第一图书网, tushu007.com

<<精品新闻学>>

图书基本信息

书名：<<精品新闻学>>

13位ISBN编号：9787501183135

10位ISBN编号：7501183139

出版时间：2008-4

出版时间：新华出版社

作者：孔祥军

页数：256

字数：200000

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

内容概要

本书在学理和术用两个层面对新闻精品展开带有浓厚原创色彩的系统研究。
“ 新闻精品 ”是上世纪90年代出现的新事物，“ 新闻 ”和“ 精品 ”之间的关联性不强而使其成为一个“ 矛盾 ”概念。
解决矛盾则产生第三种话语——此正是本命题之理论目标所在。
其应用性目标则出于应对媒体低俗化之需。
“ 低俗之风 ”在美国媒体由来已久，实为19世纪30年代后媒体转型之伴生物，至今而成痼疾。
中国社会于今转型，新闻转型亦在其中，他人教训应引以为戒。
应对之策有赖于新闻人文化上的“ 自觉 ”——媒体组织精品文化建设乃成一种良策。
由是而引入西方的社会性建构和组织文化理论，经本土化改造后，前者为本命题奠基，其思想内涵尚且构成新闻精品理论的元素；后者则既属精品理论的一个成分，更为理论之实施搭建起运行框架。
理论建构需要起点，以时空关系为框架进行概念溯源和现实定位势在必行。
以“ 新闻界的一般状况 ”为基点，以“ 新闻佳作 ”为新闻精品之元形态标本，进行历时性考察得知，新闻精品之发轫期可大致锁定于马克思为《纽约论坛报》撰稿之1852年至“ 普利策新闻奖 ”设立之1917年时段。
期间、其后，举凡中外新闻人杰如邵飘萍、拉塞尔(William H.RLissell，英)、里德(John Reed，美)者之力作当属“ 精品 ”之选。
1979年后，中国先后设立的“ 全国好新闻 ”奖项和“ 中国新闻奖 ”为新闻精品概念之诞生营造了一个适宜的氛围。
从上世纪90年代初开始，新闻精品字样开始出现在个别文献中。
中宣部的“ 五个一工程 ”和人民日报社的“ 精品年 ”活动彰显了新闻精品的价值。
1999年，刘海贵教授专文论述，新闻精品概念出现。
作共时性考察可知，新闻精品以其“ 显度 ”、“ 深度 ”和“ 人文高度 ”卓立于报道之中，近则与获奖新闻作品相融，邻则与“ 五个一工程 ”精品呼应，在一个优劣互鉴的媒体文化和信息经济的格局中与焉共生。
本书以概念建构化解矛盾。
在吸收前述成果的基础上，先对发展中的“ 新闻 ”和形成中的“ 精品 ”作定义梳理，后作逻辑推演，导出新的定义：“ 新闻精品是指内容精确、体式精炼、有精神张力的新闻作品。
”新闻精品标准以学界的观点和政府的评奖标准为参照，设定为“ 一般新闻标准的超越 ”和“ 标准重构 ”两种并行不悖的尺度。
由概念而原理，是理论建构的基本取向。
新闻精品原理的内容为：(一)新闻精品的成因，其内因出自记者的社会责任感与“ 成名的想象 ”；外因来自社会及媒体组织对“ 榜样 ”的认定和学界的“ 理想类型 ”建构。
(二)新闻精品的基本动力来自媒体文化与优性文化的互动。
媒体文化是社会文化的重要载体，其中包含着“ 中性文化 ”、“ 优性文化 ”和“ 劣性文化 ”。
媒体的文化“ 搅拌机 ”功能使其源源不断地炮制出各色文化产品。
新闻精品仅属其中一种。
(三)媒体组织文化是新闻精品生产的一种有效机制。
“ 媒介即是媒介 ”，此言意在提醒社会文化生产者应始终保持一种理性或自觉。
“ 媒介也是媒介组织 ”，这意味着媒体组织是文化的再生产者，对社会文化的质量有不可推卸之责。
因此，新闻精品生产，势必从媒体组织文化建设开始。
媒体组织文化可以简单地被看做是对一个媒体组织在其运行中所形成的思维和行为方式，包括传统、价值观和职业规范等的总结归纳。
它具有社会性、开放性、矛盾性和交互性等特征。
媒体组织的精品文化运行，基于其对产品价值即“ 产品在传播中体现出来的道德和审美意义 ”的认定。

