

<<新闻传播精品导读>>

图书基本信息

书名：<<新闻传播精品导读>>

13位ISBN编号：9787309040043

10位ISBN编号：730904004X

出版时间：2004-5

出版时间：复旦大学出版社

作者：刘海贵

页数：605

字数：502000

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>

<<新闻传播精品导读>>

内容概要

新闻精品战略的提出，是20世纪90年代中国新闻界提出的最具魄力的口号之一，也是最具实际价值与意义的重大举措之一。

纵观中国乃至世界新闻史，任何一次新闻传播的变革与发展，任何一个新闻传播理念的提出与形成，都是与当时社会发展和时代背景所密切相关的。

正当世界处于世纪之交，中国正处于改革开放向纵深发展之时，每日每时产生的新事物、新现象、新矛盾、新问题等层出不穷，无可计数。

在市场经济条件下，新闻作为一个特殊商品，也必然参与市场竞争。

随着新闻市场的成熟，可以说，新闻市场也已从卖方市场向买方市场转化，市场呼唤品质优良的新闻作品。

任何不想无为而治的新闻媒体都应当在剧烈的竞争中展示才华，求得生存和发展的空间。

因此，新闻精品战略的提出和实施，就自然而然地摆上议事日程，这是大势所趋，不以人的意志为转移。

受众是媒体的衣食父母，媒体所做的一切，都是为了受众。

而中国广大受众，过去曾几度接触的是较多的假、大、空、泛的新闻报道，他们企盼真实而优秀的新闻作品问世。

所以，我们完全可以说，实施新闻精品战略，是时代的需要，是新闻竞争的需要，是广大受众的呼唤，是中国新闻业在新的时代、新的形势下面临的一个意义重大的紧迫课题。

党中央审时度势，在具有重大历史意义的十四届六中全会及其决议中提出了著名的四句话：“以科学的理论武装人，以正确的舆论引导人，以高尚的精神塑造人，以优秀的作品鼓舞人”。

这既是对包括新闻在内的整个思想文化战线的要求，也可视为实施新闻精品战略吹响的号角。

所谓精品，原本是一个商业名词，意指高品质的商品。

所谓新闻精品，意即高质量、高水准的新闻作品，也就是俗称的好新闻，包括好消息、好通讯、好言论、好版面、好栏目、好专题、好图片、好广告作品、好公关案例等。

十四届六中全会决议中提出的著名四句话，完全可以视作新闻精品的一个衡量尺度。

联系新闻实际，新闻精品具体的评判标准主要有——政治性。

判断一则新闻作品是否属于精品，首先应当从政治角度看问题。

我们应当坚定不移地视政治性为新闻精品的首要价值标准，这也是无产阶级同资产阶级历来在新闻价值观上的明显区别。

新闻精品必须具有震动人心、能在某种程度及较大范围产生重大影响的特质，必须能够引导形成正确的舆论，为人们排忧解难，树帜引路。

这是因为，新闻工作本身就是一项政治性较强的工作，正如一位资深新闻工作者所说：“新闻工作者不是单纯的‘写稿匠’，他应该以一个政治家的眼光和态度去认识事物，并从中掘取能够解决社会矛盾、促进社会进步的‘珍宝’。”

可以说，新闻作品若是所含政治性因素较弱或不含政治性，就难以产生强烈的吸引力和感染力，更无冲击力和震撼力可言，也就难以称得上是真正的新闻精品。

当然，真理有时过了头也可能成为谬误，盲目追求政治上的所谓高度，任意添加或拔高，一味追求高、大、全，使新闻脱离客观实际；或是对一些影响社会心理稳定的敏感问题以及处于探索阶段的问题，不慎重对待，盲目追求所谓的“轰动效应”，这都可能会成为新闻精品的制约因素，是我们必须警惕的。

显著性。

许多专家、学者指出，新闻精品必须具有权威性和感召力，笔者十分赞同。

新闻精品中涉及的新闻人物和新闻事件必须具有引人注目、非同寻常的特质。

人物和事件要避免雷同，要张扬其鲜明的个性和特点，要尽量做到此人、此物区别于彼人、彼物。

顾名思义，精品侧重一个“精”字，而这个“精”字则主要体现在对新闻人物和新闻事件选择的精心程度上。

<<新闻传播精品导读>>

这些年来，中国新闻媒体先后推出的孔繁森、徐虎、钟南山、杨利伟等人物和1998年抗洪救灾、衡阳火灾消防官兵等事迹报道，影响力、感召力就非常巨大，其中的成功则首先体现在对人和事的精心选择上，他（它）们都具有显著性。

