第一图书网, tushu007.com

<<新闻学引论>>

图书基本信息

书名：<<新闻学引论>>

13位ISBN编号：9787313052711

10位ISBN编号：7313052715

出版时间：2008-9

出版时间：上海交通大学出版社

作者：郝雨

页数：373

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

第一图书网, tushu007.com

前言

新闻业或许是最引人关注也最引人争议的行业。
关于新闻的原理、新闻人的追求、新闻业发展的规律，争议与探索似乎难以穷尽。
自1908年，沃尔特·威廉姆斯（WalterWilliams）在美国密苏里大学创建了世界上第一所新闻学院以来，世界新闻教育迄今已有近百年的历史。
近百年来，世界上的新闻院系已有成千上万，关于新闻学的著述也可谓汗牛充栋。
在中国，自1919年徐宝璜的《新闻学》作为中国最早的新闻学专著问世以来，新闻理论、采、写、编、评、史等新闻学著述迄今已难计其数。
与很多学科不同的是，有的学科常常会有一两部或几部能久经历史变迁而仍然垂范于世的经典教材，但世界上很难有一部完美的、公认经典的新闻学教材。
这是由于种种的原因，尤其是政治的影响，对新闻及其规律的理解，会因为不同的视角而形成不同的观念与结论，也还因为，新闻行业是生产“易碎品”的行业，转瞬之间，今日新闻就已成明日黄花。
新闻的实践与理论每一天都面临着急剧更新的挑战。
一部教材实在很难定格新闻瞬息万变、仪态万方的姿态。
进入21世纪，伴随着现代传媒环境的变化，出现了世界性的对新闻公信力式微的担忧，新闻及新闻业更为世人在新的理性高度上所关注。
因为，众所周知，传媒的生命力何在？
传媒的生命力就在于社会公信力。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书广泛吸收以往同类作品的优秀和精华部分，
又力争在一些观点和整体结构上有所探索和突破。
在体例上特别注意各章节之间的内在逻辑联系，并按照理论的系统性将全书分为四大板块：“ 新闻本体论 ”、“ 价
值功能论 ”、“ 传受活动论 ” 和 “ 媒介生态论 ”。
为了方便和学习的深入有效，每章的思考题都尽量覆盖本章重点内容和基本知识点。

作者简介

郝雨：原名郝一民，上海大学影视学院教授，河北昌黎人，自1987年以来，曾经在《现代传播》、《当代传播》、《新闻记者》、《中国电视》、《电视研究》、《编辑学刊》、《中国传媒报告》、《河北学刊》、《上海大学学报》等十几家核心期刊发表新闻传播学论文50余篇，发表其他

第一图书网, tushu007.com

<<新闻学引论>>

书籍目录

绪论
第一节 新闻学的学科体系及其形成与发展
第二节 新闻理论在新闻学中的地位及基本框架
第三节 学习新闻理论的意义及方法
新闻本体论
第一章 新闻的本质及其特征
第一节 “ 新闻 ”概念考辨
第二节 新闻的定义
第三节 新闻本质的理论阐述
第四节 新闻特征的比较分析
第二章 新闻的起源与发展
第一节 新闻的起源
第二节 新闻事业的发展
第三节 新闻事业产生和发展的基本规律
第三章 新闻的社会意识形态属性
第一节 不同社会形态与体制的新闻事业
第二节 社会主义新闻事业的党性与阶级性
第三节 新闻党性的有效保证——“ 政治家办报 ”
第四章 新闻的媒介及其演进
第一节 媒介与新闻媒介
第二节　第四媒体——网络新闻及其特征
第三节 高科技条件下的新媒体及其发展
价值功能论
第五章 新闻价值及其实现
第一节 新闻价值的由来及内涵析义
第二节 新闻价值的两个所指层面
第三节 新闻价值的实现及其过程
第六章 新闻的舆论作用与宣传职能
第一节 新闻宣传与舆论导向
第二节 新闻宣传的基本规律与方法
第三节 新闻引导舆论的方式和技巧
第四节 新闻舆论功能的两种典型情境
第七章 新闻的审美功能及文化意义
第一节 新闻的审美价值追求
第二节 新闻的文化内涵及意义
第八章 新闻传播的社会效果
第一节 新闻传播效果研究概述
第二节 新闻传播效果的构成与类型
第三节 提高新闻传播效果的途径
第四节 新闻公信力与新闻传播效果
传受活动论
第九章 新闻实体的生成及新闻传播流程
第一节 作为特定事实的新闻的缘起
第二节 新闻事实、新闻信息与符号
第三节 新闻传播的基本要素与一般流程

