

<<新闻报道策划>>

图书基本信息

书名：<<新闻报道策划>>

13位ISBN编号：9787511511966

10位ISBN编号：7511511961

出版时间：2012-8

出版时间：人民日报出版社

作者：杨秀国

页数：326

字数：250000

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>

<<新闻报道策划>>

内容概要

《新闻报道策划》，是专门研究新闻报道策划的规律、方法和技巧的。本书共分14章，分别从新闻报道策划的内涵与类型、新闻报道策划的基本原则、新闻报道策划的选题确定、新闻报道策划方案的制订、新闻报道策划的结构方式、新闻报道策划的效果评价、新闻炒作及其他问题的规避、策划者的思维创新与素质能力训练、会议报道策划、典型报道策划、经济报道策划、科技报道策划、突发事件报道策划、节庆报道策划等内容来介绍新闻报道策划。

<<新闻报道策划>>

作者简介

杨秀国，学新闻、教新闻、干新闻、再教新闻，是河北大学新闻传播学院教授、博士生导师杨秀国的主要人生轨迹。

他1982年初毕业于复旦大学新闻系，后到河北大学执教，主讲新闻采访、写作等课程。

10年后的1992年，调河北经济日报社工作，历任记者部、要闻部、总编室主任和总编辑助理。

期间，获全国和省级好新闻奖24项。

2003年被引进到河北大学新闻传播学院，任新闻系主任。

目前，其主讲的新闻采访写作，被评为河北省精品课，其专著《新闻采访学通论》，被评为河北省社科一等奖。

他先后主持省级和国家级社科课题各一项，同时荣获河北大学教学名师和河北省优秀教师称号。

理论与实践的两度结合，是杨秀国的最大特点。

其主攻方向为新闻传播业务，其研究特色为新闻报道亲和力。

<<新闻报道策划>>

书籍目录

- 绪论
 - 第一节 源远流长说策划
 - 第二节 新闻报道需要策划
 - 第三节 新闻报道可以策划
 - 第四节 从小事做起学策划
- 第一章 新闻报道策划的内涵与类型
 - 第一节 新闻报道策划的内涵
 - 第二节 新闻报道策划的类型
- 第二章 新闻报道策划的基本原则
 - 第一节 真实性原则
 - 第二节 创新性原则
 - 第三节 可行性原则
 - 第四节 机变性原则
- 第三章 新闻报道策划的选题确定
 - 第一节 新闻报道策划的选题标准
 - 第二节 新闻报道策划的选题来源
 - 第三节 新闻报道策划的选题确定
- 第四章 新闻报道策划方案的制订
 - 第一节 报道策划方案的基本框架
 - 第二节 报道策划方案的制订步骤
- 第五章 新闻报道策划的结构方式
 - 第一节 结构方式的构成要素
 - 第二节 四种结构方式的主要特点
 - 第三节 报道策划的版面组合形式
- 第六章 新闻报道策划的效果评价
 - 第一节 效果评价的主体因素
 - 第二节 效果评价的指标体系建构
 - 第三节 运用倒推法优化传播效果
- 第七章 新闻炒作及其他问题的规避
 - 第一节 新闻炒作的表现及评析
 - 第二节 新闻报道策划存在的问题及规避
- 第八章 策划者的思维创新与素质能力训练
 - 第一节 思维方式创新的途径
 - 第二节 素质与能力训练的方法
- 第九章 会议报道策划
 - 第一节 辩证认识会议是搞好策划的前提
 - 第二节 会议报道策划的精髓是创新求变
- 第十章 典型报道策划
 - 第一节 典型的内涵与作用
 - 第二节 典型报道的得与失
 - 第三节 典型报道的嬗变与回归
 - 第四节 典型报道策划需着重解决的问题
- 第十一章 经济报道策划
 - 第一节 经济报道的拓展和演变
 - 第二节 经济报道最需要策划

<<新闻报道策划>>

第三节 经济报道策划要立足于新着眼于深

第四节 经济报道策划需要正确处理好四种关系

第十二章 科技报道策划

第一节 科技报道所面临的突出矛盾

第二节 科技报道策划的要旨

第十三章 突发事件报道策划

第一节 突发事件与媒体信息传播

第二节 突发事件的类型与处置原则

第三节 突发事件报道策划的创新与突破

第十四章 节庆报道策划

第一节 节庆及节庆报道

第二节 节庆报道的策划思路与运作方法

第三节 节庆报道策划需注意的几个问题

后记

<<新闻报道策划>>

章节摘录

1.媒体自身的人才优势,通过策划得到开发和利用 媒体人才济济,不仅集中了一批懂得新闻传播,擅长采访、写作、编辑和评论的专业型人才,而且集中了一些具有法学、经济学、社会学等多种学科背景的复合型人才。

这些人才,因其学有所长,并在经历一个时期的磨练之后,在信息搜集、价值判断、整合利用等方面,具有了较为深厚的基础。

平时,他们在各自分工负责的业务工作中,便能运用策划的一般原理,“八仙过海,各显神通”,创造性地进行采访、写作、编辑和评论。

正是由于这些专业、专门人才的不懈努力,媒体才得以每日、每时地向社会播发不计其数的新闻信息,以满足人们的各种需要。

不过,在媒体编采实践中,“各自为政”、单打独拼的情况也比较普遍。

一般来说,记者采访写作的独立性很强,一旦发现新闻线索,记者便即刻动身前去采访。

因而,记者大都处于“在路上”的工作状态,彼此之间的配合机会较少;编辑人员大多在单位编发稿件,对记者的采访思路及过程过问不多。

这样,记者与记者、记者与编辑之间的沟通联系相对较少,由此也产生了一个矛盾现象:记者采访的稿件,从单篇来说质量不错,但要集中在一起反映一个中心或主题就比较困难。

这就导致了采编人员之间的互不服气:记者认为自己所采写稿件非常重要,应该刊发在重要位置,最好能配发言论;编辑则认为稿件只是反映某个局部或部分的情况,普遍意义和典型性不强。

因此,采编人员相互指责、埋怨的情况便时有发生。

如何把采编力量较好地协调、集中起来,扬其所长,避其所短,发挥整体优势和团队作用?

策划便是一种有效的方法。

从报道策划选题的产生过程来看,大都是集思广益,群策群力,相互沟通情况,交流信息。

在思想碰撞,智慧交锋之后,一个新的想法突然冒了出来,使大家眼前一亮,顿感是个好点子。

.....

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>