

# 目 录

<b>第一章 新媒体理论及文化价值</b>	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
<b>第二章 新闻的本质</b>	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
<b>第三章 新闻传播的内涵</b>	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
<b>第四章 新闻传播者</b>	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
<b>第五章 新闻传播的媒介及社会功能</b>	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
<b>第六章 新闻传播的受众</b>	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
<b>第七章 融媒时代的新闻传播策划</b>	103
第一节 融媒体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 融媒体时代对新闻传播策划的影响	110

<b>第八章 融媒时代的新闻传播业务</b> .....	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
<b>第九章 融媒时代新闻传播的新发展</b> .....	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
<b>第十章 新媒体环境下的数据新闻传播</b> .....	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
<b>参考文献</b> .....	174