

<<中国当代理论新闻学>>

图书基本信息

书名：<<中国当代理论新闻学>>

13位ISBN编号：9787309035360

10位ISBN编号：7309035364

出版时间：2002-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：丁柏铨

页数：289

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国当代理论新闻学>>

前言

中国新闻教育经过20多年的快速发展，近几年已出现了一个新的转折：研究生招生人数的增长超过本科生招生人数的增长，个别新闻院系研究生在校的人数已接近本科生的在校人数。这是中国新闻教育结构的重大调整。

研究生的快速增长是对新闻媒体渴求高级采编、管理人才的回应。

研究生除了少部分继续攻读博士学位、留校任教和去其他科研、党政机关外，他们中绝大部分将进入新闻媒体。

与本科生相比，进入新闻媒体的研究生应该是学者型（专家型）的记者、编辑，他们应该有独立的科研能力，有独立的思考能力，在一两个领域有自己独立的见解，真正成为高级记者、高级编辑、高级评论员和管理人才。

在中国新闻传播业面临国际化的竞争之时，他们是一支任重道远的中坚力量。

然而，现在的研究生教育却难以达到这一水准，课程设置老化，师资力量不足，都是一时难以解决的难题，许多研究生课程不过是本科生的延续，甚至和本科生大同小异。

而研究生教材空缺却是研究生教育中最迫切需要解决的，全国几十家新闻院系的硕士研究生点，至今还没有系统的研究生教材。

有鉴于此，2001年5月，在复旦大学出版社的鼎力支持下，复旦大学新闻学院、复旦大学信息与传播研究中心联合全国高校新闻院系，决定共同出版一套研究生核心课程系列教材。

与会者共同商定：本教材是一套专著性、学术性教材。

教材一定要有原创性。

本教材应该吸收国内外研究的最新学术成果，但绝不是编编写写，必须要有原创性见解和观点，教材中除了历史陈述部分外，典型案例必须用最新资料。

教材一定要严格遵守学术研究的规范。

本系列教材作为研究生核心课程基本教材，涵盖新闻传播学的新闻、传播、广告三个专业以及三个专业的十几个研究方向。

教材的撰稿人或主编都是这个研究方向卓有成就的学术权威或全国高校公认的学术带头人。

从这个意义上讲，本系列教材向世人展示的是中国新闻传播学四年来的研究成果，代表着当代中国新闻传播学研究的最新水平。

我相信，它的权威性、前沿性和规范性将会得到社会的认可。

本系列教材的出版如果能够把全国高校研究生的教学推上一个新台阶，把新闻传播学研究推向一个新层次，那将是我们全体作者的最大心愿。

复旦大学出版社长期致力于新闻传播学著作、教材的出版，品位上乘，累积丰厚，影响广泛。

这次，他们调集精兵强将，花费大量心力，确保本系列教材的出版，是深具战略眼光的举措，我谨代表全体作者向复旦大学出版社表达深深的感谢。

<<中国当代理论新闻学>>

内容概要

理论新闻学，即新闻理论，与历史新闻学（新闻事业史）、应用新闻学（新闻业务）一起，构成了新闻学的三门分支学科。

本书与《新闻学概论》相衔接，然而又有所分工。

它着重阐述了新闻理论观念在市场经济条件下所作的调整，体现出鲜明的当代意识。

它是作者对当前我国精彩纷呈的新闻传播实践的敏锐感应，是对新的历史条件下新的新闻实践问题的理论升华，也是对当今新的新闻理论问题所作的理性思考。

本书在写作上不刻意追求系统性，但是在专题性、研究性、前沿性等方面努力体现出鲜明的特点，力求为丰富我国的理论新闻学作出一份贡献。

本书为新闻传播学研究生核心课程系列教材之一，既可作研究生教材，并可兼作高年级本科生参考或考研辅助教材，也可供媒体及宣传等部门人士进修、培训、研究之用。

<<中国当代理论新闻学>>

作者简介

丁柏铨，1947年6月出生，江苏无锡人。

现为南京大学新闻传播学系主任、教授、博士生导师，兼任教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会委员、中国新闻教育学会常务理事、江苏省新闻工作者协会常务理事、南京大学学术委员会委员、清华大学国际传播研究中心特约研究员、华中科

