



教育部国家精品课程

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

新闻与传播学系列教材 / 新世纪版



博
学



复旦博学·复旦博学·复旦博学

復旦大學出版社

新闻学概论

李良荣 著

(第五版)

新闻与传播学系列教材 / 新世纪版



博學

新闻学概论

(第五版)

李良荣 著

JC

復旦大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻学概论/李良荣著. —5版. —上海:复旦大学出版社,2013.4(2013.10重印)
(复旦博学·新闻与传播学系列教材)
ISBN 978-7-309-09591-3

I. 新… II. 李… III. 新闻学-高等学校-教材 IV. G210

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第053348号

新闻学概论(第五版)


李良荣 著
责任编辑/章永宏

复旦大学出版社有限公司出版发行
上海市国权路579号 邮编:200433
网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com
门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853
外埠邮购:86-21-65109143
上海春秋印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 26.5 字数 399千
2013年10月第5版第4次印刷
印数 38 001—59 000

ISBN 978-7-309-09591-3/G·1178
定价:40.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。
版权所有 侵权必究



“博学而笃志，切问而近思。”

(《论语》)

博晓古今，可立一家之说；
学贯中西，或成经国之才。

作者简介

李良荣，1946年1月出生于浙江省镇海县。1968年7月毕业于复旦大学新闻系，1982年7月获硕士学位。著名的王中教授是他攻读硕士学位期间的导师。作者现为复旦大学新闻学院教授、博士生导师，并任教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会主任委员，华中科技大学、浙江大学、暨南大学、广州大学、河北大学、南京师范大学等十余所高校的兼职教授，安徽大学讲席教授。

作者专擅新闻学理论和国际传播，致力于当代中国新闻媒体和世界新闻媒体的发展与改革，著有《新闻学概论》、《中国报纸文体发展概要》、《宣传学导论》、《中国报纸的理论与实践》、《西方新闻事业概论》、《当代西方新闻媒体》、《中国传媒业的战略转型》等专著及一批学术论文。

内 容 提 要

这是本书被教育部列为“十一五”国家级规划教材后，作者第二次作重大修订后的第五版。

《新闻学概论》着重总结、阐述人类新闻活动主要是新闻事业的基本规律及新闻学中的基本概念和知识，为进一步掌握新闻业务、探索新闻理论、研究新闻史提供了必不可少的系统基础知识。

作者近三十年来先后写过五部“新闻学概论”方面的专著和教材，本书是他最新研究成果的结晶，许多内容、观点总结概括了不断进步着的新闻实践。本次修订主要包括：互联网与新媒体全部重写；增加新闻生产的内容；增补新闻媒介的传播效果；增加受众和媒体认知；增加互联网宣告精准营销，等等。

本次修订，作者站在时代的高度，紧随新形势，把学术界的最新研究成果纳入了第五版。

本书可作为新闻传播学科的教材，宣传工作者、新闻爱好者的自学读物，也可供新闻业务进修、提高之用。

第五版前言

互联网发展的速度越来越快,催着我加紧修改《新闻学概论》,我原本设想对《新闻学概论》作全面的结构调整,相当于重起炉灶,写一本全新的教材,一时还难以完成。为了紧随新形势,我不得不再次在原有框架内修修补补。这次修订,是力图把学术界最新研究成果写入教材。

本次修订仍然围绕着互联网发展以及它的影响展开,也有些其他修补。

- (1) 第一章增加第三节“变动产生新闻,关系决定需要”。
- (2) 第五章全部重写,从3节变成5节。
- (3) 第七章删去第四节。
- (4) 第八章第四节“新闻媒介的传播效果”作了比较大的修订。
- (5) 第十二章增加一节即第四节“互联网宣告精准营销的来临”。
- (6) 第十三章增加一节即第七节“受众和媒体认知”。
- (7) 第十五章改为新闻生产与新闻选择。

期待着读者的批评指导。

第四版前言

我这次对《新闻学概论》所做的修改,是鉴于互联网的日新月异以及日益扩大的影响。新世纪的头十年,先是电脑,后是手机,现在是平板电脑(iPad),新媒体异军突起;先是BBS,后是博客,再是微博,文字稿、音频、视频,手段日益丰富。这一切,正在深刻地改变着我国大的社会生态,改变着我们的生活方式,也改变着传媒界的整个业态。至少可以说,过去传媒业是以报纸、电视、电台三大传统媒体为中心,而现在传媒业的中心快速转向以新媒体为终端的互联网。这就带来一系列新变化。

正是基于传媒界整个业态的变化,我意识到《新闻学概论》的框架结构需要作大的调整。因为,《新闻学概论》不管作了什么样的修改,都是以三大传统媒体为中心展开的,这难以适应以互联网为重心的传媒界新业态。但究竟作怎样的调整,我没有想好,目前仅仅处于构思阶段。为了追赶当前形势,我只能在原有框架内再次修修补补。

