

 **学府考研**
十年专注·只做考研


理工社®

新闻与传播专业硕士

《440专业基础》专题精析

◎ 主编 汤军军

策划 新闻传播学考研命题研究组



提炼考研重点 聚焦社会热点
剖析考试难点 解惑复习盲点

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



十年专注·只做考研



理工社®

新闻与传播专业硕士

《440专业基础》专题精析

◎ 主编 汤军军

策划 新闻传播学考研命题研究组



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

新闻与传播专业硕士(440 专业基础)专题精析 / 汤军军主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2017. 10

(学府考研专业课新闻传播学系列丛书)

ISBN 978 - 7 - 5682 - 3658 - 4

I. ①新… II. ①汤… III. ①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(2017)第 249411 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / [http://www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 西安新华印务有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 15

字 数 / 449 千字

版 次 / 2017 年 10 月第 1 版 2017 年 10 月第 1 次印刷

定 价 / 79.80 元

责任编辑 / 王俊洁

文案编辑 / 王俊洁

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

风雨考研路 学府伴你行

“学府考研”是学府教育旗下专业从事考研辅导的品牌!

“学府考研”是一个为实现人生价值和理想而欢聚一堂的团队。2006 年从 30 平方米的办公室起步,历经十年,打造了一个考研培训行业的领军品牌。如今学府考研已发展成为集考研培训、图书编辑、在线教育为一体的综合性教育机构,扎根陕西,服务全国。

学府考研的辅导体系满足了考研学子不同层面的需求,主要以小班面授教学、全日制考研辅导、网络小班课为核心,兼顾大班教学、专业课一对一辅导等多层次辅导。学府考研在教学中的“讲、练、测、评、答”辅导体系,解决了考研辅导“只管教,不管学”的问题,保证学员在课堂上听得懂,课下会做题。通过定期测试,掌握学员的学习进度,安排专职教师答疑,保证学习效果。总结多年教学实践经验,学府考研逐渐形成了稳定的辅导教学体系,尽量做到一个学员一套学习计划、一套辅导方案,大大降低了学员考取目标院校的难度。在公共课教学方面,实现零基础教学;在专业课方面,建立了遍及全国各大高校的研究生专业信息资源库,解决考生跨院校、跨专业造成的信息不对称、复习资料缺乏等难题。

“学府考研”的使命是帮助每一个信任学府的学员都能考上理想院校。

学府文化的核心是“专注文化”。

“十年专注,只做考研。”因为专业,所以深受万千考研学子信赖!

“让每一个来这里的考研学子都成为成功者。”正是这种责任,让学府考研快速成为考生心目中当仁不让的必选品牌。

人生能有几回搏,30 年太长,只争朝夕!

同学们,春华秋实,为了实现理想,努力吧!

学府考研 | 全国统一客服电话 400-090-8961 |
总 部 | 陕西·西安市长安区韦郭路智慧国际12层

学府官方微博



学府官方微信



致学府图书用户

亲爱的学府图书用户：

您好！欢迎您选择学府图书，感谢您信任学府！

“学府图书”是学府考研旗下专业从事考研教辅图书研发的图书公司！

为了更好地为您提供“优质教学、始终如一”的服务，对于您所提出的宝贵意见与建议，我们向您深表感谢！

若我们的图书质量或服务未达到您的期望，敬请您通过以下联系方式告知我们。我们珍视并诚挚地感谢您的反馈，谢谢您！

在此祝您学习愉快！

学府图书全国统一客服电话：400-090-8961

学府图书质量及服务监督电话：15829918816

学府图书总经理投诉电话：张城 18681885291 投诉必复！

您也可将信件投入此邮箱：34456215@qq.com 来信必回！

图书微博



图书微信



图书微店



考研的过程，犹如翻越一座大山。

北宋政治家、思想家王安石在追忆自己游览褒禅山时说道：“世之奇伟、瑰怪、非常之观，常在于险远，而人之所罕至焉，故非有志者不能至也。”

考研之路也是一样。首先，想要成功，就必须先“有志”，即明确目标，下定决心。相信此刻正在阅读此书的你，已经有了一个明确的目标了，恭喜你！可是，“力不足者，亦不能至也。”自身“有力”，“至于幽暗昏惑而无物以相之，亦不能至也！”可见，成功之人除了要拥有坚定的毅力和持久的耐力，还必须“善假于物也”。成功的路上，如果能有一位良师益友指引你，就如同登山时拄了一根登山杖，能事半功倍！