书籍目录

导论 第一节 中国当代理论新闻学的学理基础 一、关于时间概念“当代” 二、关于理论新闻学 三、中国当代理论新闻学的特点 四、中国当代理论新闻学的坚实基础 第二节 中国当代新闻事业的生存环境 一、良好的现实生存环境：不可或缺的外部条件 二、中国当代新闻事业的生存环境的实际内涵 第三节 中国当代新闻事业发展中的新课题 一、对新闻传媒属性的重新界定 二、新闻传媒的融资问题 三、传媒走向市场与新闻事业的党性原则 四、新闻舆论引导 五、对第四媒体的利用与限制 六、新闻舆论监督 七、加入WTO与新闻传播业的发展 八、新闻实践与新闻理论创新 第四节 改革开放以来理论新闻学的重大调整 一、理论新闻学调整的本质——创新 二、中国当代理论新闻学体系两个部分的调整 三、中国当代理论新闻学的历史性调整 第一章 理论新闻学对相关学科内容的借鉴 第一节 理论新闻学对传播学精华的借鉴 一、对中国理论新闻学渊源的考察 二、当代理论新闻学对传播学的借鉴 第二节 理论新闻学对“三论”精华的借鉴 一、理论新闻学对信息论的借鉴 二、理论新闻学对控制论的借鉴 三、理论新闻学对系统论的借鉴 第三节 理论新闻学对社会学精华的借鉴 一、新闻学与社会学有着紧密的联系 二、理论新闻学借鉴了社会学的范式 三、理论新闻学借鉴了社会学的方法 第二章 对新闻传媒属性的重新界定 第一节 重新界定新闻传媒属性问题的提出 一、人们对新闻传媒属性的认识：历史性的回顾 二、讨论新闻传媒属性的意义 第二节 新闻传媒的两种属性 一、新闻传媒的意识形态属性 二、新闻传媒的产业属性 第三节 新闻传媒两种属性之间的关系 一、两种属性在多数情况下的一致性 二、两种属性存在着某些内在的矛盾 三、寻求两种属性的契合之处 第三章 市场经济条件下受众的地位 第一节 对历史上受众地位的回顾 一、消极的受众与早期的“魔弹论” 二、活跃的受众与大众传播“无力论” 三、主动的受众与受众的权利 第二节 市场经济条件下的受众 一、经济体制的转变使受众的作用空前突出 二、较有代表性的受众观念 第三节 受众地位提升的意义及原因分析 一、受众地位提升的意义 二、受众地位提升的原因分析 第四章 新闻传媒功能的调整与延伸 第一节 对新闻传媒功能的传统理解 一、西方公众对新闻传媒功能的传统理解 二、我国公众对新闻传媒功能的传统理解 第二节 近年来新闻传媒功能的调整 一、新闻传媒功能的调整：以社会转型为前提 二、我国新闻传媒功能的大调整 第三节 近年来媒介功能的延伸 一、新闻传媒的部分功能在延伸 二、新闻传媒宣传功能的延伸 三、新闻传媒文化教育功能的延伸 四、新闻传媒功能影响范围的扩大 第四节 对新闻传媒功能调整和延伸的评价 一、与社会的变迁有着直接联系 二、与社会系统存在着密切的互动关系 第五章 受到多种规律制约的新闻传媒 第一节 意识形态工作规律对传媒的制约 一、新闻传媒与意识形态 二、新闻传媒属于特殊的意识形态工作部门 三、新闻传媒的运作受到意识形态工作规律的制约 第二节 新闻传播规律对传媒的制约 一、新闻传播是一个复杂的过程 二、新闻有效传播：传者、媒介、受众三者的协调互动 三、三者协调互动的具体内涵 第三节 市场运作规律对传媒的制约 一、新闻传媒与传媒市场 二、传媒市场与市场规律 三、对两种不同的经济体制条件下传媒运作的比较 第四节 诸种规律形成制约传媒的合力 一、诸种规律相互之间的一致性 二、诸种规律相互之间的一致性 三、诸种规律对传媒所形成的合力 第六章 传媒走向市场与新闻事业的党性原则 第一节 传媒走向市场后出现的新情况 一、国家根本制度和新闻传媒的基本属性并没有改变 二、新闻传媒走向市场后出现了一系列值得研究的新情况 第二节 坚持新闻事业党性原则中的精髓 一、仍然必须坚持新闻事业的党性原则 二、不能丢弃新闻事业党性原则中的精髓 第三节 新闻事业党性原则需吸收新的内容 一、新闻事业的党性原则不是一成不变的 二、新闻事业的党性原则必须吸收新鲜的时代内容 第四节 正确科学地坚持新闻事业党性原则 一、在新闻事业党性原则问题上所存在的错误认识 二、加强对市场经济条件下坚持新闻事业党性原则的研究 三、加强对市场经济条件下党报发展问题的研究 第七章 市场经济条件下新闻传媒的经营 第一节 科学经营：新闻传媒的根本立足点 一、传媒经营与其产业属性密不可分 二、科学经营是新闻传媒的生命线 三、新闻传媒应当有经营的意识 四、科学地进行传媒经营 第二节 市场经济条件下新闻传媒经营的内容 一、传媒产品的经营 二、传媒资本的经营 三、传媒广告的经营 四、其他产业的经营 第三节 市场经济条件下新闻传媒经营的机制 一、新闻传媒运行机制的改革 二、新闻传媒的集团化经营 三、借鉴现代企业制度的经验 四、新闻传媒的跨媒介经营 第八章 市场经济条件下新闻传媒的管理 第一节 市场经济条件下新闻传媒管理的特点 一、市场因素使新闻传媒管理的难度增加