这就在文化根基上把“低级趣味”的劳动排除在了价值的范畴之外。
以此为基础进行价值观建构，形成“新闻专业主义”、“优性文化导向”和“学习与创新”的精品价值观。
它们通过制度文化的规范性功能去影响和协调人们的行为。
本书在厘清了制度文化与制度的渊源关系之后，注意到了传统的媒体组织结构正在从“官僚结构”向“新组织”的扁平化和人性化结构转型的趋势，以此强调制度文化在当下媒体组织发展中的重要意义。
认为在新旧制度交替时期，可以将“精品团队”用做制度文化的载体，在精品制作中发挥作用，为此特别介绍了一个具有可操作性的精品团队模型。
　新闻精品是内容、形式和思想性(精神张力)的有机统一。
行为文化的目标就是整合这三种资源。
“思想性”来自精品价值观，体现为三种精品报道理念：(一)彰显新闻价值，即实现“新闻价值最大化”。
(二)引领社会进步，重在提升大众品位。
(三)强调和谐统一，主要指作品的内在和谐。
记者的道德品格和思维方法则是精品报道理念的保障体系。
前者所谓“道德文章”、“文品即人品”。
后者系指辩证思维和科学思维，即用“对立统一”的观点看问题，用科学知识去弥补和修正事实中的非理性因素。
“内容”涉及事实要素及其符号化建构，重在意义的建构。
而“叙述框架”是一种主要的意义建构途径。
“形式”集中体现为报道体式，对“新华体”的结构剖析表明，它堪称中国报道体式中的“理想类型”。
　新闻精品是媒体组织文化的一种物化产品，也是一种重要的载体。
它承载的是媒体组织的精品价值观，是新闻人的心智和才智，是“理想类型”的逻辑上的“完善性”。
本书在整合国内外最新研究成就的基础上，力图为精品新闻制作的各个环节均提供一种示范。
包括“新闻写作过程图式”、导语制作方式、导语一主体的关系模式、主体展开的两个范本、精品新闻写作的整体程式等。
它们既属新闻精品的“理想类型”模式，也具有相当程度的可操作性。
　综上所述，本书基本完成了新闻精品理论的建构及其运行框架媒体组织文化的设计，达到了个人为本命题预设的目标。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

