

<<媒介公信论>>

图书基本信息

书名：<<媒介公信论>>

13位ISBN编号：9787501190928

10位ISBN编号：7501190925

出版时间：2010-1

出版时间：新华出版社

作者：江作苏 等著

页数：370

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>

<<媒介公信论>>

内容概要

《媒介公信论》一书是基于当代中国新闻理论最前沿的问题之一，即媒介公信力问题而展开研究的理论成果。

2008年，胡锦涛同志在视察人民日报社的讲话中，提到了媒介公信力的重要作用。

这是党的最高领导人首次把公信力概念引入党对新闻工作的指导意见，具有重要的理论意义。

本书以理论与实际相结合的研究方法，努力从现象与理论两个源头上溯，对公信力问题产生的历史纵深作了深入的考察；对传媒界涉及公信力的各种理论，作了厘清与梳理；对确立中国特色的公信力理论，作了建构性的尝试；对业界运行中存在的公信力缺失问题，作了对策性研究。

通过对媒介公信力进行历史考察、理论构建和实务探索，本书力图初步构建一个较为完整的媒介公信力理论体系。

该书为湖北省社科基金特别委托项目《新形势下媒介公信力研究》的最终成果，也是作者《责任造就公信力》（该论文获得2006年度中国新闻奖一等奖）一文的再次理论深化和突破。

相关研究成果对于全国新闻出版界从业人员的专业精神和职业道德培养也有一定的指导价值和借鉴意义。

<<媒介公信论>>

作者简介

江作苏，1953年9月生，1982年毕业于复旦大学。

中华全国新闻工作者协会常务理事，湖北省新闻工作者协会主席，湖北日报传媒集团党委书记、董事长、社长，高级记者，武汉大学博士生导师，华中科技大学、中南财经政法大学和湖北大学客座教授。

长江韬奋奖获得者，全国百佳新闻工作者，湖北省有突出贡献中青年专家，享受国务院特殊津贴。

坚持深入实际，深入基层，采写了大量新闻作品，获业内外好评，1996年获首届湖北“名记者”称号。

担任集团主要领导后，提出“责任造就公信力”理念，撰写的新闻论文《责任造就公信力》和策划组织的“荣辱观的生活解读”系列报道，同时各获第十七届中国新闻奖一等奖。

组织的“记者走基层”专栏获第十八届中国新闻奖名专栏奖。

出版有《记者心语》《我随东风万里行》《浙江星火借入楚》《江河归大海》《责任造就公信力》《创新带来生命力》《严谨培育持久力》《亲见切思录》等专著。

<<媒介公信论>>

书籍目录

导论 一、社会转型离不开媒介公信力推动 二、社会和谐建设需要媒介公信力参与 三、社会发展中媒介公信力的道义履行

第一章 媒介公信力理论建构 1.1 “公信力”与“媒介公信力” 1.1.1 公信力 1.1.2 媒介公信力 1.2 媒介公信力的理论支撑 1.2.1 哲学 1.2.2 传播学 1.2.3 新闻学 1.2.4 社会学 1.2.5 心理学 1.2.6 伦理学 1.2.7 经济学 1.2.8 法学 1.2.9 组织行为学 1.3 马克思主义经典作家论公信力 1.3.1 马克思恩格斯论媒介公信力 1.3.2 列宁论媒介公信力 1.3.3 毛泽东论媒介公信力 1.3.4 刘少奇论媒介公信力 1.3.5 邓小平论媒介公信力 1.3.6 江泽民论媒介公信力 1.3.7 胡锦涛论媒介公信力

第二章 媒介公信力历史考察 2.1 中国媒介公信力历史考察 2.1.1 古代中国媒介公信力起源考察 2.1.2 近现代中国媒介公信力历史考察 2.1.3 当代中国媒介公信力历史考察 2.2 外国媒介公信力历史考察 2.2.1 古代外国媒介公信力起源考察 2.2.2 近现代外国媒介公信力历史考察 2.2.3 当代外国媒介公信力历史考察

第三章 媒介公信力价值表现与现实表征 3.1 媒介公信力价值表现 3.1.1 道德建构与伦理彰显 3.1.2 公正传播与正义主张 3.1.3 社会进步与媒体地位 3.2 媒介公信力的功能 3.2.1 公信力是媒介的核心竞争力 3.2.2 公信力是新闻专业主义的职业体现 3.2.3 公信力影响大众媒介功能的发挥 3.3 媒介公信力的体现 3.3.1 以人为本 3.3.2 内容真实 3.3.3 导向正确 3.3.4 形式亲和 3.4 当代社会媒介公信力的异化 3.4.1 虚假新闻 3.4.2 煽情主义新闻 3.4.3 有偿新闻 3.4.4 虚假广告

第四章 媒介公信力因素分析 4.1 媒介公信力的市场机制 4.1.1 媒介公信力的生成模式 4.1.2 媒介公信力的产生机制 4.1.3 媒介公信力的发展层次 4.1.4 媒介公信力生成控制 4.2 媒介公信力的判断维度分析 4.2.1 判断维度的构成与特点 4.2.2 媒介公信力的维度构成 4.2.3 媒介公信力的影响因素分析 4.2.4 微观的受众系统影响因素分析 4.3 媒介公信力的标准 4.3.1 衡量强势媒介的标准：以公信力为核心要素 4.3.2 党报公信力的建构与框架 4.4 媒介公信力的测评 4.4.1 媒介公信力测评的基本维度 4.4.2 媒介公信力测评的实例分析