本次修订是围绕着互联网发展及其对传媒业产生的影响展开,同时也有其他方面的补充。

(1) 互联网单独成章即本书第五章。

(2) 互联网对传媒业带来的影响,我作了如下修订和补充:第三章第三节增加了“互动构建舆论新格局”的内容;第六章第三节《传播工具的物理性能决定传播工具的特点》增加了“互联网的特点”的内容;第十三章增加第七节《受众地位的新变化》;第十六章第三节《中国新闻事业对新闻工作者的基本要求》的第五点,增加了“数字化媒体对记者编辑新要求”的内容;第十七章第三节增加了“传媒业态变化”的内容。

(3) 对第七章《新闻媒介的性质》的修补。第一节《新闻媒介的共性、特性、个性》,增加了新闻媒介的公共性,强调新闻媒介公共利益至上的原则;第三节《新闻媒介产品的商品性》,强调了以商业原则为媒体带来的消极影响。

2 新闻学概论

(4) 第九章第一节《大众传媒与社会系统》，增加了“当代中国传媒新的生态环境”的内容。

(5) 其他修订。附录一《中国新闻工作者职业道德准则》，在2009年11月9日经中国新闻工作者协会第七届理事会第二次全体会议作了修订。现采用新的修订版。

再次真诚地感谢读者的厚爱，期待着读者的批评指正。

李良荣

2011年3月于复旦大学

第三版前言

《新闻学概论》自2003年12月推出第二版,5年已经过去。在我挥汗如雨再次修改《新闻学概论》之时,正值北京奥运会开幕之日。在奥运舞台上,中国向世界展示了灿烂的文明和辉煌的年代。也同样在奥运舞台上,中国传媒业和全球传媒业展开同场竞技,展示中国传媒业经过30年改革的实力。

5年的时间,中国传媒业从运行理念到运作技能都跃升到一个新台阶,新闻传播学的探讨有长足的进步。这促使我对《新闻学概论》再次作重大修补。

本次修补,整体框架仍旧未变,主要修补在以下几方面:

- (1) 补充、增强了以互联网为中心的新媒体和媒体融合的内容。
- (2) 重新改写了媒体管理和经营的两个章节。
- (3) 在第七章、第十三章、第十六章中增补了一些重要观点和修改。
- (4) 更新了许多案例。

新闻学没有文史哲那么博大精深,它是在新闻实践的不断展开中显示自己的丰富性来。中国的新闻改革在继续深化,新闻实践在不断变革,新闻传播学的探索永无止境,《新闻学概论》的修改也将继续进行。

《新闻学概论》自2001年3月出版至今,承蒙读者厚爱,7年时间共印刷20次。其间,我收到不少大学新闻传播学专业学生们的来信,我还有更多时间和全国几十所大学的学子们面对面交流。无论是赞扬、还是批评,他们的真诚都让我感动,体验到作为一名教师的幸福和快乐。如果说,通过讲课和教材、著作、论文的写作,我能给学生们一些知识和启迪,那么,学生们给了我学术的青春和活力,推动我永不止步去探索。我真诚地说一声:谢谢。

李良荣

2008年8月9日于复旦大学

再版前言

《新闻学概论》自2001年3月出版,承蒙读者的厚爱,两年多时间已重印6次。但也正是在短短的两年时间内,随着中国正式加入WTO,中国经济继续高速健康发展,经济全球化不断加速。在此态势下,中国新闻媒体的生态环境发生了重大变化,传媒业从整体格局到具体运作模式已经发生了而且还正在发生重大变革;报业集团化以及广播电视的专业化正趋于合理;在中央主管部门直接领导下,传媒业的结构正在作出重大调整,内部资源作进一步整合,管理模式正在作新的构建。这一切变化促使我对《新闻学概论》再作一次重大修改。

本次修改,整体框架未变,主要修改在三方面:

一、概括两年多来中国传媒业的最新发展,尤其在传媒业的结构变化和经营管理方面。

二、归纳、总结两年多来中国新闻传播学研究的最新成果,尤其在受众研究和新闻专业理念方面。

三、更新了许多案例,力争把这两年传媒对国际国内重大事件的报道作为本书的案例。

两年来,我陆续收到许多读者的来信。他们对本书提出了不少极有意义的修改建议,在本书的修改中我吸收了大家的许多好的建议。我和这些读者都未曾见面,但他们的认真和真诚让我感动并深受教育。我把第二版修订稿交出去的时候,我深深地感念他们。《新闻学概论》是立志从事新闻工作或新闻学研究的入门之作。我在研究和写作中不敢稍有疏失。为此,我期待着读者的继续批评。读者的厚爱是促使我不断奋进的巨大动力。

李良荣

2003年10月16日于复旦大学

目 录

第五版前言	1
第四版前言	1
第三版前言	1
再版前言	1
绪 论	1
第一节 新闻学	1
第二节 新闻学和新闻工作	2
第三节 世界各国新闻学主导性理论	5
第四节 学习新闻理论的意义	11
第一章 新闻活动	14
第一节 新闻活动是一种普遍的社会现象	14
第二节 新闻活动是人类求生存图发展的需要	16
第三节 变动产生新闻 关系决定需要	22
第四节 新闻活动的渠道	23
第二章 新闻	26
第一节 新闻的基本特点	26
第二节 两种新闻定义	28
第三节 新闻本源	35
第四节 新闻要素	37
第五节 新闻类别	39