孔祥军，男，山东五莲人，1956年生。
新闻学教授。
青岛大学文学院新闻学系主任兼党支部书记，学科带头人。
留美归国学者，复旦大学新闻学博士候选人（02级）。

主要经历：
1974 年高中毕业；1975 — 79 年在山东省五莲县果干厂任政工办主任；1979 — 83 年在

<<精品新闻学>>

书籍目录

序摘要 理论建构篇导论 一、“ 新闻精品 ”及本命题之使命 二、本命题之社会现实依据 三、本命题所秉持之问题意识 四、本命题之基本设计第一章 历史逻辑与现实视角 第一节 历时性考察：基点与向度 一、基点：“ 新闻界的一般状况 ” 二、向度一：上乘的作品形态 三、向度二：新闻人的杰出表现 第二节 共时性考察：两组关系 一、同质关系考察 二、参照关系考察 本章小结 附1 新时期的传媒现实期待——新闻精品建构论第二章 新闻精品之概念建构 第一节 新闻：一个发展中的概念 一、众说纷纭的“ 新闻 ” 二、发展之中的“ 新闻 ” 第二节 “ 精品 ”：一个形成中的概念 一、“ 精品 ”词义析 二、定义新探 三、精品的属性 第三节 新闻精品之概念建构 一、新闻与精品 二、新闻事实与精品 三、主体意识与精品 四、新闻精品的定义 五、新闻精品的标准 本章小结 附2 传媒业的企业化运行与信用再造——现代企业制度结构的视野第三章 新闻精品之原理探索 第一节 新闻精品的成因 一、内因：责任感与名利观 二、外因：树榜样与“ 理想类型 ”建构 第二节 新闻精品之动力 一、文化的社会与媒介 二、媒体文化与新闻精品生产 第三节 新闻精品生产的一种有效机制 一、从媒介到媒介组织 二、媒体组织文化的产生 三、文化的“ 超理论 ”效应 本章小结 附3 定位·标准·艺术：对党报头条新闻的理论探索媒体运行篇第四章 媒体组织文化与精品价值观 第一节 媒体组织文化 一、一个工作性定义 二、媒体组织文化的特点 第二节 精品价值观 一、价值与价值观 二、精品价值观 第三节 制度文化与精品团队 一、制度文化及其当下意义 二、精品团队之功用 本章小结 附4 浅论新闻报道的几个新走向——以一则“ 非典 ”报道为例第五章 新闻精品报道基础 第一节 新闻精品报道理念 一、彰显新闻价值的理念 二、引领社会进步的理念 三、强调和谐统一的理念 第二节 新闻人的自我建构 一、记者的道德品格建树 二、精品制作中的两种思维 第三节 新闻事实的建构 一、新闻事实的建构 二、意义建构与“ 叙事框架 ” 第四节 新闻体式建构 一、新闻报道体式 二、重构“ 新华体 ” 本章小结 附5 “ 第二段 ”上见功夫——《我三十万大军胜利南渡长江》新解第六章 新闻精品制作：一种范本 第一节 写作过程的图式 一、奥科斯的“ 故事 ”程式 二、梵。
迪克的新闻图式 三、重构写作过程的图式 第二节 导语制作方式 一、概述：制作导语的先导 二、导语的分类与定位 三、“ 导语一主体 ”关系模式 第三节 新闻主体写作 一、主体展开的两种范本 二、主体涉及的主要范畴 三、主体展开的具体方法 第四节 精品新闻写作的整体程式 一、叙事方式：“ 厩焚，子不问马 ” 二、写作角度：“ 横看成岭侧成峰 ” 三、引语：“ 生命的光彩夺目的迸发 ” 四、新闻来源：不仅仅意味着客观 五、完整的报道：知识的自然流淌 本章小结 附6 新闻精品，尽在完美——对《别了，“ 不列颠尼亚 ”》的文本解读结语 一、第三种话语 二、相对性 三、做文化参考文献后记

章节摘录

导论一、“ 新闻精品 ”及本命题之使命当代著名未来学家约翰 · 奈斯比特说：“ 时代与时代之间，是催生新事物的时期，也是巨大的机会时期。
时代与时代的交接中，一旦我们看到了前方的道路，我们就可以以个人和集体的力量来施加我们对时代的影响。
请相信，我们正处在追求能生活得更美好的时代。
”①本书命题中的核心概念“ 新闻精品 ”，正可以用来印证未来学家这一伟大的预言：1999年，“ 新闻精品 ”在经历了一个较短的话语调适期之后，被正式引入了应用新闻学的殿堂。
它显然是一个带有“ 时代间性 ”意蕴的“ 新事物 ”，同时也是一个我们“ 可以以个人和集体的力量来施加影响 ”的“ 新事物 ”。
“ 新生事物是最有生命力的 ”，但同时也意味着是不完善的。
这两个特征在“ 新闻精品 ”身上尤其鲜明地体现了出来。
像奈斯比特所指陈的那样，它的生命力既来自“ 时代间性 ”的催生力，同时也来自我们在对“ 更美好的时代 ”的追求中而急欲“ 施加影响 ”的一种冲动。
的确，“ 新闻精品 ”中是包含着新闻人对目前的新闻传播行为及其效果的一种重新审视和对一种理想化的新闻作品形态的积极的、满怀激情的预期的。

编辑推荐

《精品新闻学:理论建构与媒体运行》由新华出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

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