

<<中西新闻写作比较>>

图书基本信息

书名：<<中西新闻写作比较>>

13位ISBN编号：9787504337818

10位ISBN编号：7504337811

出版时间：2002-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：姚里军著

页数：217

字数：150000

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>

## <<中西新闻写作比较>>

### 内容概要

本书首先介绍了新闻职能上的不同定位，接着介绍了价值取向上不同的主体依据、题材表达上的主客差异、表达方法上的层次区别等内容。

近年来，随着中国庞大经济的崛起，以及科技事业的高速发展，中国与全球的信息交流出现了相对平衡的条件，中国在传播国际化道路上正在加快自己的步伐。

媒体制度的改革在渐进的过程中，逐步走向资讯产业化、市场化的目标，并已取得了可喜的社会交梨。

这一改革首先从财经制度的层面开始，进而带动了人事管理制度的改革，编采运用方式的变化：改革开放给中国的媒体制度创新开辟了前所未有的发展空间。

中国媒体制度的改革虽然还是有限的，却是不可逆转的。

国内人民改革意识的高涨，国际众多强大媒体的竞争影响，是促使中国媒体制度进一步改革的推动力。

面对快速变迁的社会冲击，正为传播事业奋战或奋战过的中国传播工作者都会有责任或有兴趣思考：在传播国际化的浪潮中，如何乘风而上，从各方面增强中国媒体自身的竞争能力。

从传播的内容方面说，最具实质意义的是丰富信息传播的内容，取得实质性的提高，从传播的形式方面说，则是走出本土，把握一种能够融入全球一体化的写作模式。

模式，作为事物运动的表现形态，它应当随着事物的变化而变化，政治模式会变化，经济模式会变化，当传播活动已经进入全球一体化的时候，我们还能固守自己的五十年一贯制的陈旧模式吗？

## <<中西新闻写作比较>>

### 书籍目录

第一章 导论 一 新闻学科的本质与内涵 二 论新闻写作模式的国际趋同化 三 从哪些方面比较研究中西新闻的写作现象第二章 新闻职能上的不同定位 ——传播与宣传 一 传播和宣传是否具有同一性 二 新闻宣传的特殊概念 三 正确理解和处理传播与宣传的关系第三章 价值取向上不同的主体依据 ——受众意识与舆论导向 一 新闻事实是新闻价值取向的客体依据 二 受众和传者是新闻价值取向的主体依据 三 舆论导向和舆论监督第四章 题材表达上的主客差异 ——客观报道与主观认知 一 客观报道是新闻真实性的哲学基础 二 报道事实是新闻写作客内容 三 用事实说话是表达主观认知的唯一方法第五章 表达方法上的层次区别 ——表现和陈述 一 陈述的特点和不足 二 要表现，不要陈述 三 知和感的统一 四 表现的方法，首先是描写的方法 五 表现的基本构成 ——画面、形象和细节 六 直接引语和间接引语 七 两种方式，两样效果第六章 结构安排上的风格异趣 ——曲折与朴直 一 中西方新闻模式不同风格的结构标志 二 逻辑性是新闻结构的合理基础 三 变化性是新闻结构的艺术表现第七章 新闻思维中的不同特点 ——多元性与主导性第八章 新闻文体的视点差异 ——形式型与内容型后记

<<中西新闻写作比较>>

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>