

# 目 录

第一章 新媒体理论及文化价值 .....	1
第一节 新媒体的内涵与特征 .....	1
第二节 新媒体传播 .....	7
第三节 新媒体技术与文化的关系 .....	10
第二章 新闻的本质 .....	14
第一节 新闻的内涵与起源 .....	14
第二节 新闻事实与新闻信息 .....	16
第三节 新闻的本质与特征 .....	21
第四节 新闻的类型与价值 .....	24
第三章 新闻传播的内涵 .....	33
第一节 新闻传播的特点与原则 .....	33
第二节 新闻传播的功能与效果 .....	38
第四章 新闻传播者 .....	45
第一节 新闻传播者的角色定位 .....	45
第二节 新闻传播者素养要求 .....	53
第三节 新闻传播的模式与过程 .....	58
第五章 新闻传播的媒介及社会功能 .....	64
第一节 新闻传播的媒介 .....	64
第二节 新闻传播效果与社会功能 .....	74
第六章 新闻传播的受众 .....	88
第一节 受众的类型和角色 .....	88
第二节 受众的理论与心理分析 .....	93
第三节 受众定位与权利 .....	97
第七章 融媒时代的新闻传播策划 .....	103
第一节 融媒时代下的新闻传播发展 .....	103
第二节 融媒时代下的新闻传播 .....	107
第三节 融媒时代对新闻传播策划的影响 .....	110

第八章 融媒时代的新闻传播业务 .....	117
第一节 新闻采访 .....	117
第二节 新闻编辑 .....	129
第三节 新闻写作 .....	134
第九章 融媒时代新闻传播的新发展 .....	144
第一节 融媒时代新闻事业发展的新趋向 .....	144
第二节 融媒时代的新闻价值探析 .....	147
第十章 新媒体环境下的数据新闻传播 .....	156
第一节 数据新闻概念 .....	156
第二节 数据新闻传播模式的理论依据及模式建构 .....	159
第三节 基于“5W”基础的数据新闻模式分析 .....	162
第四节 数据新闻传播中的问题探讨及前景展望 .....	169
参考文献 .....	174