第五章 社会发展需要媒介公信力 5.1 社会转型期亟须发挥媒介公信力作用 5.1.1 公民社会产生和成熟带来的媒介需求 5.1.2 科技进步带来的信息直观与受众地位的超越 5.1.3 “以人为本”和媒介公信力建设 5.2 社会舆论引导与媒介公信力 5.2.1 以人为本：从新闻自由原则到社会责任原则 5.2.2 维护新闻的真实性，坚持客观公正的原则 5.2.3 正确引导舆论——建构媒介公信力的根本要求

第六章 责任造就公信力 6.1 责任造就媒介公信力 6.1.1 契约责任与非契约责任 6.1.2 责任内化与公信力外现 6.2 媒介责任与构建媒介素养 6.2.1 媒介素养影响媒介公信力 6.2.2 媒介素养的核心价值与培育 6.2.3 民本意识优化媒介素养 6.3 公信力重在制度建设 6.3.1 伦理与法律的双重严肃性 6.3.2 信息公开法律对公信力建设的基础性作用 6.3.3 制度性嵌入的调控手段

结语参考文献后记

<<媒介公信论>>

章节摘录

媒介公信力是公信力的一种，是媒介的一种客观属性，同时，媒介是整个社会系统的一个子系统，其社会活动过程中的行为和表现特别是它的新闻传播活动直接面向公众，要靠公众来评价，因此传媒的公信力也离不开公众的主观评价。

从这个意义上说，传媒公信力不仅仅是传媒的客观属性，也是一个因公众而异的变量，也具有公信力所具有的主客体二重性，是指在社会公共生活中，受众和新闻媒介机构在新闻传播活动中表现出的一对公开、公平、客观、正义、效率、人道、责任的相互作用力——信任力和责任感，包含以人为本、内容真实、导向正确、形式亲和四个方面。

媒介公信力实质是受众和新闻媒介机构在新闻传播活动中履行社会契约承担社会责任而展现的信任力和责任感。

新闻媒介展示的责任是信任基础，受众展示的信任是责任体现。

受众与新闻媒介彼此相互影响，新闻媒介履行责任，是信息和意见的传播起点，受众展示信任，既是信息和意见的接受端，也是信息和意见的反馈端，新闻媒介是信息和意见反馈的接受端，彼此循环往复的传播，属媒介伦理学范畴。

它一方面反映了受众对一个媒介的满意度和信任度，另一方面反映了该媒介在受众中的吸引力、影响力、号召力、引导力，是媒介的社会皮肤，是媒介竞争的关键，是媒介追求的目标。

<<媒介公信论>>

后记

2008年6月20日，胡锦涛总书记视察人民日报社时强调指出：“要不断提高舆论引导的权威性、公信力、影响力”。

这是胡锦涛第一次以中国共产党核心领导人的身份，把“公信力”概念引入中国特色的新闻理论。

实践证明，公信力产生吸引力，公信力决定影响力，公信力决定感召力，公信力决定引导力。

在全球化背景下，在政治民主化、经济市场化、社会风险化、文化多元化、科技网络化等环境下，媒介适应新形势发展，如何提高公信力，增强吸引力，提升媒介影响力，加大感召力，强化引导力，警示、揭示并化解社会矛盾和冲突，推动社会和谐发展，科学发展，是摆在媒介面前刻不容缓的严峻课题。

2006年，我提出了“责任造就公信力”这一理念，在这一理念的指导下，我所在的湖北日报传媒集团开展了一系列以“责任造就公信力”为主旨的实践和探索，不断取得良好的社会效益和经济效益，集团作为全国第一个拥有百万份报纸和百万份期刊的“双百万”集团，保持着持续发展态势。

2007年拙著《责任造就公信力》出版后，继续多视角地思考媒介公信力，研究媒介公信力，探索媒介公信力。

我所主持的湖北省社科基金特别委托项目《新形势下媒介公信力研究》，在湖北省社科基金的资助下，相关研究顺利开展、不断推进，《媒介公信论》是本课题研究的最终成果。

《媒介公信论》以建构有中国特色的公信力理论为研究构想，直面中国媒体浮躁和虚夸的现实，从现实的新闻世界图景里，通过新闻工作者和新闻媒体主体性的责任建构，力图初步建立一个相对完善的有中国社会主义新闻事业特色的媒介公信力理论体系。

<<媒介公信论>>

媒体关注与评论

公信力是一张报纸存在的基石。

——《人民日报》副总编辑米博华“责任造就公信力”理念，是湖北新闻界对中国新闻界的一个贡献。

——中宣部新闻局副局长 刘汉俊公信力完全可以转化为办报优势，也是开创未来的优势。

——中国记协书记处书记赵晨仔“责任造就公信力”，一个理当响彻整个新闻界的口号。

——中国传媒大学教授、博士生导师 王武录用睿智的技巧增强公信力。

——北京大学新闻学院教授、博士生导师 陈昌风责任是实现媒体公信力的根本。

——清华大学新闻与传播学院教授 博士生导师 刘建明让公信力转化为影响力。

——中国人民大学新闻学院教授、博士生导师 蔡雯

<<媒介公信论>>

编辑推荐

《媒介公信论》：新华出版社隆重推出：新华新闻传播精品书系汇聚当代传媒理论大家权威观念

<<媒介公信论>>

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>