2 新闻学概论

第三章 新闻与信息、宣传、舆论	44
第一节 新闻与信息	44
第二节 新闻与宣传	49
第三节 新闻与舆论	55
第四章 新闻事业的产生	64
第一节 中国古代社会的新闻传播工具	64
第二节 西方报纸是资本主义商品经济的产物	69
第三节 报纸、广播、电视、新媒体的产生	72
第四节 近代汉字报纸产生的特殊性	78
第五章 互联网与新媒体	84
第一节 互联网与新媒体	84
第二节 互联网——一场新的传播革命	96
第三节 新老媒体互动构建舆论新格局	99
第四节 争夺传播主导权——新传播革命的新课题	103
第五节 互联网与新媒体造就传媒新业态	107
第六章 新闻事业的发展及其基本规律	115
第一节 政治、经济制度决定新闻体制	116
第二节 生产力水平决定新闻事业的发展水平	120
第三节 传播工具的物理性能决定传播工具的特点	121
第四节 受众的多元需要促使媒体多样化	126
第五节 反映现实生活的需要决定新闻体裁的多样化	132
第六节 新闻教育适应新闻事业而产生、发展	137
第七章 新闻媒介的性质	140
第一节 新闻媒介的共性、特性、个性	140
第二节 新闻媒体的双重属性	144
第三节 新闻媒介产品的商品性	146
第四节 中国新闻事业的基本性质和特点	149

第八章 新闻事业的功能与效果	151
第一节 新闻事业的一般功能	151
第二节 新闻媒介的正效应与负效应	156
第三节 新闻媒介的功能定位	160
第四节 新闻媒介的传播效果	162
第五节 我国新闻媒体的作用和任务	169
第九章 大众传媒与社会	171
第一节 大众传媒与社会系统	171
第二节 大众传媒与政治	181
第三节 大众传媒与经济	187
第四节 大众传媒与文化	193
第五节 大众传媒与国际关系	199
第十章 新闻自由和社会控制	206
第一节 新闻自由的含义	206
第二节 新闻自由是伟大的口号	207
第三节 新闻自由属于人民	211
第四节 新闻法规	212
第十一章 新闻媒介的运行体制与管理模式	217
第一节 世界新闻媒介的三大运行体制	217
第二节 国家对媒介的管理	223
第三节 新闻媒介的内部管理和运行	225
第十二章 传媒业经营	233
第一节 传媒业经营的基本原则	233
第二节 传媒业经营的基本目标	236
第三节 传媒业经营的基本路径	239
第四节 互联网宣告精准营销的来临	244
第十三章 新闻媒介的受众	246
第一节 受众是谁	246

4 新闻学概论

第二节	受众是新闻媒介的参与者·····	249
第三节	受众的特点·····	252
第四节	受众的细分·····	256
第五节	新闻媒介的受众定位·····	258
第六节	受众的权利·····	264
第七节	受众和媒体认知·····	269
第八节	受众地位的新变化·····	271
第十四章	中国新闻事业的工作原则·····	273
第一节	新闻真实性·····	273
第二节	新闻指导性·····	290
第三节	新闻事业的群众性·····	305
第四节	新闻事业的战斗性·····	312
第五节	新闻事业的党性原则·····	324
第十五章	新闻生产与新闻选择·····	334
第一节	决定新闻生产的因素·····	334
第二节	新闻生产的场域·····	335
第三节	新闻选择和新闻选择的标准·····	338
第四节	新闻选择的具体运用·····	348
第十六章	新闻从业人员的专业理念、职业道德和修养·····	354
第一节	新闻专业理念·····	354
第二节	新闻工作者的职业道德·····	357
第三节	中国新闻事业对新闻工作者的基本要求·····	360
第十七章	中国的新闻改革·····	371
第一节	30年四次跨越·····	371
第二节	新闻改革的基本特点·····	380
第三节	中国新闻媒介的走势·····	383

附录一 中国新闻工作者职业道德准则·····	394
附录二 联合国国际新闻道德规约二则·····	398
后 记·····	401
三版后记·····	402
四版后记·····	403
五版后记·····	404

绪 论

第一节 新 闻 学

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,探索新闻事业的产生、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。

从新闻学的内容来说,大致可以分为理论、历史、应用三部分。

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。

新闻史:评述和研究有史以来人类的新闻活动的历史,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作借鉴。

新闻业务:总结、研究各种新闻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。

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,等等。

在上述四个方面内容中,新闻业务及媒介管理与经营属于新闻学应用部分。新闻学这三个部分是不可分割的一个整体。如果只有理论、历史,没有实际应用的部分,那么理论、历史不能有力发挥其应有的作用;如果只有实际应用的部分,没有理论、历史,那么只能使人知其然而不知其所以然。

《新闻学概论》主要是介绍新闻学的基本知识、基本概念、基本观