

<<市场化生存的党报新闻生产>>

图书基本信息

书名：<<市场化生存的党报新闻生产>>

13位ISBN编号：9787504361271

10位ISBN编号：7504361275

出版时间：2010-4

出版时间：中国广播电视出版社

作者：田秋生

页数：181

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>

## <<市场化生存的党报新闻生产>>

### 前言

这本书是在我博士论文的基础上修改而成的。

平凡如我，完成博士论文委实是个巨大的挑战，从选题的确定到进入报社实地调查和访谈，再到写作构思，及至最后成文并通过答辩，一路走来，每一步都充满艰辛。

2006年秋天，为了寻找合适的论文选题，一个又一个的下午，我孤独的身影出现在广州大学桂花岗校区的操场上，在红色的塑胶跑道上来回跑动，苦苦思索却不得要领。

2007年夏天，正式进入广州日报社实地调查，每日来回奔走在解放北与人民中路之间。因为跟随夜编中心上班，下午4点过去，回来的时候已是凌晨，坐在空荡荡的夜班车上，望着窗外难得安静的城市，纷乱的思绪渐渐得以清晰。

2007年冬天，进入论文写作阶段，在完成前两章的写作后，思路突然阻滞，原有的架构和设想必须做出调整。

有将近两个月的时间几乎没有一个字的进展，在焦虑中迎来了2008年春节，那个春节是众所周知的冷，深夜坐在书房里，手脚冰凉，眉头紧锁。

2008年夏天，坐在复旦的斗室里，紧张地准备第二天的答辩，满是忐忑不安。

终于迎来答辩委员会宣布论文答辩通过的时刻。

望着老师和学友祝福的眼光，背在身上整整两年的重负终于卸下。

幸运如我，在完成博士论文的路上得到了众多的帮助与支持。

从选题到最终的成文，包括实地调查单位的联系，在论文写作的各个环节，我的导师刘海贵教授均给予了充分的指导与支持。

感谢刘老师多年来的谆谆教诲与亲人般的关怀。

## <<市场化生存的党报新闻生产>>

### 内容概要

从人力资源部管理基础讲起,分企业人力资源规划与组织设计、员工招聘与任用、员工考勤与异动管理、员工培训与发展、员工绩效考评、员工关系管理、薪酬福利管理、行政事务管理、会议会务管理、后勤保障管理十个方面进行了讲解,同时将企业最常规的行政事务也纳入企业人力资源管理中,目的是为了紧密跟随制造企业具体的情况,从而为企业提供最实用的指导。

《市场化生存的党报新闻生产:个案研究》实用性强,可供制造业、服务业、零售业、商业、政府部门、教育机构的管理者、人力资源部主管及员工,以及新入职的大中专毕业生,有志于从事人力资源管理的人士学习参考。

## <<市场化生存的党报新闻生产>>

### 作者简介

田秋生，1968年生于江西南康，广州大学新闻与传播学院副教授，新闻学系主任。先后就读于山东大学、暨南大学、复旦大学，获历史学学士学位、文学硕士学位和新闻学博士学位。承担新闻学概论与新闻评论学等课程的教学工作，长期致力于媒介与社会，尤其是媒体与市场的研究。

