

<<深圳特区报竞争力探析>>

图书基本信息

书名：<<深圳特区报竞争力探析>>

13位ISBN编号：9787565104978

10位ISBN编号：7565104973

出版时间：2011-12

出版时间：南京师范大学出版社

作者：石坚

页数：221

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>

<<深圳特区报竞争力探析>>

内容概要

有人形象地将新闻媒介的设备、资金、机制、队伍比作“硬实力”，将新闻媒介的新闻理念、传播内容、传播方式等比喻为“软实力”，我觉得是再恰当不过了。

“硬实力”和“软实力”是一家媒介腾飞的两翼，缺一不可。

党报若要重振雄风，离不开传播内容、传播方式等“软实力”的增强。

就目前而言，一方面，新媒体的“硬实力”整体在不断崛起，四处攻城略地，扩大市场，壮大实力。

而另一方面，党报的“软实力”则在不断下降，版面单调乏味，内容机械枯燥，呈现出一种相对疲软的态度。

可见，与都市类报纸、电视台、新媒体等其他媒介相比，党报的新闻传播力和影响力已处于下风，在话语权的争夺中处于劣势。

新闻传播能否人脑人心，撼动人的心灵，感染人的情绪，关键在于最终的影响力和渗透力。

而这“两力”既来自真实准确的传播内容，又来自生动形象的传播形式，两者缺一不可。

党报要从“宣传”转向“传播”，就要从“讲道理”转向“讲故事”，这样才能为受众所接受。

《深圳特区报》是一家地地道道的党报，它有一连串骄人的数字：日发行量50多万份，日出对开版50多版。

广告收入和实现利润跃居中国报业前列，成为国内最具实力和影响力的媒体之一，而这些数字都与它的时评、典型报道、社会新闻等栏目息息相关。

<<深圳特区报竞争力探析>>

作者简介

石坚，男，满族，1951年6月3日生，中共党员。

教授。

曾任新疆日报社新闻总监、编委，编辑部、记者部、经济部主任、党支部书记。

2000年10月获新疆维吾尔自治区先进工作者（劳模）称号；2003年3月作为江苏省高层次引进人才。

调入南京师范大学，现任南京师范大学新闻传播学院教授，三江学院文学与新闻传播学院常务副院长。

采写新闻稿件数千篇，其中53件新闻作品在全国和新疆获奖。

两篇作品获中国新闻奖，8篇作品获中国省、自治区、直辖市好新闻奖，20余篇作品获好新疆好新闻奖。

在全国核心与权威新闻期刊发表新闻论文38篇，其中权威新闻期刊4篇。

撰写新闻专著《新闻采访与写作》、《新闻写作学》、《新闻写作新视角》等；课程“采写编评一体化”获南师大校级精品课程奖。

先后主持和参与多项科研项目，其中省级项目两项，现在主持江苏省“校媒联盟”合作培养新闻实务人才创新实验基地项目研究。

<<深圳特区报竞争力探析>>

书籍目录

序第一章 《深圳特区报》的可读性和创新性第一节 增强可读性：党委机关报市场化的关键一、党委机关报市场化生存的困境二、增强可读性是党委机关报突围市场的利器三、《深圳特区报》可读性的示范作用第二节 《深圳特区报》：服务受众与服务党委政府并重一、树立服务受众的理念二、总体设计体现可读性第三节 《深圳特区报》：做足做活新闻，实现可读性一、做强做活时政报道二、做强做大社会民生新闻三、用报道策划挖掘新闻金矿第四节 《深圳特区报》写作特色和版面设计评析一、写作特色分析二、版面风格评析第五节 《深圳特区报》：注重贴近受众一、强化党委机关报的实用性二、开放办报，发挥受众的能动性三、报网联动使网民与读者融合第六节 《深圳特区报》可读性创新的理论思考一、树立服务受众理念：增强可读性的基础二、党委机关报的可读性：新闻传播规律和宣传规律的和谐统一三、党委机关报要成为令人爱读的新闻纸四、党委机关报要开展公共新闻报道增强可读性第二章 《深圳特区报》言论的核心作用第一节 《深圳特区报》：凭言论兴起壮大的机关报范本一、言论成就报纸的影响力和权威二、从地方小报嬗变为全国有影响力的大报三、《深圳特区报》重视言论的原因及动力第二节 “一仆二主”：一种有效的言论思路一、党性为本二、人民性让言论改头换面第三节 “都市报”化：一种新式的言论风格一、从四个方面着力创新二、言论要“瘦身”三、和时间赛跑四、让言论色香味浓第四节 《深圳特区报》言论的特点一、言论基调偏重于“民”二、文风亦庄亦谐、灵活多样三、集纳多种声音第三章 《深圳特区报》的典型人物报道第一节 《深圳特区报》典型人物报道分析一、概述二、典型人物报道内容分析三、典型人物报道特色第二节 理论视域中的《深圳特区报》典型人物报道一、社会新闻“外衣”消弭受众刻板印象二、典型人物报道宏观效果研究第三节 《深圳特区报》典型人物报道的改革一、理念变革：典型人物报道改革的基础二、消除记者刻板印象：典型人物报道改革的关键三、营造社会氛围：典型人物报道改革的助力第四章 《深圳特区报》的社会新闻报道第一节 《深圳特区报》社会新闻报道的有益探索一、抓取热点社会新闻 引领社会舆论导向二、强化社会新闻的舆论监督作用三、话题新闻“事件化”激发新闻价值四、社会新闻“深”发展 以深度决定影响力五、带着问题意识抓新闻 报道具有典型意义六、标题画龙点睛 激发阅读欲望第二节 《深圳特区报》社会新闻报道解析一、问题表现二、原因探析……第五章 “深圳特区报·直通车”专栏个性化研究附录参考文献

