

图书基本信息

书名：<<《新闻传播学考试大纲及指南》课后习题和典型题详解>>

13位ISBN编号：9787802296527

10位ISBN编号：7802296528

出版时间：2008-7

出版时间：中国石化出版社

作者：金圣才 编

页数：383

字数：618000

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>

内容概要

本书是同等学力人员申请硕士学位新闻传播学学科综合水平全国统一考试的配套辅导书。

本书遵循《同等学力人员申请硕士学位新闻传播学学科综合水平全国统一考试大纲及指南》（第2版）的章目编排，分为新闻传播理论、新闻传播历史、新闻传播业务、公关与广告等四编。

其中每章由两部分组成：第一部分为课后习题详解，对《大纲及指南》的课（章）后习题都进行了详细的分析和解答；第二部分是典型题详解，精选部分相关习题，并提供了详细的参考答案。

本书特别适用于参加同等学力人员申请硕士学位新闻传播学学科综合水平全国统一考试的考生使用。

对于参加相关专业职称考试和其他新闻传播学科目考试的考生来说，本书也是学习一本很好的新闻传播学复习资料。

章节摘录

第一编 新闻传播理论 第一部分 新闻理论 第5章 新闻传受的心理机制 5.1 《大纲及指南》课后习题详解 1. 简述收受新闻的一般心理。

答：新闻传受的一般心理包括求新、求知、求同、求异、求趣、求美几个方面。具体阐述如下：（1）求新心理是指人们在新闻传受过程中总是追求具有新意的新闻信息。一这种新意，包括新闻报道的内容新和新闻报道的技法新。从内容上说，人们希望了解最新的事实变动情况；要求新闻反映新鲜事物，要求新闻报道的立意新颖。从技法上说，要求新闻报道的手法新颖，手段新颖。

（2）求知心理是指人们对外部世界的认知需求，即要求新闻客观、真实地报道事实变动的信息，满足对客观世界的认知需求；要求新闻传播最新的科学文化信息和与最新的事实变动密切相关的各类知识信息。

（3）求同心理是指人们对于和自身具有某些共同性的事物感兴趣的心理。这种心理可从以下三方面来把握：新闻报道的客观对象与收受者的社会角色相同或相似时，新闻容易被收受者选择；新闻报道的事实和收受者的生活经历有相同之处时，新闻容易引起收受者的关注；新闻报道中体现的观念和情感同收受者的观念和感情相同或相近时，新闻容易被收受者接受。

（4）求异心理是指人们通常所说的好奇心理。这种心理在新闻传受活动中，常表现为以下几种现象：反映反常事物的新闻容易引起受众的注意；具有超常性的事物容易受到受众关注；反映与受众熟悉的事物截然相反或存在鲜明对比差异的事物的新闻。容易激发受众的直接兴趣。

（5）求趣心理是指人们对具有趣味性的事物的心理指向。这种心理表现在对新闻内容、编排手法、语言等新闻传播手段的趣味性要求方面。内容的趣味性，包括名人轶事，花絮新闻，具有生活情趣的新闻事件。手法的趣味性，包括新闻语言的风趣幽默，新闻标题和版面设计的风趣等。

（6）求美心理是指人们对美好事物的向往。人们对真善美的追求和获得过程中，能够获得极大的心理满足。新闻传受活动中人们的求美心理表现为：通过新闻内容、新闻写作技巧表现的各种美以及通过新闻传播的外在形式表现的各种美都能够引起受众兴趣。

编辑推荐

购买金圣才图书 赠送圣才学习卡 随书赠送圣才学习卡, 圣才学习网域旗下相关网站为考生提供同等学力人员考试真题、在线测试、考试题库等增值服务。

同等学力管理科学与工程考试资料通过如下网站进入: 1.全套的资料——登录圣才学习网 2.经济学资料——登录中华经济学习网 3.管理学资料——登录中华管理学习网

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>