

2008 中國傳播學論壇
中華文化與傳播學的開拓創新國際學術研討會

新聞學與傳播學研究不同之範疇

政治大學新聞所 李 瞻 教授

2008 年 12 月 13-14 日

一、前言

近年新聞學與傳播學研究範疇，時有爭論，僅就個人所知，提供參考。

二、新聞學研究之範疇

根據聯合國教科文組織(UNESCO)對各國新聞傳播教育的調查研究，認為大學部新聞系之課程配置，主要有三大類，比例如下：

1. 語 文：包括本國語文與外國語文，約佔 30%
2. 社會科學：包括政治、經濟、法律、教育、企管與國際政治等類科，約佔 40%
3. 新聞學科：包括新聞學、新聞史、編輯採訪、專欄、評論寫作、發行廣告、公共關係、新聞自由、道德與法律、媒介與社會、國際採訪、廣播電視、節目製作、與名報人傳記等，其比例以 30% 為宜。

新聞系大學部，以培養記者為主，語文與社會科學極為重要，否則無法成為一位稱職的記者。故新聞學之研究，應以新聞學科相關的知識為研究之範疇。

三、傳播學研究之範疇

(一) 傳播學之起源：

「傳播學」是從二次大戰期間，美軍的「政治心理作戰部」演變而來，該部係由史丹福大學與耶魯大學的 3 位教授，即由 Dr. Wilbur Schramm、Dr. Carl Hovland 與 Dr. Harold Lasswell 所主持，係以政治學、心理學、社會學與說服學的綜合理論，從事戰時宣傳，協助獲得二次大戰的勝利。因此，他們 3 人榮獲美國總統與國會最高榮譽的自由勳章。1949 年，Dr. Wilbur Schramm 出版《Mass Communication and Modern Society》，此為傳播學的第一本專書，也

是傳播學研究的起源。

(二) 傳播學研究之內容

施蘭姆與拉斯威爾將傳播學研究範疇列為下列公式：

Who says What to Whom,
In Which Channel,
and with What Effects.

以上 Who，就是研究誰有權利掌控新聞媒介？這是有關政治哲學、傳播哲學、傳播政策與傳播制度的研究；Says What 是指對統計學與內容分析的研究；To Whom 是有關受眾特性的研究；In Which Channel 是對媒介功能的研究；and With What Effects 是對心理學、說服學與媒介傳播效果的研究分析。隨後又將說服學用於宣傳、廣告、公關與行銷的範疇，應用日廣。

四、新聞學與傳播學研究範疇之不同

由上說明，可知「新聞學」，大部分是對當前大學部新聞系傳統職業技術教育的研究；而「傳播學」則是對政治學、社會學、心理學、宣傳學、說服學以及與其他社會科學的綜合研究。這些研究大部分係屬傳播所與高級學位的研究範疇，兩者似應有所區別。

目前大陸各大學，通常都設有「新聞與傳播學系或學院」，同質性太高，很難達成「新聞」與「傳播」教育的專業目標。

五、美國著名大學新聞傳播教育之特點

美國的新聞傳播教育，各校多有特點，如密蘇里大學新聞學院，著重傳統新聞教育，主要培養地方記者與新聞實務人才；哥倫比亞大學新聞研究院，則培養高級新聞人才與國際特派員；耶魯大學則重視心理學的傳播研究；而麻省理工學院，則為政治傳播學的研究重鎮；又南加大與賓州大學則特別重視國際傳播、科技傳播與太空傳播的研究；而史丹福大學則重視傳播政策、公共電視與社會責任論的研究。至於伊利諾、密西根、西北與米尼蘇達等大學，則普遍重視社會學、政治學、法律學、電子媒介與傳播理論的研究。我國新聞傳播教育，何去何從？尚請諸位學者專家，集思廣義，共同指出我國新聞傳播教育的正確方向。以上淺見，是否適當。敬請批評指教，謝謝大家！

~ 完 ~