

<<新闻业务>>

图书基本信息

书名：<<新闻业务>>

13位ISBN编号：9787504353436

10位ISBN编号：7504353434

出版时间：2007-7

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宫承波 等主编

页数：345

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>

<<新闻业务>>

内容概要

本书充分发扬中国传媒大学的传统优势，重视媒介信息建构与传播的具体操作能力的培养，重视案例教学，通过一系列实践教学和职业化的模拟训练，努力使学生具备较强的传媒文本读解能力，熟练掌握对色彩、声音、画面、图形、文字等传播符号的操控技术，并能够在创造性、创新性思维指导下灵活运用媒介信息建构与传播的技能、技巧。

主要介绍了新闻采访、新闻写作、新闻编辑、新闻评论、新闻摄影、新闻漫画、广播电视新闻、网络新闻等内容。

笔者认为，所谓媒体创意教育，从整体上说，其终极目标应当是培养面向传媒市场需求和变化，能够为大众传媒的信息建构与传播和媒介经营与管理等不断地提供创新性、创造性策略和构思的专业的职业化的媒体“创意人”，也即人们常说的所谓“媒介军师”。

从人才规格上说，这是一种以创新性、创造性思维为核心，集人文艺术素养、传播智慧以及媒介经营策略、管理策略等等于一体，面向现代传媒整体运营的素质高、能力强的现代复合型人才。

这是我们媒体创意专业的教育理想。

然而，教育是循序渐进的、是分层次的，作为本科层次的媒体创意专业，其教育目标的设定还应当实事求是、从实际出发，目标过高、过大，不仅不能够顺利实现，而且实施起来容易失去重点和方位感，容易在办学上流于宽泛。

<<新闻业务>>

作者简介

宫承波，男，1966年生，文学博士，毕业于山东大学文学与新闻传播学院。

2000年10月至2003年3月，于中央民族大学民族学与社会学学院从事博士后研究。

曾赴日本、韩国、中国香港等地参加学术访问与交流。

现为中国传媒大学电视与新闻学院教授，任媒体创意专业主任、媒体创意研究中心主任。

有专著《媒体创意导论》、《传播学纲要》，主编教材《动画概论》、《新媒体概论》，《新闻历史与理论》、《新闻业务》、另有合著《民族审美心理学》、《中国人审美心理研究》等，发表论文、评论四十余篇。

<<新闻业务>>

书籍目录

拥抱创意时代(代总序) 第一章 新闻采访 第一节 新闻采访总论 第二节 新闻采访业务 第三节 新闻采访策划 第四节 发现新闻 第五节 采访前的准备 第六节 采访的实施 第七节 采访后的整理 本章参考文献 第二章 新闻写作 第一节 新闻写作概论 第二节 消息写作 第三节 通讯写作 第四节 特写写作 第五节 深度报道写作 本章参考文献第三章 新闻编辑 第一节 编辑与新闻编辑 第二节 报纸新闻稿件选择 第三节 报纸新闻稿件修改 第四节 报纸版面编排 本章参考文献第四章 新闻评论 第一节 新闻评论及其体裁特征 第二节 新闻评论的演变和发展 第三节 新闻评论的构思 第四节 新闻评论的表达 本章参考文献第五章 新闻摄影 第一节 新闻摄影的发展历程 第二节 新闻摄影的概念 第三节 构图的原则和技巧 第四节 新闻摄影的主题与题材 第五节 新闻摄影的拍摄策略 第六节 新闻摄影的体裁 第七节 图片编辑与说明 第八节 摄影记者的素养与道德 本章参考文献第六章 新闻漫画 第一节 新闻漫画的基本概念 第二节 新闻漫画的基础理论 第三节 新闻漫画实例解析 第四节 新闻漫画的创作 本章参考文献第七章 广播电视新闻 第一节 广播电视新闻概述 第二节 广播电视新闻写作 第三节 广播电视新闻采访 第四节 广播电视新闻编辑 第五节 广播电视新闻评论 第六节 新闻栏目编排 本章参考文献第八章 网络新闻 第一节 网络新闻概说 第二节 网络新闻采写 第三节 网络新闻编辑 第四节 网络新闻评论 第五节 网络新闻专题 第六节 网络新闻的页面设计 本章参考文献后记

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>