第十章 新闻传受活动的基本规则与规律
第一节 新闻传播的内在规则
第二节 新闻传播的基本规律
第十一章 新闻活动的双重主体：传者与受众
第一节 传播主体：新闻传播过程中的主导者
第二节 接受主体：新闻传播中受众的地位和意义
第三节 依存与制约：传——受双方的互动关系
媒介生态论
第十二章 新闻自由与传播体制
第一节 新闻自由的内涵及发展
第二节 马克思主义的新闻自由观
第三节 不同体制及意识形态下的新闻自由状况
第十三章 新闻的业界原则与社会规范
第一节 新闻规范的一般构成及功能
第二节 新闻法制原理及其构成
第三节 新闻传播者的职业道德规范
第四节 新闻专业主义的基本精神
第十四章 新闻的商品性及经营原理
第一节 新闻的商品属性
第二节 新闻媒介的产业化经营
第三节 探索新闻经营的市场规律
第十五章 新闻批评与新闻学研究
第一节 新闻批评的基本概念及内涵
第二节 新闻批评的方法
第三节 新闻批评学派与新闻研究未来
参考文献
后记

章节摘录

4. 新闻媒介对舆论的作用那么，新闻媒介与舆论之间的关系，应该怎样进行具体的界定呢？前者又是如何对后者发生影响的呢？
一般来说，新闻媒介对舆论的作用主要表现在以下几个方面：　　（1）反映舆论。
分散的个人意见要公开表达、参与大范围的社会讨论，最终形成一致意见也要公开表达才能作用于社会，成为具有实际意义的公众意见。
新闻媒介履行的是面向全体社会成员的大众传播，对社会全面开放，其传播涵盖范围之广、公开性程度之高都是其他传播渠道所难以比拟的。
同时，它的传播又是持续、大规模的运作。
这样，舆论形成的自始至终，都常常少不了新闻媒介这条最公开的渠道。
而且，新闻媒介也常常是把反映公众意见作用最重要的报道内容，以更好充当人民的喉舌。
马克思曾把报刊比作驴子，每天驮负着公众舆论在社会成员面前出现，让人们评价；也曾认为“报纸是作为社会舆论的纸币流通的”。
报刊如此，此后兴起的广播、电视以及互联网等新兴媒介亦是如此。
　　（2）设置舆论。
虽然新闻媒介不能直接决定人们怎样思考，但是它可以为人们确定哪些问题是最重要的，亦即它对某些问题或事件的强调程度与被公众的重视程度成正比。
新闻媒介愈是大量报道或重点突出某些问题或事件，公众愈是重点地关注和议论这些问题和事件。
这就是新闻媒介的“议程设置”功能。
正如朗·诺顿所说：“报纸是所在地议事日程安排的最主要的提议者，它在决定大多数人将要谈论什么，以及大多数人对问题的看法和想法。
”威尔伯·施拉姆也认为，新闻传播可以集中人们的注意力。
不仅来自远方外界的新思想、新观念、新知识大部分要通过新闻媒介，“在何者重要、何者危险、何者有趣等一系列问题上，必然有很大一部分意见是来自于媒介。
报纸、广播、杂志像山坡上的守望者一样工作着，它们必须决定向人们报道些什么内容。
这种选择的行为——选择报道何人，选择拍摄何物，选择引用何人言论，选择记载何事——在很大程度上决定了人们的所知、所论。
”如在文化大革命期间，我国新闻媒介曾经大量报道国内的阶级斗争问题，公众舆论于是就全都把阶级斗争当成最大的问题。
改革开放以后，我国新闻媒介又以经济建设为报道中心，于是舆论的议题又转到了现代化建设上来。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

《新闻学引论》可作为新闻专业的教材及报考新闻专业研究生的参考书。
为了教学上的方便和学习的深入有效，每章的思考题都尽量覆盖本章重点内容和基本知识点。

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