经过多年来的不懈努力，学府考研专业命题组为大家精心研发、编辑的新闻传播专业研究生入学考试辅导丛书终于面世了。命题组为大家设计研发了《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉考点精讲》《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉专题精析》《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉真题精解》《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉考点精讲》《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉专题精析》《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉真题精解》《新闻传播学考研必读书目精选》《新闻传播学考研经典案例精析》《新闻传播学考研核心概念精讲》共9本组合复习指导书，力求帮助大家一考必胜，一考必中，一考必上。我们称之为“6+3”系列。其中：6本为主干辅导书，内容权威、全面、系统、翔实，其余3本为知识深化性图书，可以用来补充新的知识。这套组合复习辅导图书的结构如下：

第一轮辅导用书是《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉考点精讲》和《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉考点精讲》，其特点是拉大网，全覆盖，追求“基础知识无盲点，考点全覆盖”，解决广大考生在复习过程中知识结构的“宽度”问题。第二轮辅导用书是《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉专题精析》和《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉专题精析》，其特点是浓缩重点，聚焦热点，解剖难点，以专题讲解、讨论、案例等方式深度复习重要的理论和热点问题，挖掘知识储备的“深度”。第三轮辅导用书《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉真题精解》和《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉真题精解》，其特点是以真题的形式将2010—2017年全国各大名校和重点院校的考研真题深入解析，提供一套标准性的解题方法，锤炼广大考生应用知识的能力和得分能力。

有了以上3轮的复习，应该说就可以练就扎实的理论与业务的基本功，但这仍然不是获得高分的充分条件。命题组老师根据多年的考试与阅卷经验认为，那些基本功深厚，有丰富的课外阅读经验和广泛的新闻传播案例的同学会得到阅卷老师的垂青。命题组研发的《新闻传播学考研必读书目精选》《新闻传播学考研经典案例精析》《新闻传播学考研核心概念精讲》能帮助考生们拓宽知识的广度和深度。前6本书是框架性的理论知识，是“骨”，考试的时候即便全部答对都不会得高分。要得高分，必须有“肉”，即对知识的深刻理解并熟悉新

鲜的相关案例。前6本书提供的是“常识”，后3本书提供的是“见地”。命题组老师倾注多年的心血编纂的这套辅导丛书，其目的就是帮助广大考生抓住复习要点，提高分数，一考必中。

《新闻与传播专业硕士〈440专业基础〉专题精析》一书共有以下几个特点：

1. “全”：内容全——命题组精选出了86个考研专题，助您拥有“一览众山小”的全局视野，准确把握考研脉搏，串点成线，举一反三，提高考研的复习效率。

2. “新”：理念新——本书绕开了传统的“地毯式”的轰炸式复习思路，以“专题”作为主线，将考研重点有序地“串”起来，让考生复习时能“举一反三”，做到“有的放矢”。

3. “广”：视野广——众所周知，考研的范围广，即要求考生具有广泛的专业视野。因此，本书在结合研究生考试重点考查内容的基础上，特别注重专题观点和内容的“广泛性”，让考生可以通过本书，对所涉及的整个专业领域有一个较为全面的、科学的认识。

4. “用”：重应用——考研试题越来越贴近实际，考查方式也越来越灵活，因此，本书的编者特别注重将专题内容和实际问题相结合，让考生能够“学以致用”，避免“学死书、死读书”。

从某种意义上说，考研是一种体力活，不仅考查考生的智慧、能力，更考查考生考前准备的程度、付出的努力和坚定的毅力。考研不仅仅是考智商，更是考情商、考激情、考投入。考研者需要的是破釜沉舟、心无旁骛和孤注一掷的精神，而不是三心二意、犹豫不决和有心无力！诗人汪国真说过：“既然选择了远方，便只顾风雨兼程。”好在这条风雨路并不长。祝福广大考生尽快地走过它，穿越它，在理想的彼岸会合。

