

<<中国新闻传播史>>

图书基本信息

书名：<<中国新闻传播史>>

13位ISBN编号：9787302188728

10位ISBN编号：7302188726

出版时间：2009-1

出版时间：清华大学出版社

作者：陈昌凤

页数：405

字数：527000

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>

## <<中国新闻传播史>>

### 前言

新闻传播史是一门考察和研究新闻事业发展规律及其衍变规律的科学，是新闻传播学的重要组成部分。

中国新闻传播史的研究已经有100多年的历史。

从1917年第部新闻传播史专著问世，到建国前，这方面的专著已不下50种，其中最具代表性的是1927年出版的戈公振的《中国报学史》。

中华人民共和国成立以后，特别是1978年十一届三中全会以来，新闻传播史的研究取得了空前的进展，通史、断代史、编年史、专业史、地方史、专题史、媒介史、新闻教育史等方面的研究全面开花，研究思路和视角不断拓展，新闻传播史方向的教学研究工作者新人辈出，不断有厚重的佳作问世，教材也不断更新，为新的研究奠定了坚实的基础。

新闻传播史的研究，隶属于人文社会科学领域。

传统的新闻学，基本上是纳入人文科学范畴的，注重的是其人类的文化特质。

之后新闻学经过拓展，逐渐引用社会科学的理论和方法，通过传播学延伸到比较广阔的领域。

## <<中国新闻传播史>>

### 内容概要

本书开创了新闻史的新写法，从传媒社会学的视角展开，借鉴西方新闻传播史研究的范式和方法，并密切联系中国新闻传播的自身规律，从体例、内容到研究方法都有所创新。

全书以新闻业为经，以社会变迁为纬，从三个层次上展开：第一个层次，从传媒与社会的宏观框架里谋篇布局；第二个层次，从传媒的社会功能，考察中国传媒的变迁，确定各章的主题和论述的线索；第三个层次，从现代化的视角，深入考察传媒的社会功能。

本书重视专业史的特性，每一章都做到重点突出，史论结合。

书中征引颇广，涉及多个领域，对于历史资料的梳理要言不烦，自制了多个图表，便于读者征引和省览；一些琐细的知识点整理得井然有序、一目了然；文字简约，可读易记。

## <<中国新闻传播史>>

### 作者简介

陈昌凤，博士，清华大学新闻与传播学院教授，中国新闻史学会副会长，教育部高等学校新闻学学科指导委员会委员，曾任北京大学新闻与传播学院副院长、新闻系主任，

著作：《香港报业纵横》，《中美新闻教育：传承与流变》，《蜂飞蝶舞——旧中国著名报纸副刊》等

## &lt;&lt;中国新闻传播史&gt;&gt;

## 书籍目录

序一序二第一章 绪论 第一节 新闻传播史是一门科学 第二节 研究路径：传媒的社会功能与媒介社会学第二章 新闻传播活动与古代中国社会 第一节 传播活动发端于人类社会的产生 第二节 古代报纸的诞生和形态 第三节 古代报纸的内容和形式 第四节 古代官报的管理与发行体制 第五节 坎坷的历代民间报纸 第六节 中国古代的新闻控制 第七节 古代社会条件下的新闻传播事业第三章 中国近代新闻业：西学东渐的产物 第一节 近代传媒诞生的社会背景 第二节 西方人在中国办报的开始 第三节 鸦片战争后的在华外报 第四节 近代外报的社会功能第四章 近代化图景中的国人报刊 第一节 国人报刊与近代化同步发端 第二节 报业与近代政制改良：维新报刊主导的国人办报热潮 第三节 报业与近代政体革命：革命报刊主导的国人办报高潮 第四节 近代化的重要标志：新闻法制建设第五章 五四时期报刊与文化现代化 第一节 《新青年》与文化启蒙 第二节 五四报刊与文学革命 第三节 五四报刊与民主科学 第四节 马克思主义等主流思潮的传播 第五节 五四时期新闻业务的改革 第六节 新闻专业化的形成第六章 商业报刊及其资本主义企业化运营 第一节 资本主义商业报刊及其方针 第二节 商业报纸及其业务发展 第三节 商业报纸的经营模式 第四节 商业报刊与自由主义新闻思想第七章 新闻传媒与中国现代政党政治 第一节 主导性政治力量：国民党的官方新闻体系 第二节 国民党的“三民主义新闻思想”与新闻控制 第三节 独立政治力量的崛起：共产党的新闻事业 第四节 马列主义主导下的中国共产党新闻思想 第五节 日占时期沦陷区的敌伪报纸：反动的准党报第八章 泛政治化的新闻传播：1949—1976 第一节 新体系：新中国的新闻事业 第二节 经济恢复时期：传媒显示社会发展功能 第三节 1956年的新闻改革：新闻专业主义无果而终 第四节 “反右”运动：传媒成为阶级斗争的工具 第五节 “大跃进”：媒体对新闻原则的反叛 第六节 十年“文革”：传媒工具论登峰造极第九章 改革开放的新闻传播 第一节 拨乱反正中，传媒重塑形象 第二节 改革开放后，新闻传播全面变革 第三节 新中国新闻教育和研究的发展 第四节 中国共产党领导人的新闻观点第十章 生产力大释放的传播媒介 第一节 新闻业面临的机遇与挑战 第二节 传媒体制的困境与变革 第三节 新生态下的新旧媒体 第四节 传媒产业化：体制性变革

章节摘录

第一章 绪论 第二节 研究路径：传媒的社会功能与媒介社会学 一、关于媒介社会学 媒介社会学，是20世纪中叶以后从传播学和社会学的交叉中形成的一门年轻的边缘学科，又称为“传播社会学”。它是以社会学和传播学的基本理论，来分析、解释和研究传播和社会之间相互影响的各种问题。或说是运用社会学理论，分析传播过程、研究媒介和社会的相互作用、相互影响。因为是社会学和传播学的交叉性的研究，因此就出现了两种角度：一是根据社会学的理论，把传播当作社会中的一项制度，研究它的结构、功能以及责任、表现；二是从传播学的理论，研究大众传播对社会所产生的影响和效果。

由于传播学理论本身也是在发展中，因此媒介社会学就更不确定。媒介与社会的关系，从结构上来说呈发散性的。从英国学者巴勒特的模式里，就可以看出其思路。

<<中国新闻传播史>>

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>