

<<中国网络新闻事业管理>>

图书基本信息

书名：<<中国网络新闻事业管理>>

13位ISBN编号：9787300057583

10位ISBN编号：7300057586

出版时间：2004-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：杜骏飞 编

页数：437

字数：403000

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>

<<中国网络新闻事业管理>>

内容概要

自1997年国务院学位委员会将新闻传播学擢升为一级学科以来，中国的新闻传播学学科建设突飞猛进，有了重大发展，也对教学、科研以及学术著作出版提出了新的、更高的要求。

继1999年中国人民大学出版社推出“21世纪新闻传播学系列教材”之后，北京广播学院出版社、华夏出版社、南京大学出版社、中国社会科学出版社、新华出版社等十余家出版社纷纷推出具有不同特色的教材和国外新闻传播学大师经典名著汉译本。但标志本学科学术水平、体现国内最新科研成果的专著尚不多见。

同一时期，中国的新闻传播学教育有了长足进展。新闻传播学专业点从1994年的66个猛增到2001年的232个。据不完全统计，全国新闻传播学专业本科、专科在读人数已达5万名之多。新闻传播学学位教育也有新的增长。目前全国设有博士授予点8个，硕士授予点40个。中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等一批研究型院系正在崛起。北京大学和清华大学的新闻传播学教育以高起点、多专业为特色，掀开了这两所百年名校蓬勃发展的新一页。北京广播学院以令人刮目相看的新水平，跻身中国新闻传播教育名校之列。武汉大学新闻与传播学院等以新获得博士授予点为契机所展开的一系列办学、科研大手笔，正在展示其特有的风采与魅力。学界和社会都企盼这些中国新闻传播教育的“第一梯队”奉献推动学科建设的新著作和新成果。

进入新世纪以来，随着以互联网为突破口的传播新媒体的迅速普及，新媒体与传统媒体的联手共进，以及亿万国人参与大众传播能动性的不断强化，中国的新闻传媒事业有了全方位的跳跃式的大发展。人民群众对大众传媒的使用，从来没有像今天这样广泛、及时、须臾不可或缺，人们难以逃脱无处不在、无时不有的大众传媒的深刻影响。以全体国民为对象新闻传播学大众化社会教育，已经刻不容缓地提到全社会，尤其是新闻传播教育者面前。为民众提供高质量的新闻传播学著作，已经成为当前新闻传播学界的一项迫切任务。

这一切都表明，出版一套满足学科建设、新闻传播专业教育和社会教育需求的高水平新闻传播学学术著作，是当前一项既有学术价值又有现实意义的重要工作。“新闻传播学文库”的问世，便是学者们朝着这个方向共同努力的成果之一。

“新闻传播学文库”希望对于新闻传播学学科建设有一些新的突破：探讨学科新体系，论证学术新观点，寻找研究新方法，使用论述新话语，摸索论文新写法。一句话，同原有的新闻学或传播学成果相比，应该有一点创新，说一些新话，文库的作品应该焕发出一点创新意识。

创新首先体现在对旧体系、旧观念和旧事物的扬弃。这种扬弃之所以必要，人文社会科学工作者之所以拥有理论创新的权利，就在于与时俱进是马克思主义的理论品质，弃旧扬新是学科发展的必由之路。恩格斯曾经指出，我们的理论是发展的理论，而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。一位俄国作家回忆他同恩格斯的一次谈话时说，恩格斯希望俄国人——不仅仅是俄国人，不要去生搬硬套马克思和他的话，而要根据自己的情况，像马克思那样去思考问题，只有在这个意义上，“马克

<<中国网络新闻事业管理>>

思主义者”这个词才有存在的理由。

中国与外国不同，旧中国与新中国不同，新中国前30年与后20年不同，在现在的历史条件下研究当前中国的新闻传播学，自然应该有不同于外国、不同于旧中国、不同于前30年的方法与结论。

因此，“新闻传播学文库”对作者及其作品的要求是：把握时代特征，顺应时代要求，紧跟时代步伐，站在时代前列，以马克思主义的理论勇气和理论魄力，深入计划经济到市场经济的社会转型期中去，深入党、政府、传媒与阅听人的复杂的传受关系中去，研究新问题，寻找新方法，获取新知识，发现新观点，论证新结论。