由于命题组成员水平有限，在编写的过程中难免会有一些疏漏，欢迎广大读者批评指正！最后，祝使用本书的你考研成功！

编者

2017年5月

目 录

第一部分 新闻理论	1
专题 1 新闻客观性	1
专题 2 新闻价值	3
专题 3 新闻娱乐化	5
专题 4 新新闻主义	8
专题 5 新闻自由	10
专题 6 新闻道德	12
专题 7 民生新闻	15
专题 8 社会新闻	17
专题 9 有偿新闻	19
专题 10 典型报道	23
专题 11 揭丑报道	25
专题 12 新闻专业主义	28
专题 13 舆论导向	31
专题 14 寻租现象	33
专题 15 公民记者	35
第二部分 传播理论	39
专题 16 发展传播学	39
专题 17 跨文化传播	42
专题 18 国际传播	44
专题 19 健康传播	46
专题 20 科学传播	48
专题 21 危机传播	50
专题 22 网络人际传播	52

专题 23	传播政治经济学	55
专题 24	传播学在中国的发展	58
专题 25	芝加哥学派	61
专题 26	媒介文化	63
专题 27	媒介霸权	65
专题 28	媒介依赖	69
专题 29	媒介控制	72
专题 30	媒体奇观	74
专题 31	公共领域	78
专题 32	受众逆反心理	82
专题 33	网络问政	85
第三部分	中国新闻传播史	89
专题 34	第一次国人办报高潮	89
专题 35	第二次国人办报高潮	93
专题 36	1942 年《解放日报》改版	97
专题 37	1956 年《人民日报》改版	99
专题 38	党报改革	102
专题 39	王韬与《循环日报》	104
专题 40	新记《大公报》	107
专题 41	国统区《新华日报》	110
专题 42	在华外报	113
专题 43	邹韬奋的六刊一报	116
专题 44	政治家办报	119
专题 45	“耳目喉舌”	122
专题 46	新闻传播体制	124
第四部分	外国新闻传播史	129
专题 47	黄色新闻	129
专题 48	报刊的四种理论	132
专题 49	“扒粪运动”	135

专题 50	大众化报刊	137
专题 51	普利策新闻奖	141
专题 52	报团	142
专题 53	杰斐逊的新闻自由思想	144
专题 54	西方四大通讯社	147
专题 55	《纽约时报》	150
专题 56	马克思主义新闻观	151
专题 57	列宁的报刊思想	153
专题 58	斯大林模式下的苏联新闻体制	155
专题 59	法西斯新闻事业体制	158
第五部分	网络与新媒体	161
专题 60	数字媒体	161
专题 61	流媒体	164
专题 62	富媒体	167
专题 63	社会性媒体	169
专题 64	传统媒体数字化转型	171
专题 65	网络舆情	173
专题 66	网络新闻	175
专题 67	网络编辑	177
专题 68	网络推手	179
专题 69	网络民主	180
专题 70	网络事件	182
专题 71	网络电视的发展	185
专题 72	微电影	188
专题 73	网络谣言	189
第六部分	媒介经营管理与媒介经济学	192
专题 74	长尾理论	192
专题 75	创意经济	194
专题 76	传媒产业	196

专题 77	文化产业	200
专题 78	媒介组织结构	203
专题 79	媒介上市	206
专题 80	媒介营销	208
专题 81	媒介集团化	210
专题 82	媒介核心竞争力	213
专题 83	媒介公信力	216
专题 84	媒介公关	218
专题 85	媒介融合	221
专题 86	媒介责任	224

第一部分

新闻理论

专题 1 新闻客观性



专题概述

新闻客观性原理是新闻规范的重要内容，把新闻客观性放在新闻职业规范的层面来考察，可以提升从业者的专业意识。新闻客观性原理对新闻职业规范有建构意义，从冲突论的角度来看，它是多重压力下媒介的被迫选择；从功能主义视角看，它是专业主义的核心。同时，新闻客观性原理对新闻职业规范还有消极性影响，这主要体现于新闻客观性引发的道德冲突，有些难以避免，有些属于善恶纠缠不清，还有一些出自媒体对这一原理的纯功利化利用。新闻客观性原理会随着政治、经济、文化、传播技术的变化发展而不断更新和调整，它在演进中力求把自身与利益多元时代传媒意见的表达统一起来，这体现为在理念上追求更理性的客观，在形式上进行有节制的主客观合一。



要点梳理

知识点	内 容	
内 涵	概 念	新闻报道中的每一个具体事实必须符合客观实际，也可以理解为态度上的不偏不倚、公正无私。
	写作要求	(1) 以倒金字塔结构在第一段陈述基本事实。
		(2) 以“五 W”报道。
		(3) 以第三人称（语气）报道。
		(4) 引述当事人的话。
		(5) 不采取立场。
		(6) 强调可以证实的事实。
		(7) 至少表达新闻事件的两面。

