

# 《科技新闻传播导论》

## 图书基本信息

书名：《科技新闻传播导论》

13位ISBN编号：9787500534693

10位ISBN编号：7500534698

出版社：中国财政经济出版社

作者：胡钰

页数：267

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《科技新闻传播导论》

## 内容概要

本书是国内第一部专门研究科技新闻传播理论的专著。作者将西方传统的传播学理论与中国当代的科技新闻实践相结合，全面分析了科技新闻传播的传播内容、传播模式、传播符号、传播者、受众、传播值、传播效果，其中对科技新闻报道的六原则、科技新闻写作的四原则以及科技新闻传播值的研究对实践具有很强的指导意义，在全书最后，作者对科技新闻报道及产业的发展前景进行了认真展望。

本书中的部分章节曾先后发表于一些专业期刊。

## 作者简介

胡钰，清华大学经济学学士、新闻学硕士，现在清华大学人文社会科学学院任教，主讲《新闻理论》、《舆论学》等课程。在各类专业期刊、大学学报及国内、国际学术研讨会发表论文30余篇，多篇被《人大复印报刊资料（新闻卷）》转载或收入索引，著有《新闻传播导论》一书。在国内各类报刊发表通讯、消息、散文、杂文近百篇，数篇被《青年文摘》、《报刊文摘》等转载。从1995年9月至今主持香港《文汇报》“四大名校”专栏。曾获清华大学冯友兰基金学术论文奖、朱自清语言文学奖等奖励。

## 书籍目录

- 第一章 科技新闻的传播内容
  - 第一节 科技成果
  - 第二节 科技人物
  - 第三节 科技政策
  - 第四节 科技新闻的知识量
- 第二章 科技新闻的传播模式
  - 第一节 5W传播模式 拉斯韦尔模式
  - 第二节 线性传播模式 香农 韦弗模式
  - 第三节 循环传播模式 一奥斯特古德 施拉姆模式
  - 第四节 二级传播模式 卡茨 拉扎斯菲尔德模式
  - 第五节 心理传播模式 卡特赖特模式
- 第三章 科技新闻的传播符号
  - 第一节 符号的性质
  - 第二节 语言符号
  - 第三节 非语言符号
  - 第四节 科技新闻的典型传播符号
  - 第五节 科技新闻的非语言符号
- 第四章 科技新闻的传播者
  - 第一节 科技新闻的传播意义
  - 第二节 科技工作者
  - 第三节 科技新闻报道者
- 第五章 科技新闻的受众
  - 第一节 受众的科技兴趣
  - 第二节 受众的科技素养
  - 第三节 公众接收科技信息的渠道
  - 第四节 受众的选择性接受
  - 第五节 受众的遵从性接受
- 第六章 科技新闻的传播值
  - 第一节 新闻价值
  - 第二节 新闻作品评析的层次
  - 第三节 传播值
  - 第四节 科技新闻的价值
  - 第五节 科技新闻的传播值
- 第七章 科技新闻的报道原则
  - 第一节 真实性原则与科学性原则
  - 第二节 公正性原则
  - 第三节 连续性原则
  - 第四节 鼓励性原则
  - 第五节 保密性原则
  - 第六节 伦理性原则
- 第八章 科技新闻的写作原则
  - 第一节 规范性原则
  - 第二节 接近性原则
  - 第三节 形象性原则
  - 第四节 简洁性原则
- 第九章 科技新闻的传播效果
  - 第一节 议题设置

第二节 创新 扩散

第三节 适度效果

第四节 科技新闻悖论

第十章 科技新闻的发展前景

第一节 科技新闻报道的发展

第二节 科技新闻产业的形成

参考书目

# 《科技新闻传播导论》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)