近年公开发表学术论文十多篇，主撰教材《当代新闻评论学》，出版译著《科技记者报道指南（第二版）》。

## &lt;&lt;市场化生存的党报新闻生产&gt;&gt;

## 书籍目录

序一序二导论 一、问题的提出 二、文献探讨 三、研究路径 四、内容提要第一章《广州日报》的市场转型与产业化运作 第一节 工业化大生产平台的搭建 一、印力扩张 二、跨世纪人才战略 三、扩版战略 第二节 现代营销体系的铺设 一、自办发行 二、广告营销第二章 市场背景下制约党报新闻生产的三重逻辑 第一节 逻辑梳理：来源、理论、实践 一、宣传逻辑：理论、实践 二、新闻逻辑：理论、实践 三、市场逻辑：由来与影响 第二节 关系探讨：冲突与相容 一、新闻逻辑与宣传逻辑之间的关系 二、新闻逻辑与市场逻辑之间的关系 三、宣传逻辑与市场逻辑之间的关系 四、三种逻辑的运行保障及由此所带来的问题 五、以新闻逻辑为中心协调三重逻辑第三章 市场背景下的党报宣传 第一节 理念变革与版面调整 一、宣传理念的变革 二、扩版与改版 第二节 日常性宣传 一、采写与编排方面的指导思想 二、日常宣传的基本状况 第三节 阶段性重大宣传 一、“寻找最可爱大兵”系列报道：将宣传变成人情味故事 二、“重走长征路系列报道”：用现实讲述历史 三、十七大宣传报道：将会议新闻做成信息解读第四章 行销导向下的新闻生产之一：理念、机制、新闻产品设计 第一节 “大新闻”观与编营互动机制的形成 一、新闻理念的变迁 二、“六面魔方”论的提出：中国式的“整合新闻纸” 三、编营互动机制的形成：推倒“国家”与“教堂”之间的围墙 第二节 渐进式改版：市场理念下的新闻产品设计 一、改版概貌 二、市场目标与产品设计 三、小结第五章 行销导向下的新闻生产之二：新闻报道方式 第一节 事件营销 一、凡有大事，必看《广州日报》 二、预期性重大事件报道个案：关于香港回归的两次策划报道 三、突发性事件报道个案：九江塌桥事故报道 四、小结 第二节 高端出击 一、《新闻蓝页》：深度报道的常规化 二、高端访谈 第三节 人情味新闻 一、A3版考察 二、报道个案一：对“郭云摔死小孩”事件的报道 三、报道个案二：“美女征婚”系列报道 第四节 民生服务 一、民生新闻：为市民排忧解难，贴身服务 二、专版：提供全面的生活资讯 三、动因分析第六章 行销导向下的新闻生产之三：新闻产品的后期加工 第一节 信息的梳理与包装 一、信息的整合与梳理 二、信息产品的视觉包装 第二节 导读与索引版的设置 一、导读与索引版的推出 二、效果与影响第七章 讨论与结论：市场、城市党报与新闻生产 第一节 “广州日报模式” 一、党报的市场困境与《广州日报》的生存策略 二、中国社会转型期党报有限商业化新闻生产模式 第二节 “广州日报模式”的特殊性与普遍性 一、《广州日报》的区域媒介生态环境 二、作为社会行动主体的广州日报人结束语 实现政府、公众、媒体在市场中的良性互动参考文献附录一：《广州日报》大事记附录二：博士学位论文答辩委员会决议书及论文评阅意见后记

## <<市场化生存的党报新闻生产>>

### 章节摘录

会议期间，该报派出了8名记者组成的专门报道小组赴京，组长为夜编中心的副主任田小平。

有关会议进程的报道，可分为三个层面，其稿源也来自三个不同的渠道。

一是会议面上的动态，即会议的总体进程，采用新华社通稿；二是广东代表团的动态与活动，由特派北京记者组供稿；三是广州社会各界对大会的期待和反应，由广州本地记者供稿。

此类动态新闻的报道，着眼于时效性，一般放在头版和二版，以及时告知信息为目的。

由于名额的限制，及《广州日报》作为市级机关报的行政级别，该报没有拿到进入会场的采访证，使特派记者组的采访受到限制，因而将报道重心放在了报告的解读上。

对此，特派记者组组长在事后有这样的表述：相对会议进程而言，党代会的性质决定了。

大会报告提出的一些决定中国政治走向、影响中国长远发展的新思路、新观点、新论断，理应是报道的重中之重。

出发前开策划会时，李总（指该报总编辑李婉芬——笔者注）提出我们的视野不要拘泥于广州、广东，而是要放眼全国，做到权成高端。

循着这一思路，我们决定将报道重心放在报告新内容的解读上。

于是，对报告的解读成为会议期间的主要着力点。

那么，这种解读是如何进行的？

又呈现出什么样的特点？

对于报告的解读主要集中在9月16日至20日这五天，其中，16日的解读为第一个层次，属于面上的整体解读，后四天为第二个层次，为点上的延伸性解读。

9月16日，十七大召开次日，《广州日报》推出10个版的专门报道，除头版报道大会动态外，其余9个版均为报告解读。

胡锦涛的十七大报告共分以下十二个部分：一、过去五年的工作；二、改革开放的伟大历史进程；三、深入贯彻落实科学发展观；四、实现全面建设小康社会奋斗目标的新要求；五、促进国民经济又快又好发展；六、坚定不移发展社会主义民主政治；七、推动社会主义文化大发展大繁荣；八、加快推进以改善民生为重点的社会建设；九、开创国防和军队现代化建设新局面；十、推进“一国两制”实践和祖国和平统一大业；十一、始终不渝走和平发展之路；十二、以改革创新精神全面推进党的建设新的伟大工程。

……

<<市场化生存的党报新闻生产>>

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>