

<<广播电视新闻学>>

图书基本信息

书名：<<广播电视新闻学>>

13位ISBN编号：9787309051292

10位ISBN编号：7309051297

出版时间：2006-9

出版时间：复旦大学出版社

作者：蔡尚伟

页数：291

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>

<<广播电视新闻学>>

内容概要

《广播电视新闻学》具有以下特点：

一、体例新。

本书按照广播电视新闻行业从业者职业发展的大体顺序来布置章节，循序渐进，娓娓道来。

二、理念新。

本书力求客观揭示广播电视新闻行业乃至社会的复杂性与多样性，使读者对行业与社会的各种复杂情况增强“免疫力”。

三、材料新，观点新。

本书努力选取最新的案例与材料。

在观点上，本书在兼顾教材的一般认知的同时，也提出了较新的观点。

四、语言新。

在语言风格上，本书力求较其他同类教材显得更生动活泼、具有人情味，行文具有一定的历史感与文化色彩。

<<广播电视新闻学>>

作者简介

蔡尚伟，博士生导师，四川大学广播电视研究所所长，四川大学文化产业研究中心主任，中国广播电视协会西部研究基地负责人之一，
《西部电视》杂志副主编。

曾在四川省广播电视厅工作九年。
近年来致力于广播电视、新闻传播、文化产业研究，提出了若干具有原创性的学术

<<广播电视新闻学>>

书籍目录

- 第一章 广播电视新闻的职业价值与社会价值
 - 第一节 个人价值实现的平台
 - 一、“与世界最近的职业”
 - 二、人生阅历的丰富性
 - 三、广播电视新闻工作的经济地位
 - 四、广播电视新闻工作的社会地位
 - 五、个人社会理想的实现途径
 - 第二节 社会对广播电视新闻的需要
 - 一、人类为什么需要“新闻”
 - 二、新闻对不同个人的意义
 - 三、新闻对国家和社会机构的意义
 - 第三节 广播电视新闻工作的制约、局限与挑战
 - 一、新闻法规、宣传纪律的制约
 - 二、经济效益的压力
 - 三、工作中的诱惑和干扰
 - 四、对个人健康和生活的影晌
 - 五、可能遭遇的各种危险
 - 第四节 广播电视新闻工作中的伦理问题
 - 一、新闻造假
 - 二、广告性新闻
 - 三、不正当收入
 - 四、职业“特权”与职业“病”
- 第二章 广播电视新闻行业基本知识
 - 第一节 世界广播电视事业的发展
 - 一、世界广播事业的诞生与发展
 - 二、世界电视事业的诞生与发展
 - 第二节 中国广播电视事业的发展
 - 一、中国广播事业的发展
 - 二、中国电视事业的诞生与发展
 - 三、台湾、香港、澳门地区广播电视事业概况
 - 第三节 广播电视新闻的基本类型、理念与特点
 - 一、广播电视新闻报道形式要素
 - 二、广播电视新闻节目形态
 - 三、广播电视新闻理念
 - 四、广播、电视新闻与报纸、网络、手机新闻的比较
- 第三章 广播电视新闻采访
 - 第一节 采访的本质与人际传播
 - 一、人际传播: 采访者与被采访者的互动
 - 二、人际传播的基础: 感知与理解
 - 三、人际传播的媒介: 语言符号与非语言符号
 - 第二节 采访工作的基本前提
 - 一、新闻价值
 - 二、新闻敏感
 - 三、新闻线索
 - 第三节 采访的基本方法和步骤