续表

知识点	内 容	
新闻客观性的表现	1. 解释性报道通常被视为是客观性报道的具体体现,是客观性理念的实现方式。作为运用事实来解释说明新闻事件发生原因的深度报道方式,解释性报道的主要特点是大量使用背景材料,着重揭示新闻事件的原因和意义,客观性强,不做主观臆测。	
	2. 调查性报道是客观报道的一种改进,是指“利用长时间内积累起来的足够多的消息来源和文件,向公众提供对某一事件的强有力的解释”。 由于必须打破各种壁垒才能获得事实与真相,调查性报道遵循的都是客观性报道的理念。	
	3. 精确性报道,是指记者在采写中运用调查、统计和内容分析等科学研究方法进行的新闻报道。 精确新闻报道把社会科学的观念与自然科学的具体方法引入新闻学,使得新闻报道更加客观公正,也更令人信服,实际上拓展了客观报道的理念。	
	4. 新新闻主义报道,就是用文学写作的方法进行新闻报道,因此又称“文学性新闻”。 这种报道注重对话、场景和心理描写,关注的是在公开的新闻背后的情况,并以独特的主观方式观察,以文学化的笔法报道。新新闻主义认为新闻必须“向读者展示真实的生活”,这种评论式的报道方法很有感染力。	
	总结:从解释性报道、精确性报道和调查性报道所追求的精神来看,都是以客观、真实为理念,可以算作是对客观性新闻一味依赖所谓的“常识”和“传统智慧”选择、组织材料所导致的“一点常识加上一些事实,立刻就能形成对任何主题的正确描述”的修正。而新新闻主义则以极端的形式反对客观性原则,尽管给新闻业带来了一定的改变,但是却具有不可治愈的硬伤——虚构。	
优劣势	局限因素	(1) 人力、经费和时间的缺乏。
		(2) 详查证据和判断真伪的困难。
		(3) 记者缺乏特殊领域的专业知识,导致新闻业只能行走在“客观性”的道路上。
	优势	(1) 面对背景、兴趣和知识程度各有不同的大众,客观报道是一种明智的策略,以便不损害观点与意识形态各异的受众的利益。 (2) 客观性是一种特殊的民主和多元的表述,它可以同时面对企业界的人士、公共官员、工人阶级以及媒体的广告客户。新闻事业的客观性是通向“合法”和“可信”的途径。
趋势	1. 新闻客观性的“价值中立”“摒弃成见”成为人们怀疑与攻击的对象。	
	2. 在一切以“眼球”为评判标准的商业媒体时代,新闻消费被符号化、娱乐化所侵蚀。	
	3. 传受之间的平衡关系被彻底打破,媒体及记者的“把关”权力趋于弱化甚至丧失,使得新闻客观性的根基遭到了进一步的动摇。	
	4. 在互联网的平权结构中,公众广泛参与新闻生产,记者有责任提供客观的信息,以让公众更好地做出判断,从而实现网络时代“民治、民享媒体”的梦想。	



典型例题

名词解释

新闻客观性（安徽大学，2015）

参考答案 新闻的客观性是新闻最重要的专业概念之一。西方国家把客观性原则作为新闻媒介遵循的重要信条之一，它不仅是新闻工作的一种专业规范，也是主要的新闻专业理念。在我国，客观性原则也被作为新闻报道的基本特性之一，在理论上有其普遍性和根源性，同时又和我国的现实环境密切相关。马克思把客观报道概括为“根据事实来描述事实”，恩格斯认为是“完全立足于事实，只引用事实和直接以事实为根据的判断——由这样的判断进一步得出的结论本身仍然是明显的事实”。作为最重要的新闻专业概念之一和一种新闻理念，新闻的客观性是指新闻事实不以人的主观意志而改变的基本特性，新闻传播者在从事新闻报道时，要尊重事实，要如实地反映事实的本来面目。新闻客观性的目的是“使有理性的读者更便于发现真相”。



重点总结

长期以来，我国的学界、业界，甚至相关的政治文本中都广泛存在对新闻客观性原理的误读。从传播环境看，这根源于泛政治语境下的传媒生态环境的影响，从传播主体看，目前新闻客观性没有完全成为我国新闻从业者的普遍职业意识。



