

<<新闻精品之路>>

图书基本信息

书名：<<新闻精品之路>>

13位ISBN编号：9787100086035

10位ISBN编号：7100086035

出版时间：2011-11

出版时间：商务印书馆

作者：李启瑞 主编

页数：373

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>

<<新闻精品之路>>

内容概要

本书主要内容简介：有14个记者站的广西日报通联采访部，从2000年起，年年组织学习研讨活动，收效不菲：获奖作品数量倍增，连年有作品获中国新闻奖或省区新闻奖；每个驻站记者月均见报稿件由5篇提高到16篇；几乎人人写论文，每年获奖论文都在10篇以上。通联采访部先后荣获了“全国新闻工作先进集体”、广西区直机关“先进基层党组织”、广西区直企事业单位“学习型科室标兵”等15块先进集体奖牌；有三人分获“全国十佳新闻工作者”和“全国优秀新闻工作者”称号；有一人获评为广西壮族自治区“优秀专家”。

<<新闻精品之路>>

书籍目录

第一篇章 强意识 创精品

三管齐下 力抓精品 / 陈健民
主流媒体 主在精品 / 李宇宁
新闻精品价值探求 / 甘毅
强化意识 多出精品 / 罗日杰
新闻精品精在何处 / 陈一新
记者须写新闻精品 / 沈桂才
记者站是精品产地 / 肖道南
通讯员也能创精品 / 区开保

第二篇章 正人品 出精品

要出精品 先正人品 / 陈健民
人品精品 人品为先 / 刘兴标
我看正人品出精品 / 徐德坤
严肃记者 活泼新闻 / 黎攀
乐于做“泥腿记者” / 谌贻照
新闻精品在“脚下” / 沈桂才
力潜深水 善捉活鱼 / 王贞桐
别满足浅水捉鱼虾 / 陈健民
涉深水必须带感情 / 陈尤英
磨刀用功才好劈柴 / 隆振葵
苦尽悟来自出精品 / 王贞桐
不到现场不写新闻 / 徐德坤
不经采访不宜署名 / 朱凌云
舆论监督要巧暗访 / 施显强
虚新闻乃精品大碍 / 陈宁国

第三篇章 从高度抓精品

记者必须有全局观 / 曾永联
练就“鹰眼”抓新闻 / 黎攀
顶天立地 采写精品 / 曾铁强
居高决断 着笔大局 / 刘兴标
不明大局难出好稿 / 韦鹏雁
善谋大局 巧抓小事 / 张东安
全媒体记者如何掌“全” / 陈一新
报道的角度、深度、高度 / 贝为超
高度感悟新闻精品 / 张东安
小消息也可获大奖 / 谌贻照
选准角度 见微知著 / 隆振葵
小事情抓出大方向 / 韦焕良
抢占突发新闻高点 / 陈坤
跳出“灯下黑”寻亮点 / 吴家跃

第四篇章 以创新创精品

内容、形式、手段三创新 / 陈健民
让典型人物走下“神坛” / 周仕兴
摒弃陈旧惯性思维 / 罗猛

.....

<<新闻精品之路>>

第五篇章 “三贴近”写精品

第六篇章 出思想强导向

第七篇章 找细节写故事

第八篇章 讲特色添活力

后记

章节摘录

他们长期在一个地方“泡”，对于当地的河、港等地形地貌可谓烂熟于心，报道起来自然也就驾轻就熟。

有的驻站记者连续多年被评为“抗洪救灾新闻报道先进个人”，就与他们熟悉情况、反应快速、顽强拼搏是分不开的。

当然，像抗洪救灾这样的重大动态新闻报道，驻站记者从全局上较易把握。

问题是记者站的日常工作大部分是平静的、平常的，从平凡的工作和平凡的人群中找新闻就很不容易了。

这就要求记者善于从平常之中捕捉亮点，并迅速报道出去。

我在《广西日报》2008年2月14日头版头条发表了南宁市传达学习胡锦涛总书记有关抗击冰冻灾害的重要讲话精神的消息，新华网和人民网转载了此稿。

此稿主要得益于一个“快”字。

此外，我还曾就南宁市的“项目建设年”、“企业服务年”、“安居工程”、“再就业工程”等工作进行过报道，也是因为突出一个“快”字，有不少稿件都在《广西日报》发了头版头条，得到了新华网和人民网的转载。

只要抢上“火候”，即使有时工作不一定非得是第一位的，也能上好位置。

在新闻事实大同小异的情况下，就看谁能快人一着。

因此，我得出一条经验--同等题材快者胜。

驻站记者因为所从事的是一个地方的报道，在采写重大题材及宏观报道方面的机会不多。

但记者站也有记者站的优势，对整个编辑部来说驻站只是一个“点”，而对某一具体报道部门来说，驻站又是一个“面”。

作为一个驻站记者可不受约束，在本地尽情发挥，接触面很广、很杂，报道领域也很宽，政法、经济、文体等各个方面都可涉猎。

这就给驻站记者提出了一个更高的要求：必须加强学习，不断更新知识，特别是加强对事关全局的对报道具有指导意义的政策、理论等方面的学习，及时报道驻地具有“面”上指导意义的各类新闻。

只有真正把自己用知识“武装”好了，报道起来才会眼明手快。

一旦“亮点”撞入你的视线，便可迅速出击，写出有分量的报道来。

.....

编辑推荐

新闻精品的意义不仅在于得奖，也不会仅限于得奖。
其更高的生命追求在于走向受众，赢得市场。
只有精品才能在受众的掌声中得到升华，才能在市场的考验中绽放最美的华彩。

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>