

<<新闻传播社会学>>

图书基本信息

书名：<<新闻传播社会学>>

13位ISBN编号：9787810859974

10位ISBN编号：7810859978

出版时间：2007-10-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：蒙南生

页数：328

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>

<<新闻传播社会学>>

内容概要

从社会学视角审视新闻传播活动，对新闻媒体的社会属性、媒体的社会环境和社会责任、媒体的组织结构及内部管理、媒介的社会功能与作用、新闻传播与社会舆论及社会文化的关系等方面问题，进行了深入研究。

本书研究成果有助于媒体增强社会责任和导向意识，有助于社会各界正确认识媒体，用好媒体和善待媒体。

本书适读对象：新闻传播专业的研究人员、教师、学生，一线采编人员、通讯员，社会学研习者：新闻出版管理部门官员。

<<新闻传播社会学>>

作者简介

蒙南生，广西平南人。

曾任广西日报社副总编辑，现为广西师范学院党委副书记兼纪委书记，新闻学教授，高级记者，硕士研究生导师，享受国务院特殊津贴专家，为广西优秀新闻工作者。

著有《新闻语言学》、《新闻美学》、《媒体策划与营销》等学术类著作11部，主编《新闻论说集》等理论类、作品类著作6部，发表通讯、报告文学、消息、社论、评论以及散文作品共300余万字。其中两部著作分获广西社会科学优秀成果奖和广西高等学校优秀教材奖，30多篇新闻作品获得全国和广西优秀新闻奖。

<<新闻传播社会学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 新闻传播社会学的研究对象和体系 一、新闻传播社会学学科定位 二、新闻传播社会学研究对象 三、新闻传播社会学研究体系 第二节 新闻传播社会学与其他学科的关系 一、新闻传播社会学与社会学其他学科的关系 二、新闻传播社会学与新闻学其他学科的关系 三、新闻传播社会学与企业学相关学科的关系 第三节 研究新闻传播社会学的意义与作用 一、为实现新闻工作目标起指导作用 二、对媒体运行起协调作用 三、对新闻事业发展起指导作用 第二章 新闻媒体的社会性 第一节 媒体的社会事业属性 一、什么是媒体 二、新闻媒体的基本含义 三、媒体的社会属性与社会地位 四、媒体的生产与经营 五、自身赢利不是媒体的最终目的 第二节 媒体的社会生产属性 一、新闻事业是一种生产活动 二、媒体生产经营的社会性 三、媒体服务的社会性 第三节 新闻报道的社会意识形态属性 一、意识形态属于社会上层建筑 二、新闻报道具有意识形态属性 三、新闻意识形态必须坚持以马克思主义为指导 第四节 新闻行为的社会性 一、新闻资源的社会性 二、新闻受众的社会性 三、新闻传播过程的社会性 第五节 媒体目标的社会性 一、媒体目标的含义与性质 二、媒体目标形成的社会性 三、媒体目标内容的社会性 第三章 媒体与社会环境 第一节 媒体与外部社会 一、媒体与外部社会的关系 二、媒体社会管理 三、媒体社会管理参与方式 第二节 媒体社会环境 一、媒体社会环境的含义 二、社会环境与媒体运行 第三节 媒体外部社会环境的优化 一、我国媒体外部社会环境现状 二、当前优化媒体外部环境的对策 第四节 正确处理媒体公共关系 一、媒体公共关系是一种社会关系 二、媒体公共关系的表现 三、媒体必须正确处理社会公共关系 第四章 新闻媒介与社会 第一节 新闻媒介 一、物质联系媒介..... 第五章 新闻传播与社会 第六章 新闻传播与社会文化 第七章 新闻传播的社会责任 第八章 新闻传播与社会舆论 第九章 媒体的组织结构 第十章 媒体生产与媒体员工 第十一章 媒体内部冲突与和谐 第十二章 媒体外部人际关系与人才流动 第十三章 媒体与外部社会的冲突 参考资料 后记

<<新闻传播社会学>>

编辑推荐

《新闻传播社会学》适合新闻传播专业的研究人员、教师、学生，一线采编人员、通讯员，社会学研习者：新闻出版管理部门官员。

<<新闻传播社会学>>

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>