案例点拨

案 例	知识点
1. 2014 年有一则关于外国小伙和中国大妈的新闻。这则新闻先是说大妈倒地碰瓷，想讹诈老外，当时新闻报道将这位大妈描述成一位讹人者。但后来经证实是老外撞倒了大妈，还出口骂人说脏话，确实是老外的过错。	(1) 新闻的客观性特征。 (2) 客观性的要求。 (3) 客观性面临的问题。
2. 一则新闻：一名男子去外地，只要在外地的宾馆开了房，就会有警察找上门来，因为警方记录这名男子有吸毒的前科。这名男子对此感到很郁闷，于是就找到了媒体反映此事，媒体报道说这名男子被冤枉了。后来又有媒体报道说这名男子确实是一个吸毒者，警察上门找他没错。但最后，媒体又报道说是警方将这名男子的信息搞错了，男子确实是无辜的，相关媒体还对这名男子道了歉。	(1) 新闻的客观性特征。 (2) 客观性的要求。 (3) 客观性面临的问题。

专题 2

新闻价值



专题概述

新闻作为一种特殊的人类信息活动，是人们主动地对事实进行的非盈利性的再现和传播，是人类社会特有的信息传播活动，具有很强的社会性，所以不能从新闻的形式来简单地看待

新闻价值。如果从整个社会环境中加以考察和鉴别,就会看到新闻价值应该是指新闻中所蕴含的社会价值,其核心是在新闻中所包含的社会性。所谓社会性,就是事物与公众利益相关联的属性,一般来说,与公众利益关联程度越密切,事物所含的社会性就越大,反之就越小。所以,新闻价值的实质就是与公众利益相关联的属性及程度。

News 要点梳理

知识点	内 容	
新闻价值	素质说	新闻价值是指一个事实所包含的足以构成新闻的特殊素质或各种素质的总和。
	标准说	新闻价值是选择和衡量新闻的标准。
	功能说	新闻价值就是新闻机构发布的新闻在群众中受到重视的程度。
属 性	1. 时新性。	
	2. 重要性。	
	3. 显著性。	
	4. 接近性。	
	5. 趣味性。	
变 化	内 涵	(1) “显著性” 延展出 “戏剧性”。
		(2) “趣味性” 延展出 “娱乐性”。
	侧重点	(1) “时间性” 侧重于 “正在发生”。
		(2) “接近性” 侧重于心理接近性、地域接近性。
	形 式	(1) “实用性” 凸显服务价值。
		(2) “针对性” 反映主体需要。

News 典型例题

一、名词解释

新闻价值 (南开大学, 2010; 山东大学, 2010; 暨南大学, 2011; 天津大学师范大学, 2016)

参考答案 新闻价值是选择和衡量新闻事实的客观标准,即事实本身所具有的足以构成新闻的特殊素质和各种素质的总和。素质的级数越丰富越高,价值就越大。

二、简答题

简述新闻价值的特性。(华中师范大学, 2009)

参考答案 (1) 时效性和时新性。这是指新闻事件是新近发生的而且是社会大众所不知道的,包含着时间近、内容新两个含义。

(2) 重要性。这是指新闻事件与当前社会生活和大众的切身利益有着密切关系,势必会引起人们关心,影响许多人。重要性的标准有:一是事实在客观上对受众的影响程度,受影响的受众的数量多少;

二是事实对整个社会影响时间的长短,事实影响空间的大小。

(3) 显著性。这是指新闻中的人物、时空或事件越是著名,越是突出,新闻价值就越大,人们的注意力会自然而然地集中到他们的身上。新闻价值的“显著性”要素可以形象地浓缩成一组“一目了然”的数学公式:平凡人+平凡事 $\neq$ 新闻;平凡人+不平凡事=新闻;不平凡人+平凡事=新闻;不平凡人+不平凡事=大/好新闻。

(4) 接近性。这是指新闻与读者在地理上或思想上、利益上的接近。事情发生的地点越近,读者越关心,新闻价值就越大;事情涉及读者的切身利益与思想感情越是密切,读者越重视,新闻价值就越大。

(5) 趣味性。这是指能够引起人们感情共鸣,富有人情味和生活情趣的事实,或者非常态的事件,即通常所讲的奇文异事。西方新闻界虽然对趣味性的含义有不同的理解,但是一般都把社会学所研究的内容,如犯罪、道德伦理、人口、生活、婚姻、家庭、人间真情、金钱和色情等作为趣味性的主要内容,具有浓郁的人情味,易激起读者或欣喜或愤慨或悲哀或惊讶或深思等多种丰富的情感,从而唤起强烈的共鸣。