必读性。

以往谈及新闻报道如何赢得受众时，往往总要提到可读性、通俗性等因素，这固然是保证新闻质量的重要因素，也是当前新闻竞争的重要内容，但是，这仅是新闻报道的一般性要求。

新闻精品仅含有这些因素是远远不够的，新闻从业人员应当把可读性、通俗性等追求提升到必读性，即受众接触这则新闻后，不看、不听不行，欲罢不能。

这就要求新闻报道反映的是老百姓工作、生活密切相关的事情，你报道了他关心的事，反映了他的意愿，令他在情感上产生共鸣、共振，感到撩人心怀，因而就不得不看，不得不听。

我与复旦大学出版社新闻传播学的资深编辑顾潜先生在策划这套系列丛书时，我们从一开始拟定的编辑方针就是：不仅大学生喜欢，新闻爱好者喜欢，广大一线新闻传播从业人员也喜欢，力争成为他们采写新闻的一个好的范本，或使他们的新闻采访写作从理念和业务上达到一个新的境界。

这是因为，我们所选的人物和作品都具各个时期、各个领域的典型意义，我们所作的评析都是详尽且注重理论梳理，我们的体例和范式都是新颖而别具一格的。

本丛书的各分卷主编均为各新闻传播院系的院级领导、系主任或教授，他们以精深的学术造诣和治学功底，为丛书精心打造，使其总体上达到了较高的水准。

复旦大学出版社总编高若海教授、社长贺圣遂教授对这套丛书的编辑出版给予了很大的关注和支持

。值得一提的是顾潜教授眼光深邃，以他积数十年的编辑经验，充分认定这套丛书的价值和广泛的读者群，并为其策划、组编、顺利出版付出心血。

在此，我以全体作者的名义向出版社的专家们表示诚挚的谢意。

<<新闻传播精品导读>>

书籍目录

上篇 广播新闻部分 荣成渔民跨国赶集 中国活鱼蹦上日本早市 (威海人民广播电台 王悦之 邢飞) 鲜活的题材,深刻的主题 江海联运货船首航 (黑龙江人民广播电台 王海燕 关中 申安庆 刘成荣) 现场报道的时空营造 我向总理讲真话 (阜阳人民广播电台 崔波 张哲) 底蕴魅力全在“讲真话” 苏州河上最后一个摆渡口关闭 (上海人民广播电台 周显东) 以小见大,短中见力 开学第一课 (九江人民广播电台 周升航 周三友 孙国庆) 立意——于细微处见精神 香港热土祭洒社稷坛 (北京人民广播电台 文立军) 细节传神传情 浙江省率先为贫困农民筑起最低生活保障线 (中央人民广播电台 王权 王健) 新闻贵在以人为本 民营企业家陈玉玲入党 (新疆人民广播电台 李涛 郭庆宇) 时代气息与真挚情感的融合 重庆市组织农民直销队进城卖菜 (中央人民广播电台 陈代泽) 简洁明了,文风淳朴 申奥成功 北京沸腾 (北京人民广播电台 陈建勋 文立军 李彦军) 点面结合,以情动人 东莞农民上网招商引资遍地开花 (东莞人民广播电台 莫佛基 杨济平 蔡建勋) 一篇好广播新闻,就是要把一个主题说清说透 吉林省向“走读官”亮黄牌 (中央人民广播电台 刘源源 吴紫芳) 大题小做也相宜 长沙市东区地税局拒请,200多张请柬作废 (中央人民广播电台 蒋琦) 细观察,巧切入 中国足球圆梦五里河 (辽宁人民广播电台 王伟 刘海乔) 精心设计,短小脱俗 牧民斯拉木曝光滥砍滥伐者 (新疆人民广播电台 傅雪琴 孙建中) 选取典型,警钟长鸣 一块特殊的墓地 (北京人民广播电台 何俊岭) 别出心裁,张扬有声语言的魅力 下篇 电视新闻部分

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>