

<<实用新闻思维学>>

图书基本信息

书名：<<实用新闻思维学>>

13位ISBN编号：9787508721903

10位ISBN编号：750872190X

出版时间：2008-5

出版时间：中国社会出版社

作者：李清栋

页数：229

字数：210000

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>

<<实用新闻思维学>>

内容概要

本书是一本以新闻思维为主要研究对象的新闻学著作。

本书以新闻思维为研究对象，梳理了新闻史上不同时期新闻思维的形式及其主要特点，研究了新闻采编业务与新闻思维的关系，分析了地方报、行业报、财经类等报纸从业人员的思维局限性，并对目前新闻界存在的思维误区予以剖析、评判。

本书对新闻工作者及相关人员有一定的启发作用。

<<实用新闻思维学>>

作者简介

李清栋，哲学博士，杂文作家、学者，现为中国工商报社主任记者。

1966年生于山东昌乐。

先后毕业于复旦大学、中国社会科学院研究生院、中国人民大学等院校的历史系、新闻系、哲学系。在各类报刊上发表过近300万字各类文字，发表关于市场经济秩序、企业文化研究等方面的论文几

<<实用新闻思维学>>

书籍目录

第一章 绪论 一、新闻学的学问 二、新闻学的实践性 三、新闻学与相关学科 四、新闻思维的提出 五、新闻创新与创新思维 第二章 思维学的基本问题 一、思维的魅力 二、思维及其发展规律 三、思维的分类 第三章 新闻思维的向度 一、从“狗咬人”说起 二、求真 三、求新 四、求善 五、求美 六、求异 七、有理性 八、有度 九、有预见性 第四章 新闻思维的历史定势 一、邸报时期的思维缺陷 二、中国近代报纸之思维特点 三、从黄色新闻到客观报道 四、“文化大革命”时期的新闻宣传思维 第五章 新闻业务与思维方式(上) 一、正向与反向 二、纵向与横向 三、抽象思维与形象思维 四、宏观思维与微观思维 五、宏观思维 六、线性与非线性 七、整体性思维 八、经验与思维 第六章 新闻业务与思维方式(下) 一、地域性媒体的思维局限 二、行业报的思维局限 第七章 走出新闻思维的误区 后记 参考文献

章节摘录

第一章 绪论 一、新闻学的学问 新闻有没有学问？

这看来已经不是一个什么大问题了。

在30多年前，学术界还有新闻无学的说法。

对于那样的说法，从事新闻工作的人当然不会同意，也十分生气。

有的人大学毕业后干了几十年新闻工作，文章写了不少，却让人看成“无学”，当然是十分生气的。

现在的情况已经大不相同了。

从新闻界的老前辈徐宝璜写出我国第一本《新闻学》至今，我国的新闻学著作已经达到上千种。

在任何一家大书店，都有新闻传播专柜，新闻传播学的著作琳琅满目。

在这些新闻学论著中，其中不乏像艾丰写的《新闻采访方法论》等质量水平较高的著作。

随着新闻事业的繁荣和新闻学研究的深入，一些人已经把新闻学变成了一门显学。

但是，我们也应该看到，与哲学、历史学、语言学等学科相比，新闻业的历史较短，我国新闻学的研究历史还不足百年。

因此，我国新闻学的研究还比较落后，高质量的教材和著作的数量也相对较少。

目前我们只能说，有人说新闻无学是错误的，但是，新闻的学问与许多传统学科相比，确实有些“小”。

当然，这里面有我们的新闻学研究有待深入和拓展的原因。

但更重要的原因是，与历史学、哲学等学科相比，近现代新闻事业出现和发展的历史较短。

在2000多年前，古希腊的哲学家亚里士多德已经形成了庞大的哲学体系，而那时的人们还不知道新闻为何物。

西方的近现代新闻事业也只有300多年的历史。

<<实用新闻思维学>>

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>