<<深圳特区报竞争力探析>>

章节摘录

毛泽东提出我国的文化发展要坚持“百花齐放、百家争鸣”的方针。

“双百”方针提倡的不仅仅是要发展精英文化或主流文化，而应该是兼容并包，其中当然包括了大众文化。

党的“十五大”报告提出：“建设有中国特色社会主义的文化，就是以马克思主义为指导，以培育有理想、有道德、有文化、有纪律的公民为目标，发展面向现代化、面向世界、面向未来的，民族的、科学的、大众的社会主义文化。

”可见，我国要发展的社会主义文化并不仅限于发展精英文化或主流文化。

此外，我国人民的文化水平普遍不高，片面排斥大众文化有失偏颇。

仅仅要发展主流文化或精英文化是行不通的，应该在马克思主义的指导下，让主流文化、精英文化、大众文化共同发展；要面向广大人民群众，提供群众喜闻乐见的文化产品，为人民群众提供精神食粮。

诚然，大众文化中有些内容是品位不高，理应受到批评，但是，大众文化产品中也有很多和主流文化一样弘扬主旋律的。

例如不少脍炙人口的流行歌曲同样是宣传主旋律的，像《五星红旗》、《春天的故事》、《我的中国心》等等。

此外，我国电影作为现代文化产业的重要部分，不仅是供观众消遣的大众文化产品，很多优秀的电影在弘扬主旋律上也是功不可没的。

由此可见，主流文化、大众文化、精英文化只是表达的形式不同，要判断一种文化是否高雅，关键是看核心内容以及表达的主题是否积极，不应拘泥于形式，不能片面地把通俗等同于低俗。

因此，我们应该辩证地看待大众文化，不应该把大众文化当做低级趣味的同义词，一概否定。

要对文化娱乐产业加强宏观指导，大力发展先进的大众文化，为百姓提供更多的优质文化产品，丰富群众的精神生活。

3.大众文化与主流文化 国内有人认为，党委机关报是传播主流文化的媒体，应该是严肃的，不可能和大众化报纸一样活泼。

在这种观念的驱使下，不少党委机关报办得呆板、生硬，群众不爱看，其实这是一个误区。

内容严肃不等于形式生硬，主流报纸的外在形式也可以生动活泼。

这是因为，在市场化经营的条件下，党委机关报也是消费品，它和大众文化一样，也是批量生产的，并在市场上与其他大众文化产品展开竞争。

作为传播主流文化的平台，党委机关报要最大限度地将主流文化传播到社会各个阶层，就不能高高在上，让受众敬而远之。

大众文化具有形式灵活、可接受性强的特点。

党委机关报可以在保持主流文化核心价值观的同时，借鉴大众文化形式，采用群众喜闻乐见的通俗形式传播主流文化。

正如深圳报业集团社长黄扬略指出：“党报有必要给主流文化穿上大众文化的时尚外衣，让读者阅读党报时也能够享受愉悦。

”“党报采用大众文化的传播形式，既有利于引导大众文化，也有利于最大限度地占领市场，最大限度地占领舆论阵地。

”相对于主流文化，大众文化有其独特的优点：首先，它的形式生动活泼，让人赏心悦目，使受众易于接受；其次，它能主动顺应市场需要，根据受众需求变换形式。

.....

<<深圳特区报竞争力探析>>

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>