议程设置等派生功能	168
第二节 新闻媒介的社会作用	169
一、从三个维度看作用	169
二、政治、经济、文化、大众社会作用	170
三、沟通、整合、革新、控制作用	172
四、负面作用	173
第三节 数字化对新闻媒介社会作用的影响	175
一、对作用的结构	175
二、对作用的内涵	175
三、对作用的方式	176
第十六章 新闻媒介的社会角色	177
第一节 社会系统中的新闻媒介	178
一、社会结构和社会系统	178
二、新闻媒介的重要位置	179
三、信息系统的主要渠道	180
四、按信息系统的要求和规律	181
第二节 新闻媒介的舆论工具角色	183
一、新闻与舆论	183
二、新闻媒介反映舆论	184
三、促成、代表和影响舆论	185
第三节 新闻媒介的舆论监督	186
一、舆论监督的特点和长处	186
二、舆论监督的对象和方法	187
三、舆论监督的作用和困难	187

四、破解不能、不敢、不愿监督	188
五、网络监督	189
第十七章 新闻自由与传媒责任	191
第一节 新闻自由要义	192
一、什么是新闻自由	192
二、新闻自由是一种需要	193
三、新闻自由是一种权利	195
第二节 新闻自由的实行	199
一、有害内容问题	199
二、维护稳定和安全问题	200
三、仅有自由是不够的	201
四、有关新闻自由的重要法规	201
第三节 新闻传媒的社会责任	202
一、必须履行的义务	202
二、西方的新闻自由和传媒责任问题	203
三、我国的新闻自由和传媒责任问题	206
第十八章 社会调控与传媒素养	211
第一节 社会调控的目标和方法	212
一、调控的目标	212
二、调控的方法	213
第二节 提高传媒素养	217
一、传媒素养的含义	217
二、传媒素养的作用	219
三、传媒素养的提高	220
第十九章 新闻法治	223
第一节 新闻法、法制和法治	224
一、新闻法	224
二、法制和法治	225
第二节 外国的新闻法	225

一、对表达自由的保障和限制	225
二、对知晓权、信息公开的保障和规范	226
三、关于诽谤和公众人物	227
四、关于隐私权	232
第三节 我国的新闻法	232
一、立法情况	232
二、限禁已充分,保障尚不足	234
第三部分 事业和产业	
第二十章 新闻传播事业	239
第一节 新闻事业的形成和发展	240
一、古代传播媒介	240
二、近现代报刊	241
三、电子媒体	242
四、发展变化的基本规律	244
第二节 新闻事业的种类	245
一、新闻体制与相应的新闻事业	245
二、五种传媒理论与相应的新闻事业	246
第二十一章 当今中国新闻事业	249
第一节 当今中国新闻事业的特点	250
一、新闻体制:国有党管、计划管理	250
二、新闻机构:事业单位、企业化管理	251
三、新闻改革:区分性质、企业化转制	253
第二节 当今中国新闻媒介的特点	254
一、耳目喉舌是主要功能	254
二、宣传引导是主要任务	255
三、国有党管的是主要媒体	256
四、改革与发展任重道远	256
第二十二章 新闻传媒产业	259
第一节 作为产业的新闻传媒业	260

一、产业属性	260
二、新闻传媒产业的特点	261
三、产业化发展	262
第二节 新闻媒介产品	263
一、新闻机构的产品和媒介经营原则	263
二、提高新闻媒介的使用价值	265
三、提高新闻媒介的吸引力	265
第三节 新闻传媒机构	266
一、市场化运作	267
二、集团化整合	267
三、社会营销行为	268
第四节 新闻传媒市场	270
一、新闻传媒市场特点	270
二、新闻传媒市场结构	271
三、新闻传媒市场机制	272
第二十三章 新闻传媒的两个效益	275
第一节 两个效益的内涵与关系	276
一、两个效益的内涵	276
二、两个效益的关系	277
第二节 两个效益的获得和评估	278
一、不同于一般企业	278
二、使两个效益相得益彰	280
三、社会效益的评估	281
第二十四章 数字化、全球化与新闻业	283
第一节 数字化与新闻业	284
一、影响新闻媒介	284
二、影响新闻机构及其经营	286
三、影响传媒的国际竞争	288
四、对社会管理提出新要求	288
第二节 全球化与新闻业	289

一、全球化与新闻传播	289
二、全球化时代的国际新闻传播	291
三、全球化时代的新闻传媒	293
尾声：新闻教育和研究	297
第一节 新闻教育	298
一、发展概况	298
二、对象和方法	299
第二节 新闻研究	300
一、发展概况	300
二、对象和方法	302
后记	303

CHAPTER

开篇：关于新闻学

第一节 新闻学的内容和特点

- 一、新闻学的主要内容
- 二、新闻学的特点

第二节 新闻学与传播学的关系

- 一、新闻学与传播学的区别
- 二、新闻学与传播学的关联

第三节 学习新闻学的意义、要求和方法

- 一、意义
- 二、要求
- 三、方法