

<<新闻传播学导论>>

图书基本信息

书名：<<新闻传播学导论>>

13位ISBN编号：9787307084032

10位ISBN编号：7307084031

出版时间：2011-4

出版时间：武汉大学出版社

作者：高卫华

页数：310

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>

<<新闻传播学导论>>

内容概要

本书特点之一，是遵循学生对课程基本问题的思维轨迹构架章节体系。每一章都将预设的学生思维线路图排在首位，方便学生确定某一具体章节在整体中的定位，从而对教学内容进行系统把握。

《新闻传播学导论》之二，是根据每一章的教学内容，选择中国当代重要学者及其主要观点进行介绍，让学生通过拓展性内容，充分了解由众多学者观点形成的目前国内的新闻传播学理论体系。

本教材特点之三，是从本科生专业学习的角度，呈现科学的专业知识结构。

即以章节内容为主，以专家学者为要，以拓展阅读及案例分析等形式为辅，对基础理论问题进行横向与纵深相结合的多重延伸，改变学生以往被动的学习状态，训练学生的独立思考能力，培养学生的自主学习能力。

<<新闻传播学导论>>

书籍目录

- 第一章 绪论
- 第二章 新闻
 - 第一节 新闻的成分
 - 第二节 信息概说
 - 第三节 新闻的定义
 - 第四节 新闻的要素
 - 第五节 新闻的特点
 - 第六节 新闻的类别
- 第三章 新闻传播
 - 第一节 传播过程的理论和模式
 - 第二节 新闻传播过程
 - 第三节 新闻传播要素
- 第四章 新闻媒介的产生与发展
 - 第一节 古代社会的新闻传播
 - 第二节 报纸的产生、发展及原因
 - 第三节 电子媒介传播时代
 - 第四节 全球化网络媒体时代
- 第五章 新闻传播媒介的性质
 - 第一节 新闻传播媒介的两种内涵
 - 第二节 新闻传播媒介的性质
 - 第三节 新闻传播媒介产品的商品性
 - 第四节 中国新闻传媒业的基本性质
- 第六章 新闻价值
 - 第一节 新闻价值的概念
 - 第二节 新闻价值要素
 - 第三节 新闻价值的实现
- 第七章 新闻客观性
 - 第一节 新闻客观性的基本内涵
 - 第二节 新闻客观性的不同认识
 - 第三节 新闻客观性的牵制因素
 - 第四节 新闻客观性的理解与实践
- 第八章 新闻传播的受众
 - 第一节 受众的概念
 - 第二节 受众与媒介
 - 第三节 受众调查
 - 第四节 受众的权利
- 第九章 新闻传播的功能
 - 第一节 新闻传播的直接功能
 - 第二节 新闻传播的深度功能
 - 第三节 新闻传播的负面作用
- 第十章 新闻自由与社会控制
 - 第一节 新闻自由的内涵
 - 第二节 资产阶级新闻自由溯源
 - 第三节 社会主义新闻自由溯源
 - 第四节 新闻自由与社会控制

<<新闻传播学导论>>

第五节 新闻自由的发展趋势

第十一章 新闻媒介的经营管理

第一节 媒介经营管理内涵

第二节 报纸业的经营与管理

第三节 广播电视业的经营与管理

第四节 网络业的经营与管理

第十二章 媒介生态与传者素养

第一节 媒介生态学起源

第二节 媒介生态观念

第三节 新闻传者的职业特征

第四节 新闻传者的职业修养

第五节 我国新闻传者的职业准则

主要参考资料

<<新闻传播学导论>>

编辑推荐

《新闻传播学导论》共分十二章，主要介绍了新闻媒介的产生与发展，新闻传播媒介的性质，新闻价值，新闻客观性，新闻传播的功能，新闻自由与社会控制，新闻媒介的经营管理等内容。

<<新闻传播学导论>>

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>