重点总结

新闻价值是客观事实中包含着的社会需求,是记者选择新闻的着眼点。新闻价值包含时新性、接近性、显著性、重要性和趣味性五个要素。对于客观存在的新闻价值,只能够认识和发掘它,而不能凭主观去“改变”或“创造”它,新闻从业人员应该纠正对新闻价值的一些模糊认识,并提出对新闻价值概念的修正意见。



案例点拨

案 例	知 识 点
1. 在《饥饿的苏丹》的新闻照片中,记者抢先拍下即将被秃鹫吃掉的小女孩。	(1) 新闻道德与新闻价值的权衡。 (2) 新闻价值的特点。
2. 2014年12月31日23时35分,正值跨年夜活动,许多游客市民聚集在上海外滩迎接新年,上海市黄浦区外滩陈毅广场东南角通往黄浦江观景平台的人行通道阶梯处底部有人失衡跌倒,继而引发多人摔倒、叠压,致使拥挤踩踏事件发生,造成36人死亡,49人受伤。一时间,这起突发事件成为各大媒体争相报道的焦点。	(1) 新闻价值的特性。 (2) 新闻价值的标准。

专题 3

新闻娱乐化



专题概述

新闻娱乐化现象产生于20世纪80—90年代,是中西方新闻报道中的共有现象。消费社会与消费主义价值观的流行是新闻娱乐化现象的诱因,大众文化是新闻娱乐化现象的温床,而媒介本性则是新闻娱乐化现象的机制保障。新闻娱乐化现象是伴随改革开放

和现代化进程出现的,其合理性主要表现为客观上使受众在传播过程中的地位提高,促进了受众对新闻的参与,也使得新闻理念得到进一步发展和完善。然而,新闻娱乐化现象的负面效应也是十分明显的:新闻娱乐化导致信息新闻性的消解和新闻道德的淡化。双重属性下的中国传媒,仅仅依靠市场调节无法遏制新闻娱乐化的倾向,而政府的干预必须建立在尊重新闻规律的基础上。尊重人性中对娱乐的需求,抵制被低俗化、欲望化的“快乐”本能,坚持新闻的自律和公正原则,才能营造健康的文化生态——既注重日常生活的感性体验,又不放弃价值理性维度的意义追求。

News 要点梳理

知识点	内 容	
新闻娱乐化	肯定意见	是争取受众与市场的法宝。
	反对意见	导致传媒取向庸俗,使新闻变得低俗,甚至成为文化垃圾,导致传媒的权威下降、公信力丧失,甚至危害社会风气。
必然性	1. 受众的需求给了它生存的空间。 提供了一些轻松活泼的文化休闲方式,用戏弄搞笑、调侃玩笑的方式带给人们信息,满足了受众享乐和游戏的心理需求。	
	2. 媒体的利益促使新闻的娱乐化得到很大程度的发展。 媒介要独立经营、自负盈亏,这迫使媒体必须执行商品的大多数通用原则,必须遵循市场需求。最终的结果是,传媒有意识地进行针对受众需要的娱乐化新闻传播。	
	3. 新闻娱乐化是信息爆炸的产物。 信息爆炸为新闻娱乐化的快速发展提供了重要条件。	
特 征	内 容	(1) 逐渐减少严肃性的政治、经济新闻的比例,将非严肃的名人趣事、日常琐事、有煽情性和刺激性的犯罪暴力事件、体育新闻、娱乐新闻等软性的内容作为新闻报道的重点。
		(2) 竭力从严肃的政治、经济等事实中挖掘其隐现或不存在的娱乐价值。
	形 式	(1) 在新闻的表述上,从最初强调硬性新闻写作中适度加入人情味,加强新闻的可读性和贴近性,追求趣味性和吸引力,强化或有意添加所报道的事件的戏剧悬念或煽情、刺激的方面,走新闻故事化、新闻文学化的道路。
		(2) 在新闻的制作上也相应地突出新闻的冲击力和趣味性。
趋 势	1. 资本的自然导向、市场经济的发展促使竞争观念的不断成熟,部分媒体自动“退市”,降低了娱乐化对媒体的吸引力。	
	2. 媒介更加细化,功能也进一步分化,同质化市场的激烈竞争和媒介功能的进一步细化弱化了“新闻娱乐化”现象。	