

<<新闻评论学>>

图书基本信息

书名：<<新闻评论学>>

13位ISBN编号：9787810907385

10位ISBN编号：7810907387

出版时间：2007-1

出版时间：江苏苏州大学

作者：杨新敏

页数：342

字数：405000

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>

<<新闻评论学>>

内容概要

本书为“21世纪新闻传播学丛书”之一，全面系统地介绍了新闻评论学的基本知识，内容包括：本体界定，新闻评论史，创作主体论，报纸新闻评论，广播新闻评论，电视新闻评论等。本书内容丰富，讲解通俗易懂，不仅可以作为新闻传播学专业自考教材，同时适用于普通高校传播学专业学生以及新闻传播系统从业人员学习。

本丛书系列不仅可以作为新闻传播学专业自考教材，同时适用于普通高校新闻传播学专业学生以及新闻传播系统从业人员学习。

书籍目录

第一章 本体界定 第一节 学科框架 第二节 新闻评论本体第二章 新闻评论史 第一节 新闻评论产生的前提 第二节 中国新闻评论史 第三节 外国新闻评论简史第三章 创作主体论 第一节 创作主体分类 第二节 评论者的修养第四章 创作论(上) 第一节 新闻评论的选题 第二节 新闻评论的立论 第三节 新闻评论的标题第五章 创作论(中) 第一节 新闻评论的论证 第二节 新闻评论的驳论第六章 创作论(下) 第一节 新闻评论的结构 第二节 新闻评论的语言第七章 报纸新闻评论 第一节 报纸新闻评论的特点及要求 第二节 报纸文体分类方法论 第三节 代表编辑部的评论 第四节 不代表编辑部的评论第八章 广播新闻评论 第一节 广播的传播特点 第二节 广播新闻评论的特点及要求 第三节 广播评论的特殊评论形式第九章 电视新闻评论 第一节 电视的特点及其对新闻评论的影响 第二节 电视新闻评论的特点及要求 第三节 电视新闻评论的几种模式第十章 网络及其他媒体新闻评论 第一节 网络的传播特点 第二节 网络新闻评论 第三节 其他传媒评论第十一章 接受及策划论 第一节 接受主体 第二节 传播环境 第三节 新闻评论策划主要参考文献

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>