二、经济全球化使新闻传媒管理趋于复杂 三、高新技术的使用使新闻传媒管理面临新课题 四、新闻实践的发展对管理工作提出了新的要求 第二节 市场经济条件下新闻传媒管理的内容 一、按舆论机构的属性进行管理 二、按传媒本身的规律进行管理 三、按市场运作的要义进行管理 四、按法律法规的规范进行管理 五、按职业道德的要求进行管理 第三节 市场经济条件下新闻传媒管理理论探讨 一、对新闻传媒的综合管理问题 二、对新闻传媒的科学管理问题 三、对新闻传媒的有效管理问题 第九章 新闻舆论引导与新闻规律 第一节 社会公众舆论的可导性 一、关于社会公众舆论 二、关于新闻舆论 三、用新闻舆论引导社会舆论的可能性 第二节 社会转型期舆论状况的复杂性 一、充分认识转型期社会情况的复杂性 二、充分认识社会转型期舆情的复杂性 第三节 新闻舆论引导与新闻有效传播 一、新闻有效传播是新闻舆论引导的基础 二、从哲学中借鉴方法论 三、实现传受双方的心灵沟通 四、从社会学中寻求帮助 第四节 新闻舆论引导必须遵循新闻规律 一、用受众信服的事实说话,充分发挥事实的作用 二、在真实报道事实的基础上进行言简意赅的解释点评 三、在新闻报道中坚持新闻价值与宣传价值的统一 四、在与受众的平等交流中引导社会公众舆论 第十章 新闻舆论监督:传媒的责任与困境 第一节 新闻传媒肩负舆论监督的神圣使命 一、新闻舆论监督的意义和作用 二、当今条件下新闻舆论监督的特点 三、新闻舆论监督:新闻传媒责无旁贷的使命 第二节 新闻舆论监督的现状和问题 一、当前新闻舆论监督工作的现状 二、新闻舆论监督工作中存在的问题 三、对新闻舆论监督实际状况的评析 第三节 对新闻舆论监督的几点理性思考 一、关于舆论监督与正面报道的关系 二、关于舆论监督与舆论引导的关系 三、关于舆论监督的法律保护问题 四、关于舆论监督难以开展的问题 第十一章 第四媒体的崛起对新闻传播业的影响 第一节 第四媒体崛起与媒介竞争新格局的形成 一、第四媒体在我国的迅速崛起 二、第四媒体在传播新闻方面的特点 三、新闻传媒竞争新格局的形成 第二节 第四媒体崛起对新闻传播实践的影响 一、第四媒体崛起使传媒传播方式发生巨大改变 二、第四媒体崛起使受众视听器官功能得到延伸 三、网络新闻传播使新闻传播实践发生了许多新变化 第三节 第四媒体崛起对新闻传播理论的影响 一、对传播模式理论的冲击和修正 二、对传播控制理论的冲击和修正 三、对传播效果理论的冲击和修正 四、对传播受众理论的冲击和修正 第十二章 加入WTO与我国新闻传播业的发展 第一节 加入WTO为我国新闻传播业所提供的机遇 一、我国新闻传播业跨上了进一步发展的新平台 二、细析加入WTO给我国新闻传播业带来的机遇 第二节 加入WTO对我国新闻传播业所提出的挑战 一、对加入WTO后我国新闻传播业所受影响的分层次分析 二、对加入WTO后我国新闻传播业所受影响的认识 第三节 加入WTO后我国新闻传播业应采取的对策 一、就新闻传播业的情况进行深入的调查研究 二、充分认识我国新闻传播业的长处和短处 三、大力推进新闻传播业的创新 四、培养创新型优秀新闻传播人才 后记 参考文献

章节摘录

八、新闻实践与新闻理论创新 新闻实践与新闻理论不进行创新就会失去活力。创新，是新闻事业发展的灵魂。

在社会发展进程中，新的生活内容层出不穷。

现实生活总是把前人所从未经历过的新课题摆到我们的面前。

我们无法回避，无法绕道而行。

面对新的实践进行思考和探索，这本身就是一种创新。

社会生活的变化，使原先的一套定则与现实不相适应。

例如，在计划经济条件下管理新闻事业的模式，已经不符合现实的需要，有必要进行相应的调整。

这同样离不开创新。

认定新闻传媒既有意识形态属性又有产业属性，按照双重属性的模式进行运作，这种认识和实践是前所未有的，无疑是一种创新；整合现有的传媒资源，组建传媒集团，进行资本运作，把传媒做大做强，这也是一种创新；在新闻业务层面，报道方式的不断改进，新的新闻文体的不断涌现，新的栏目的设置和不断改革，都程度不等地包含着创新的成分。