<<广播电视新闻学>>

- 一、前期准备
- 二、采访过程
- 三、不同领域新闻的采访特点
- 第四节 摄像与录音
 - 一、电视新闻摄像的技术基础
 - 二、摄像记者在采访中的基本要求
 - 三、特殊情境下的拍摄方式
 - 四、录音采访的基本特点与要求
 - 五、摄像和录音的发展趋势
- 第四章 广播电视新闻写作与编辑
 - 第一节 广播电视新闻写作的重要性
 - 一、写作的重要性——个人与社会都离不开写作
 - 二、广播电视新闻写作的重要性——文字是广播电视新闻信息传播符号的基础
 - 第二节 广播电视新闻写作的发展历程
 - 一、新闻写作的发展历程
 - 二、西方广播电视新闻写作的发展历程
 - 三、中国广播电视新闻写作的发展历程
 - 第三节 广播电视新闻写作的基本特征
 - 一、“为听而写”
 - 二、通俗易懂
 - 三、文字隐蔽
 - 第四节 广播电视新闻写作的“惯例”与“定式”
 - 一、广播电视新闻写作的基本要素与一般结构
 - 二、几种有代表性的体式与规则
 - 三、“新闻惯例”与“新闻定式”产生的缘由及存在的相对合理性
 - 第五节 保障与增强广播电视新闻传播效果的重要写作技巧
 - 一、故事化叙事
 - 二、人性化角度
 - 三、个性化语言
 - 第六节 广播电视新闻编辑
 - 一、广播电视新闻编辑的内容与基本原则
 - 二、广播电视新闻编排
- 第五章 广播电视新闻策划
 - 第一节 “策划”的渊源
 - 一、“策划”一词的历史源流
 - 二、“策划”于报业之中的发展渊源
 - 三、“策划”与中国电视业的渊源
 - 第二节 对“新闻策划”的论争与“新闻策划”的必要性
 - 一、对“新闻策划”的论争
 - 二、“新闻策划”的必要性
 - 第三节 广播电视新闻事件策划
 - 一、广播电视新闻事件策划的概念
 - 二、广播电视新闻事件策划的步骤
 - 三、新闻事件策划的方法与技巧
 - 第四节 广播电视新闻报道策划
 - 一、新闻报道策划的概念
 - 二、新闻报道策划的具体内容

<<广播电视新闻学>>

- 三、新闻报道策划的类型
- 四、新闻报道策划的依据
- 五、新闻报道策划的操作过程
- 六、新闻报道策划的技巧
- 七、新闻策划的创新性思维
- 第五节 广播电视新闻策划书的写作
 - 一、策划书的写作内容
 - 二、策划书的写作技巧
 - 三、策划书应“内外有别”
- 第六章 广播电视深度报道与新闻评论
 - 第一节 深度报道的定义、历史与作用
 - 一、深度报道的界定与文体分类
 - 二、深度报道的历史
 - 三、深度报道的作用
 - 第二节 完成深度报道的流程与一般原则
 - 一、深度报道的选题原则与操作模式
 - 二、背景资料收集
 - 三、制定采访方案
 - 四、实际采访
 - 五、后期工作
 - 第三节 深度报道的难点与解决之道
 - 一、深度报道的难点
 - 二、如何解决面临的难题
 - 第四节 广播电视新闻评论的定义与历史
 - 一、广播电视新闻评论的定义
 - 二、广播电视新闻评论的发展历史
 - 第五节 不同政治、文化语境下的新闻评论
 - 一、中国大陆的广播电视新闻评论特色
 - 二、港台广播电视新闻评论的特色
 - 三、国外广播电视新闻评论的特色
 - 四、广播电视新闻评论的两种方式
 - 五、广播电视新闻评论的基本原则
 - 第六节 记者与主持人的专家化、学者化
 - 一、社会学者: 专业把握新闻
 - 二、传播专家: 把专业知识翻译成常识
 - 第七节 让观众喜欢看——广播电视深度报道与新闻评论的艺术性
 - 一、深度报道的传播技巧
 - 二、广播电视新闻评论的传播技巧
- 第七章 广播电视新闻栏目与频道运营
 - 第一节 广播电视新闻栏目、频道的经费运作
 - 一、广播电视新闻栏目、频道的经费来源
 - 二、广播电视新闻栏目、频道的经费管理
 - 第二节 广播电视新闻栏目、频道的节目来源
 - 一、中国广播电视新闻节目来源
 - 二、西方广播电视新闻节目来源
 - 三、新闻资源的开发与整合
 - 第三节 了解广播电视新闻节目的受众

