第一图书网, tushu007.com

<<采访对象主体论>>

图书基本信息

书名：<<采访对象主体论>>

13位ISBN编号：9787010052298

10位ISBN编号：7010052298

出版时间：2005-8

出版时间：人民出版社

作者：靖鸣

页数：630

字数：535000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《采访对象主体论》是一本系统、科学、深入地研究采访对象主体，具有重要意义的新闻传播学术专著。
主要研究采访对象主体的特性、分类、作用及其与记者和大众传播过程以及与其他主体相互关系中心理与行为变化与规律；探究采访对象心理、行为的内在和外在影响因素及其变化规律；研究采访对象与新闻事实之间的关系对其认知与传播的影响规律；研究采访对象拒访行为及其成因与对策等。
作者运用哲学、政治学、经济学、人类学、心理学、社会学等社会科学和自然科学理论知识对其进行多学科跨学科的深入研究，注重运用大量图示、模式以及国内外新闻传播实践中的经典案例和笔者自己的经验进行研究。
　该书读者对象：新闻记者、编辑，已经接受过记者采访、将可能接受记者采访的社会公众，大众传播学的研究者以及新闻传播学院系的学生和教师等。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

靖鸣，江苏人。
研究生学历。
广西大学文化与传播学院副教授，主任记者，中国作家协会广西分会会员。
先后在中国新闻社广西分社和广西日报社南国早报从事新闻业务；在中国人民大学新闻学院和复旦大学新闻学院学习深造。

讲授的硕士研究生课程有：新闻传播学名著导读、新闻

<<采访对象主体论>>

书籍目录

序一序二前言第一章 绪论 第一节 采访对象主体论的学科定位及其研究意义 第二节 采访对象主体论的研究对象、范围和研究学习方法 第三节 中西方采访对象主体研究的历史与现状 第四节 采访对象在大众传播过程中的地位和作用第二章 采访对象及其特性 第一节 采访对象概说 第二节 采访对象的特性 第三节 采访对象主体与主体性呈现 第四节 采访对象与消息来源、新闻来源、信息来源等的关系 第五节 采访对象的角色行及与人类其他调研活动对象的关系 第六节 采访对象动机、心理与行为的多学科观照第三章 采访对象的类型 第一节 接受访的态度分类 第二节 按受访心理反应与主动与否分类 第三节 按性格、年龄、性别、国别、区域、民族分类 第四节 按记者采集信息的方式和性质内容分类 第五节 按在社会和报道中的地位作用分类 第六节 按报道的目的和效果分类 第七节 按与新闻事实（事件）和当事人的关系分类 第八节 按不同媒介的采访手段分类 第九节 按职业和传播新闻的角色分类 第十节 按其在人际传播层次和记者接触的频率分类 第十一节 按在新闻事件中的角色及与其利害关系 第十二节 按健康和残障状况分类 第十三节 按其表达能力和身份公开与否分类第四章 采访对象与大众传播各环节、主体的关系……第五章 采访对象的受访动机及其影响要素第六章 采访对象的内在因素及其受访动机、行为的影响第七章 采访对象的外在因素及其采访心理与行为的影响第八章 采访对象需求、动机与行为第九章 采访对象的语言、副语言、非言语与心理的关系第十章 采访对象拒访行为与记者应对第十一章 采访对象语言可信度与谎言、不实信息第十二章 采访对象与新闻事实之关系主要参考文献

第一图书网, tushu007.com

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