在当今和未来，我们需要进行以下三个方面的创新：一是新闻观念的创新，要淘汰某些明显落后于时代的新闻观念。

例如，只是把新闻传媒单纯看作党和政府的工作部门，看作与市场毫无联系的社会舆论机构；又如，把坚持新闻事业党性原则与新闻传媒的市场化运作相割裂、相对立；再如，把新闻传播等同于某些思想观念的生硬灌输，等同于简单的、乏味的宣传，等同于毫不讲究方法地重复某些概念；等等。

如果新闻观念没有相应的更新，就不可能有新闻实践和新闻理论的创新。

二是管理体制的创新。

应当承认，我们今天的管理体制，既有其合理的方面，又有其不合理的方面。

我们在对新闻事业的管理方面，在许多地方还保留着计划经济体制的痕迹。

与生生不息的新闻实践创新相此，新闻管理体制显得相对滞后。

当然，新闻管理体制的创新是一项政策性很强的工作，需要谨慎而行；但是，自从改革开放以来特别是市场经济体制建立以来，新闻传播业的内涵已经发生了很大的变化。

新闻事业的主管部门在深入调查研究的基础上，与时俱进，不断地进行管理体制创新，实在是迫在眉睫的事情。

与管理体制创新相联系的是机制的创新。

对于新闻传媒来说，要提高其核心竞争力，要能够占领市场和赢得受众，很重要的一条在于，必须进行机制（用人的机制、劳动报酬分配的机制、经营的机制、资本运作的机制等等）的创新。

三是新闻业务的创新。

要研究怎样使新闻报道让受众感到耳目一新，喜闻乐见；要研究怎样通过创新增强新闻报道对受众的吸引力和影响力。

靠老面孔、老套套，是不可能把受众的眼球吸引住的。

从口头上、理论上鼓励创新并不困难。

媒体关注与评论

后记 这是我学术研究生涯中写作最为艰难的一部著作。

丛书的总主编李良荣教授要求我，在该专著中对新闻学概论中的一般性理论不作泛泛的论述，而以市场经济体制建立以后新闻传播业所出现的重大实践和与此相联系的重大理论问题为研究探索的起点。虽然近10年来我一直有志于研究新闻传播的重大现实问题和理论问题，有过一些思考和积累，发表过一些学术论文，在平时的教学中也就此展开过比较系统的探讨，但进入到具体研究和写作的阶段，仍然感到任务非常艰巨，以至于必须经常停下笔来，进行长时间的思考。

市场经济体制确立以来，新闻事业紧随社会前进的脚步，也有了迅速的发展，新生事物层出不穷：许多新生事物至今仍然在发展变动之中，这就给理论工作者进行价值判断和理论研究带来了很大的难度，对变动中的事物作出判断，常常必须承担理论风险；对重大新闻实践和新闻重大理论进行近距离的研究，往往会受到诸多因素的制约。

总之，进行这样一种研究，难度是可以想见的。

但是，我始终认为，新闻理论研究应该有勇气面对新闻实践中所出现的现实问题，有勇气近距离地研究新闻实践和新闻理论问题，有勇气思考和回答新闻实务界、新闻理论界的热点问题和难点问题。

新闻理论研究应当能给新闻实务工作者以启迪。

新闻理论研究应当解渴和管用。

本书也是我从事研究生教学工作所形成的结晶，复旦大学出版社在组稿时即把它列为“新闻传播学研究生核心课程系列教材”中的一种，也是符合双方初衷的。

如它对新闻传播类研究生教学有什么帮助的话，便是对我莫大的鼓励了。

本书的写作，历时近两年时间，调动了本人近十年的积累。

尽管如此，本人仍然有一种诚惶诚恐的感觉。

本书的第一章、第三章、第四章，是我邀请在读博士、本系青年教师夏文蓉副教授撰写的。

在此特作说明，并对她致以谢忱。

拙著的部分章节，曾在《江海学刊》、《江苏社会科学》、《南京大学学报》、《现代传播》、《新闻业务研究》、《新闻记者》、《新闻界》、《新闻知识》、《新闻传播》、《中华新闻报》等报纸杂志上发表过，在此向上述报刊一并致谢。

期待着得到批评指正。

丁柏铨 2002年2月1日

<<中国当代理论新闻学>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>