<<广播电视新闻学>>

- 一、了解受众的重要性
- 二、了解受众的方法
- 第四节 广播电视新闻栏目、频道的经营策略
 - 一、受众定位策略
 - 二、品牌化经营策略
 - 三、广播电视新闻栏目、频道的创新经营
- 第五节 “走钢丝”的艺术——中国广播电视新闻工作难点
 - 一、在领导与群众之间寻求平衡
 - 二、社会效益与经济效益双收
 - 三、新闻官司的防范与应对
- 第八章 广播电视新闻宏观管理
 - 第一节 中外新闻宏观管理概述
 - 一、国外广播电视新闻的宏观管理体制
 - 二、中国广播电视的宏观管理体制
 - 第二节 宣传部: 中国新闻事业宏观管理的核心机构
 - 一、宣传部的地位与具体工作
 - 二、宣传部承担的责任和工作中需要注意的问题
 - 三、意识形态领导与新闻自由
 - 四、宣传部对广电机构的领导
 - 第三节 广电局等政府部门的管理
 - 一、国家广播电影电视总局的管理
 - 二、地方广电局的管理
 - 三、新闻出版总署(局)、文化部(局)等政府部门的管理
 - 第四节 广播电视新闻评奖
 - 一、评奖: 以收视(听)率为主的节目评价体系的重要组成部分
 - 二、中国广播电视新闻主要奖项
 - 三、中国广播电视新闻评奖主体
 - 四、广播电视评奖指标体系
 - 五、评奖程序与评奖技术手段
 - 第五节 广播电视新闻的外宣与上宣工作
 - 一、外宣的内涵、意义与主要内容
 - 二、广播电视新闻外宣的策略
 - 三、广播电视上宣工作
- 第九章 广播电视新闻研究与教育
 - 第一节 广播电视新闻研究的发展历程和类型
 - 一、中国广播电视新闻研究的发展历程
 - 二、广播电视新闻研究的类型
 - 第二节 广播电视新闻研究的方法和表现形式
 - 一、广播电视新闻研究的方法
 - 二、广播电视新闻研究成果的表现方式
 - 第三节 广播电视新闻教育概论
 - 一、中国广播电视新闻教育的发展历程
 - 二、广播电视新闻教育的办学模式
 - 三、广播电视新闻职业教育和素养教育
 - 四、广播电视新闻教育的管理
 - 第四节 广播电视新闻教育的基本方法和毕业指导
 - 一、广播电视新闻教育的基本方法

<<广播电视新闻学>>

二、广播电视新闻专业的毕业指导
后记

章节摘录

第四节广播电视新闻工作中的伦理问题 除了最基本的社会伦理道德之外，广播电视新闻工作者还应该遵守职业道德。

广播电视新闻工作者的职业道德可以分为几个层次：首先是社会行业分工的职业道德要求，即媒体应该给社会提供真实、平衡的报道，以与社会其他行业进行物质产品与精神产品的交换，与此相应，记者就应该坚持新闻真实性和公正、平衡的立场；其次是圆满完成各环节工作任务的职业道德要求，包括采访中的诚信要求（如信守约定的时间）、采访中的团队协作要求等；第三是树立记者形象的要求，为了创造一个良好的工作环境，记者有必要在媒体内部和社会上树立起记者的良好形象，如在采访中保持谦虚，尊重他人等，以促进广播电视新闻工作的顺利展开。

然而，尽管“职业道德”一再被强调，职业伦理方面的难题依然长期困扰着新闻工作者。在广播电视新闻工作中，主要的伦理问题包括了新闻“造假”、广告性新闻、不正当收入、职业“特权”与职业“病”等。

2003年《中国新闻工作者职业道德调查报告》显示，多数人对诸如“为自己单位联系广告业务”、“主动淡化不利于自己重要广告客户的新闻”、“记者为企业担任公关工作”等问题态度暧昧。有学者就此问题提出：“人们心中还是多少明白是非的，只是在利益驱动下这种心底的良知被掩盖或压抑了。”

我们应该清醒地认识到，作为党和政府的喉舌、人民的喉舌，新闻工作者责任重大。在遇到种种职业伦理问题时，我们应该坚决地秉持新闻工作者的正义与良知，抵制社会和行业中的不良之风。

正如政治哲学家罗尔斯所说：“作为人类活动的首要价值，真理和正义是绝不妥协的。”

当然，我们也应该注意到，各个层次的伦理要求之间有时候也会出现冲突，例如在采访一位刑事案件的受害者的时候，既要努力发掘事实的真相，又要尊重、保护他人的隐私。

在遇到伦理冲突时，就需要记者对各个层次的道德要求进行协调，在不违反法律法规及社会公德的前提下做好本职工作。

<<广播电视新闻学>>

编辑推荐

这是作者着力打造的一部“新概念广播电视新闻学”教材，突出实用性与实践能力培养，具有以下特点：体例新；理念新；材料新；观点新；语言新。

本书作者具有在广播电视行业近十年的从业经历，学术风格追求“实践性、建设性、开放性”。本书不仅可做广播电视新闻专业的教材，同时也适合从事广播电视新闻工作(包括采、编、策划、经营、管理、研究及教学等工作)的读者阅读。

<<广播电视新闻学>>

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>