

图书基本信息

书名：《国内外经典教材辅导系列·新闻类》

13位ISBN编号：9787511421227

10位ISBN编号：7511421229

出版社：圣才考研网 中国石化出版社 (2013-05出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

书籍目录

绪论新闻学与新闻理论 (1) 0.1复习笔记 (1) 0.2课后习题详解 (4) 0.3考研真题与典型题 (8) 0.4考研真题与典型题详解 (8) 第一章新闻活动的本质与演变 (13) 1.1复习笔记 (13) 1.2课后习题详解 (17) 1.3考研真题与典型题 (21) 1.4考研真题与典型题详解 (22) 第二章新闻活动系统的构成 (30) 2.1复习笔记 (30) 2.2课后习题详解 (37) 2.3考研真题与典型题 (42) 2.4考研真题与典型题详解 (43) 第三章新闻活动者 (48) 3.1复习笔记 (48) 3.2课后习题详解 (54) 3.3考研真题与典型题 (60) 3.4考研真题与典型题详解 (61) 第四章新闻传收内容 (70) 4.1复习笔记 (70) 4.2课后习题详解 (74) 4.3考研真题与典型题 (79) 4.4考研真题与典型题详解 (80) 第五章新闻选择标准 (85) 5.1复习笔记 (85) 5.2课后习题详解 (91) 5.3考研真题与典型题 (95) 5.4考研真题与典型题详解 (97) 第六章新闻传播的普适原则 (104) 6.1复习笔记 (104) 6.2课后习题详解 (109) 6.3考研真题与典型题 (116) 6.4考研真题与典型题详解 (117) 第七章新闻传播的特殊原则 (123) 7.1复习笔记 (123) 7.2课后习题详解 (127) 7.3考研真题与典型题 (131) 7.4考研真题与典型题详解 (132) 第八章新闻传媒 (139) 8.1复习笔记 (139) 8.2课后习题详解 (148) 8.3考研真题与典型题 (154) 8.4考研真题与典型题详解 (156) 第九章新闻传播规律 (170) 9.1复习笔记 (170) 9.2课后习题详解 (173) 9.3考研真题与典型题 (略) (177) 9.4考研真题与典型题详解 (略) (177) 第十章新闻自由 (178) 10.1复习笔记 (178) 10.2课后习题详解 (185) 10.3考研真题与典型题 (192) 10.4考研真题与典型题详解 (192) 第十一章新闻道德 (200) 11.1复习笔记 (200) 11.2课后习题详解 (207) 11.3考研真题与典型题 (211) 11.4考研真题与典型题详解 (212) 第十二章新闻传播环境 (219) 12.1复习笔记 (219) 12.2课后习题详解 (222) 12.3考研真题与典型题 (227) 12.4考研真题与典型题详解 (227) 第十三章新闻关系 (230) 13.1复习笔记 (230) 13.2课后习题详解 (234) 13.3考研真题与典型题 (239) 13.4考研真题与典型题详解 (240) 第十四章新闻符号世界 (242) 14.1复习笔记 (242) 14.2课后习题详解 (244) 14.3考研真题与典型题 (248) 14.4考研真题与典型题详解 (249)

章节摘录

版权页：插图：从功能论角度看，新闻媒介、新闻传播具有的各种潜在功能，主要是通过本位主体的职业新闻活动实现的。从本位主体与新闻行业、新闻媒体的关系看，他们维护着新闻传收的正常运转和发展，塑造着新闻行业、新闻媒介的形象，在相当大的程度上决定着新闻传播的社会公信力和影响力。本位主体是具有自身利益追求的主体。

4.高位主体与本位主体的关系 高位主体与本位主体之间的区别是非常明显的，但他们之间的联系也是十分紧密的。（1）在新闻媒体的组织结构中，高位主体和本位主体在新闻传播媒体的人事组织结构中所处的地位具有明显的差别，他们处于不同的层级。高位主体是高层主体，本位主体是低层主体。（2）在新闻传播活动中，高位主体和本位主体的利益追求与价值目标具有一致性。（3）高位主体与本位主体之间也会出现利益的不一致或冲突。（4）在一些特殊的媒体体制中，高位主体与本位主体只有逻辑上的区分，没有实体上的区别。

三、新闻收受者 1.收受主体的构成及特征（1）收受主体的构成 按照接触新闻媒介的频率，或者按照接触新闻媒介的稳定程度分 a.稳定型收受主体，指比较习惯地、固定地接触和使用一定媒介的收受者，对这种类型的收受主体而言，收受新闻已经构成了生活的基本组成部分。 b.偶然型或非稳定型（不稳定型）收受主体，指没有固定习惯，只是偶尔接触新闻媒介的人。这种类型的收受主体对新闻无太大兴趣，仅仅是一种附带的、随机的或偶然的为。按照接触新闻媒介类别的多少分 a.单一型收受主体，指只接触一种类型的新闻媒介，比如只读报纸或只看电视或只听广播甚至只通过网络浏览新闻的人。 b.复合型收受主体，指同时接触多种类别新闻媒介的人，即既可能是报纸的读者，同时又是广播电视或网络新闻的视听者、浏览者。按照对一定新闻媒介接触的实际表现分 a.现实型收受主体，指已经接触和利用新闻媒介的人。 b.潜在型收受主体，指具备正常接触媒介的能力，但还没有开始接触和使用新闻媒介的人。按照新闻媒体确立或形成的传播对象特征分 a.目标型收受主体（目标受众），指新闻媒体传播指向的主要收受者或核心收受者，即媒体的定位性收受者。 b.边缘型收受主体，指目标型收受主体之外的收受主体。这些收受者只是对一定媒介表现出不稳定的、偶然的接触和兴趣。

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:www.tushu111.com