

<<新闻采访教程>>

图书基本信息

书名：<<新闻采访教程>>

13位ISBN编号：9787300093710

10位ISBN编号：730009371X

出版时间：2008-12

出版时间：中国人民大学出版社

作者：张征

页数：388

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>

<<新闻采访教程>>

前言

中国人民大学出版社策划出版的这部“21世纪新闻传播学系列教材”，是一部在新闻传播学领域内，皋牢百代，卢牟六合，贯穴古今，笼罩中外，密切联系新闻传播工作的实际，广泛吸收新闻传播学的最新研究成果，高挹遐揽，取精用宏，供新世纪的高等院校新闻传播院系教学使用的系列教材。

上个世纪初以来的100年，是世界新闻传播事业飞速发展的100年。

这100年来，随着科学技术的不断发展，继报纸、期刊、通讯社之后，广播、电视、网络 and 多种新媒体相继问世，新闻传播的媒介日趋多元化，新闻传播的手段日趋现代化，“地球村”变得越来越小，新闻传播事业对世界政治、经济和文化的影响则变得越来越大。

这100年，也是中国新闻事业飞速发展的100年。

其中最近的30年，即中国改革开放以来的80年，发展得尤为迅猛。

据上个世纪末的统计数字，截至上个世纪的最后一年，即1999年，全国已有公开发行的报纸2100种，通讯社2家，广播电台1200座，有线和无线电视台3000多座。

其中，报纸年出版总数达到195亿份，广播人口覆盖率达到88.2%，电视人口覆盖率达到89%，电视受众超过9亿人。

与此同时，全国各类新闻从业人员的总数也已超过55万人。

进入新世纪以后，中国新闻事业发展的势头更为迅猛。

报纸、期刊、通讯社、广播电台、电视台的数量在宏观调控下，虽无大变化，但软硬件的实力，都有了很大的进展。

据2008年的最新统计数字，全国报纸的期发数已达1.07亿份，稳居世界第一位。

全世界发行量最高的100家报纸中，中国占了25家（大陆24家，台湾1家）。

电视受众超过了12亿，覆盖率达到97.1%。

宽带网的上网人数超过了2.23亿。

手机的拥有量超过了5.39亿，手机短信的发送量超过3500亿条。

手机的功能已进入3G时代，由一般的通话，发展到手机短信、手机报和手机电视。

与此同时，新闻传播业的产值也大大提高，超过了5440亿元人民币，成为国民经济的第四大主导产业。

中国在以上统计数据中的后几项数字，都已稳居世界的前列。

<<新闻采访教程>>

内容概要

本套丛书涵盖新闻学、传播学两大学科和新闻学、广播电视、广告三个专业。

21世纪已经来临，集聚力量，重新编写出一套体系完整的，能够为新世纪的新闻教育和新闻人才培养服务的新闻传播学的系列教材，已经成为人们的共识。

正是基于这一点，中国人民大学出版社组织编写了这套21世纪新闻传播学系列教材。

编著者都是各教学领域的专家，其中有许多人是相关学科的学术带头人。

收入本系列的教材，有国家级重点教材，有部级重点教材，其他教材也都是经过严格筛选的精品，充分保证了其质量和权威性。

本套教材的特点具体如下 第一，内容新，涵盖广。

第二，写法新。

第三，作者阵容强大。

总之，这套教材的出版能够较好地满足新时代新闻传播学教学发展的需要，在宏观上，使学生把握新闻传播学的基本理论，熟悉其整体的框架；在微观上，能够借助教学使学生对新闻传播学的实践业务知识有具体的了解。

<<新闻采访教程>>

书籍目录

第一章 采访的定义及基本方式 第一节 采访的定义 第二节 采访的基本方式第二章 采访在新闻工作中的地位 第一节 采访是新闻作品产生的依据 第二节 采访是新闻写作的基础 第三节 采访是防止报道失实的第一道防线第三章 采访的基本特征 第一节 采访活动追踪新近发生的事实 第二节 采访活动时刻处于时效的压力下 第三节 采访活动要贴近事实、贴近现场 第四节 使用社会交往的方式第四章 采访的基本任务和步骤 第一节 采访的基本任务 第二节 采访的八个步骤第五章 获得新闻线索 第一节 高质量的线索是高质量选题的前提 第二节 获得新闻线索的渠道第六章 新闻选题的重要性 第一节 什么是新闻选题 第二节 新闻选题的重要性 第三节 高质量的新闻选题的特征第七章 新闻选题的标准 第一节 新闻选题的不同标准 第二节 对不同选题标准的分析 第三节 选题标准的媒体实践第八章 确定新闻选题的操作过程 第一节 选题目标 第二节 确立选题的思维过程 第三节 选题在采访之后的五种命运第九章 采访的策划与准备 第一节 采访失败的重要原因——缺乏采访前的策划与准备 第二节 策划和准备是采访前必不可少的环节 第三节 采访策划和采访准备的内容 第四节 采访前的调查和准备工作第十章 采访对象的分析 第一节 访问的前提——权威的采访对象 第二节 处于不同利益关系的采访对象的类型和态度 第三节 研究人们接受采访的心理需要 第四节 接受采访的顾虑和拒绝接受采访的原因第十一章 访问的原则第十二章 访问气氛的建立第十三章 提问的规律和方法第十四章 现场观察的作用和方法第十五章 采访的记录与核实第十六章 记者应当具备的素质

<<新闻采访教程>>

章节摘录

如果去做一个工作报告或经验性报道，就要去寻找主持这项工作或创造这个经验的人采访。他们大多是某个单位负责全面管理的负责人，对这些工作和经验的了解胜过一般的工作人员。我们可能从他们那里了解到这个工作的开端，实施的背景，实施过程中所碰到的困难以及解决问题的方法，这些经验被哪些人所认可，有没有其他的教训等方面的材料。

一个实习记者去采访国庆节前的天安门花坛，想了解花坛的设计方案、特点等。

在写回的报道中，介绍花坛的设计和施工的采访对象不是园林局的职工，而是一个在天安门前值勤的警察。

这位实习记者说警察也了解花坛的施工和观众的评价，等等。

但是，从材料的权威性来讲，这个报道所选择的采访对象是令人遗憾的。

既然报道花坛的设计，当然是采访最权威的人，即园林局的设计师和负责布置整体花坛的人。

一篇报道在谈到中国教育存在的问题时，写道：“著名经济学家吴敬琏说：教育问题牵涉到千家万户……”很显然，吴敬琏在这里谈教育问题是不权威的，这个问题应该去找教育部和高校的教育学家来谈，或者找一个正在就读的学生家长来谈。

这要比这位经济学家来谈教育问题更权威。

如果去报道一个先进模范人物，那么最权威的采访对象就是这个人物本人了。

当然，如果要从侧面去采访这个人物的事迹，就要找这个人物最亲近的人，包括他的爱人、孩子、父母、秘书、邻居。

这些人或许没有什么文化，没有什么官职，但是在这件事情上，他们是最有发言权的，因为他们最了解这个人物的工作和生活情况。

从他们的口中，你可以了解到很多新闻人物自己可能已经忘记了或自己都观察不到的一些故事和细节。

<<新闻采访教程>>

编辑推荐

《新闻采访教程》由中国人民大学出版社出版。

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>