

<<新闻学概论>>

图书基本信息

书名：<<新闻学概论>>

13位ISBN编号：9787309082395

10位ISBN编号：7309082397

出版时间：2011-8

出版时间：复旦大学出版社

作者：李良荣

页数：393

字数：387000

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>

## <<新闻学概论>>

### 内容概要

《新闻学概论(第4版)》被教育部列为“十一五”国家级规划教材后，作者对其再次作重大修订后的第四版。

《新闻学概论》着重总结、阐述人类新闻活动主要是新闻事业的基本规律及新闻学中的基本概念和知识，为进一步掌握新闻业务、探索新闻理论、研究新闻史提供了必不可少的系统基础知识。

作者20多年来先后写过五部“新闻学概论”方面的专著和教材，《新闻学概论(第4版)》是他最新研究成果的结晶，许多内容、观点总结概括了不断进步着的新闻实践，如互联网与新媒体发展及其对传媒业的影响，新闻媒介的公共性与商品性，中国传媒的新生态环境等。

本次修订，作者站在时代的高度，增加了对近几年中国传媒业最新发展历程的概括，尤其强调了新媒体环境的变化和影响。

《新闻学概论(第4版)》可作为新闻传播学科的教材，宣传工作者、新闻爱好者的自学读物，也可供新闻业务进修、提高之用。

## <<新闻学概论>>

### 作者简介

李良荣，1946年1月出生于浙江省镇海县。  
1968年7月毕业于复旦大学新闻系，1982年7月获硕士学位。  
著名的王中教授是他攻读硕士学位期间的导师。  
作者现为复旦大学新闻学院教授、博士生导师，并任教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会主任委员，华中科技大学、浙江大学、暨南大学、广州大学、河北大学、南京师范大学等十余所高校的兼职教授，安徽大学讲席教授。  
作者专擅新闻学理论和国际传播，致力于当代中国新闻媒体和世界新闻媒体的发展与改革，著有《新闻学概论》、《中国报纸文体发展概要》、《宣传学导论》、《中国报纸的理论与实践》、《西方新闻事业概论》、《当代西方新闻媒体》、《中国传媒业的战略转型》等专著及一批学术论文。

## &lt;&lt;新闻学概论&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第四版前言
- 第三版前言
- 再版前言
- 绪论
- 第一节 新闻学
- 第二节 新闻学和新闻工作
- 第三节 世界各国新闻学主导性理论
- 第四节 学习新闻理论的意义
- 第一章 新闻活动
- 第一节 新闻活动是一种普遍的社会现象
- 第二节 新闻活动是人类求生存图发展的需要
- 第三节 新闻活动的渠道
- 第二章 新闻
- 第一节 新闻的基本特点
- 第二节 两种新闻定义
- 第三节 新闻本源
- 第四节 新闻要素
- 第五节 新闻类别
- 第三章 新闻与信息、宣传、舆论
- 第一节 新闻与信息
- 第二节 新闻与宣传
- 第二节 新闻与舆论
- 第四章 新闻事业的产生
- 第一节 中国古代社会的新闻传播工具
- 第二节 西方报纸是资本主义商品经济的产物
- 第三节 报纸、广播、电视、新媒体的产生
- 第四节 近代汉字报纸产生的特殊性
- 第五章 互联网与新媒体
- 第一节 互联网与新媒体的兴起
- 第二节 互联网与新媒体引发新问题
- 第三节 互联网与新媒体造就传媒新业态
- 第六章 新闻事业的发展及其基本规律
- 第一节 政治、经济制度决定新闻体制
- 第二节 生产力水平决定新闻事业的发展水平
- 第二节 传播工具的物理性能决定传播工具的特点
- 第四节 受众的多元需要促使媒体多样化
- 第五节 反映现实生活的需要决定新闻体裁的多样化
- 第六节 新闻教育适应新闻事业而产生、发展
- 第七章 新闻媒介的性质
- 第一节 新闻媒介的共性、特性、个性
- 第二节 新闻媒体的双重属性
- 第三节 新闻媒介产品的商品性
- 第四节 新闻事业的阶级性
- 第五节 中国新闻事业的基本性质和特点
- 第八章 新闻事业的功能与效果

## <<新闻学概论>>

- 第一节 新闻事业的一般功能
- 第二节 新闻媒介的正效应与负效应
- 第二节 新闻媒介的功能定位
- 第四节 新闻媒介的传播效果
- 第五节 我国新闻媒体的作用和任务
- 第九章 大众传媒与社会
- 第一节 大众传媒与社会系统
- 第二节 大众传媒与政治
- 第二节 大众传媒与经济
- 第四节 大众传媒与文化
- 第五节 大众传媒与国际关系
- 第十章 新闻自由和社会控制
- 第一节 新闻自由的含义
- 第二节 新闻自由是伟大的口号
- 第三节 新闻自由属于人民
- 第四节 新闻法规
- 第十一章 新闻媒介的运行体制与管理模式
- 第一节 世界新闻媒介的三大运行体制
- 第二节 国家对媒介的管理
- 第三节 新闻媒介的内部管理和运行
- 第十二章 传媒业经营
- 第一节 传媒业经营的基本原则
- 第二节 传媒业经营的基本目标
- 第三节 传媒业经营的基本路径
- 第十三章 新闻媒介的受众
- 第一节 受众是谁
- 第二节 受众是新闻媒介的参与者
- 第三节 受众的特点
- 第四节 受众的细分
- 第五节 新闻媒介的受众定位
- 第六节 受众的权利
- 第七节 受众地位的新变化
- 第十四章 中国新闻事业的工作原则
- 第一节 新闻真实性
- 第二节 新闻指导性
- 第三节 新闻事业的群众性
- 第四节 新闻事业的战斗性
- 第五节 新闻事业的党性原则
- 第十五章 新闻选择
- 第一节 新闻学是一门选择事实的艺术
- 第二节 新闻选择的标准
- 第三节 新闻选择的具体运用
- 第十六章 新闻从业人员的专业理念、职业道德和修养
- 第一节 新闻专业理念
- 第二节 新闻工作者的职业道德
- 第三节 中国新闻事业对新闻工作者的基本要求
- 第十七章 中国的新闻改革

<<新闻学概论>>

第一节 30年四次跨越

第二节 新闻改革的基本特点

第三节 中国新闻媒介的走势

附录一中国新闻工作者职业道德准则

附录二联合国国际新闻道德规约二则

后记

三版后记

四版后记

章节摘录

版权页：插图：2.公共性舆论既然始终在公共领域内产生并发挥作用，那么公共性就不可避免地成为舆论最重要的特性之一，这种公共性的具体体现就是舆论指向的公共性和作用目标的公共性。要吸引公众参与，形成广泛的社会讨论，最终整合形成一致意见，那么，这一意见指向的事物必须具备公共性，即利益上对公众而言的切近性，或说涉及公共利益。个别的、仅涉私人的小事是不可能引发广泛的社会舆论的，而与某种普遍利益关联的公共事务（如下岗再就业、反腐倡廉等）往往能够很快成为公众关注热点，形成舆论。即使是某个偶发的突然事件，能够引发大面积的强有力的社会舆论，也必是因为事件的原因、过程、结果、影响、实质等构成要素中，蕴含某种或涉及公众人物、或关系公益等触及公共领域生活的因子，具备了公共性，契合了公众关心公共事务的内在心理。





<<新闻学概论>>

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>