这是本文库的宗旨，也是对作者的企盼。

我们期待文库的每一部作品，每一位作者，能有助于把读者引领到新闻传播学学术殿堂，向读者展开一片新的学术天地。

创新必然会有风险。

创新意识与风险意识是共生一处的。

创新就是做前人未做之事，说前人未说之语，或者是推翻前人已做之事，改正前人已说之语。

这种对旧事物旧体系旧观念的否定，对传统习惯势力和陈腐学说的挑战，对曾经被多少人诵读过多少年的旧观点旧话语的批驳，必然会招致旧事物和旧势力的压制和打击。

因此，执著于理论创新的学人们，又必须时时唤醒自己的风险意识。

再说，当今的社会进步这么迅猛，新闻传媒事业发展这么飞速，新闻传播学学科建设显得相对迟缓和相对落后。

这种情况下，“新闻传播学文库”作者和作品的一些新观点新见解的正确性科学性有时难以得到鉴证，即便一些正确的新观点新见解要成为社会和学人的共识，也有待实践和时间。

因此，张扬创新意识的同时，作者必须具备同样强烈的风险意识。

我们呼吁社会与学人对文库作者及其作品给予最多的宽容与厚爱。

这里并不排斥而是真诚欢迎对作品的批评，因为严厉而负责的批评，正是对作者及其作品的厚爱。

当然，“新闻传播学文库”有责任要求作者提供自己潜心钻研、深入探讨、精心撰写、有一定真知灼见的学术成果。

这些作品或者是对新闻传播学学术新领域的拓展，或者是对某些旧体系旧观念的廓清，或者是向新闻传媒主管机构建言的论证，或者是作者运用中国语言和中国传统文化对海外新闻传播学著作的新的解读。

总之，文库向人们提供的应该是而且必须是新闻传播学学术研究中的精品。

这套文库的编辑出版贯彻少而精的原则，每年从中国人民大学校内外众多学者的研究成果中精选三至五种，三至四年之后，也可洋洋大观，可以昂然耸立于新闻传播学乃至人文社会科学学术研究成果之林。

新世纪刚刚翻去第一页，中国人民大学出版社经过精心策划和周全组织，推出这套文库。

对于出版社的这种战略眼光和作者们齐心协力的精神，我表示敬佩和感谢。

我期望同大家一起努力，把这套文库的工作做得越来越好。

作者简介

杜骏飞，南京大学新闻传播学院教授，传播学系主任，南京大学网络传播研究中心(CMCRC)主任。

主要著作：《网络新闻学》，《弥漫的传播》，《深度报道原理》(第一作者)，《网络传播概论》(主编)。

其中，《网络新闻学》为国内第一部建构网络新闻传播理论的学术著作；《

书籍目录

第一章 演进与变革 第一节 媒介发展的历史 一、印刷媒介, 大众传媒的发端 二、电子媒介, 大众传媒的大发展 三、网络媒介, 交互式媒介的产生 第二节 把关人的转化 一、把关人在大众传播媒介中的意义 二、把关的流程 三、把关的依据 四、网络媒介中把关人意义的转化 第三节 媒介的利用 一、不同媒介渠道的利用 二、选择媒介的公式第二章 传播效果(上) 第一节 传播效果研究回瞻 一、传播效果研究的历程 二、风格时效果理论的冲击 三、网络时代效果理论的嬗变 第二节 网络环境下的“使用—满足理论” 一、理论回顾与反思 二、在网络环境下的发展第三章 传播效果(下) 第一节 网络环境下的议程设置理论 一、理论的回顾与反思 二、网络环境下的议程设置 第二节 沉默的螺旋模式的消解 一、理论回顾与反思 二、沉默的螺旋在网络中的消解 第三节 数码沟理论的兴起 一、理论的回顾与反思 二、数码沟理论的现状与前瞻第四章 编年史 第一节 概述 一、由附庸而蔚为大国 二、两上发展阶段 第二节 1995-1998 一、1995年的中国网络媒体 二、1996年的中国网络媒体 三、1997年的中国网络媒体 四、1998年的中国网络媒体 第三节 1999-2002 一、1999年的中国网络媒体 二、2000年的中国网络媒体 三、2001年的中国网络媒体 四、2002年的中国网络媒体第五章 业界考察第六章 原创问题第七章 流言第八章 舆论引导第九章 法治要义第十章 新闻侵权第十一章 信息查寻行为第十二章 新闻网站建设第十三章 战略管理

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>