

<<新闻报道策划与新闻资源开发>>

图书基本信息

书名：<<新闻报道策划与新闻资源开发>>

13位ISBN编号：9787300057224

10位ISBN编号：7300057225

出版时间：2004-1

出版时间：人民大学出版社

作者：蔡雯

页数：421

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>

<<新闻报道策划与新闻资源开发>>

内容概要

本书分两个部分，第一部分“理论研究篇”，对新闻资源的内涵与特性、新闻传播活动与新闻资源开发的内在关系，以及新闻报道策划的本质、原则、操作技巧、难点和对策、策划型新闻人才的培养等展开了系统论述。

第二部分“实证与案例研究篇”，对中国传媒新闻资源开发现状进行了调研，以大量数据和例证剖析了目前新闻媒介在新闻传播活动中的运行特点和问题。

此外，还对多家新闻媒体优秀新闻报道策划的个案进行了调研和分析，并附有一些经典报道策划的设计方案、代表性作品、当事人访谈等第一手资料。

该专著以学术性与应用性兼备的特点，既适用于新闻院校应用新闻学的案例教学，也适用于新闻从业人员自学新闻报道策划业务。

作者简介

蔡雯，1964年4月出生，籍贯安徽。

本科、硕士就读于复旦大学新闻系，博士就读于中国人民大学新闻学院。

是我国新闻传播学界第一位获得“全国优秀博士论文奖”的学者。

先后在新华社中国新闻学院和中国人民大学新闻学院任教。

现任中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，中国科技新闻学会常务理事，全国高等教育自学考试指导委员会新闻类专业委员会委员，郑州大学、华中科技大学兼职教授。

研究方向为应用新闻学、新闻媒介研究，已经出版的专著与教材有《新闻传播的策划与组织》、《现代新闻编辑学》、《怎样办好小型报纸》、《新闻编辑漫谈》、《媒介竞争论》、《美国传媒与大众文化 - 200年美国传播现象透视》等，已发表学术论文130多篇。

曾获“北京市优秀新闻工作者”、“北京市优秀青年骨干教师”等荣誉称号，入选北京市“新世纪社会科学理论百人工程”。

书籍目录

理论研究篇 第一章 新闻资源的内涵与特性 第一节 新闻资源的内涵 第二节 新闻资源的特性 第三节 新闻资源对新闻传播活动的意义 第四节 开发新闻资源在全球化传播竞争中的必要性 第二章 新闻资源开发与新闻传播活动 第一节 新闻资源开发 第二节 从媒介产品质量看新闻资源开发 第三节 新闻传播的策划与组织：开发新闻资源的必然行为 第四节 新闻报道策划：开发新闻资源的重要落点 第三章 新闻报道策划的本质与原则 第四章 报道选题决策与新闻资源分析 第五章 新闻报道结构与方式设计 第六章 新闻报道的组织与调控 第七章 新闻报道策划的难点与对策 第八章 策划型新闻人才的培养 实证与案例研究篇 案例1 中国传媒新闻资源开发现状研究——对我国六省区主要新闻媒介的调查报告 案例2 论我国少数民族地区党报新闻资源开发现状与对策——对五家少数民族自治区党报的抽样分析 案例3 从国庆报道看节庆新闻资源开发——对五家报纸国庆报道的实证研究与思考 案例4 《羊城晚报》“热线”资源开发案例研究 案例5 《北京青年报》世界杯足球赛报道个案研究 案例6 《南方日报》“10+1：相约在西部” 案例7 《经济日报》“西部大开发”系列报道个案研究后记

媒体关注与评论

书评自1997年国务院学位委员会将新闻传播学擢升为一级学科以来,中国的新闻传播学学科建设突飞猛进,有了重大发展,也对教学、科研以及学术著作出版提出了新的、更高的要求。

继1999年中国人民大学出版社推出“21世纪新闻传播学系列教材”之后,北京广播学院出版社、华夏出版社、南京大学出版社、中国社会科学出版社、新华出版社等十余家出版社纷纷推出具有不同特色的教材和国外新闻传播学大师经典名著汉译本。

但标志本学科学术水平、体现国内最新科研成果的专著尚不多见。

同一时期,中国的新闻传播学教育有了长足进展。

新闻传播学专业点从1994年的66个猛增到2001年的232个。

据不完全统计,全国新闻传播学专业本科、专科在读人数已达5万名之多。

新闻传播学学位教育也有新的增长。

目前全国设有博士授予点8个,硕士授予点40个。

中国人民大学新闻学院、复旦大学新闻学院等一批研究型院系正在崛起。

北京大学和清华大学的新闻传播学教育以高起点、多专业为特色,掀开了这两所百年名校蓬勃发展的新的一页。

北京广播学院以令人刮目相看的新水平,跻身中国新闻传播教育名校之列。

武汉大学新闻与传播学院等以新获得博士授予点为契机所展开的一系列办学、科研大手笔,正在展示其特有的风采与魅力。

学界和社会都企盼这些中国新闻传播教育的“第一梯队”奉献推动学科建设的新著作和新成果。

进入新世纪以来,随着以互联网为突破口的传播新媒体的迅速普及,新媒体与传统媒体的联手共进,以及亿万国人参与大众传播能动性的不断强化,中国的新闻传媒事业有了全方位的跳跃式的大发展。

人民群众对大众传媒的使用,从来没有像今天这样广泛、及时、须臾不可或缺,人们难以逃脱无处不在、无时不有的大众传媒的深刻影响。

以全体国民为对象新闻传播学大众化社会教育,已经刻不容缓地提到全社会,尤其是新闻传播教育者面前。

为民众提供高质量的新闻传播学著作,已经成为当前新闻传播学界的一项迫切任务。

这一切都表明,出版一套满足学科建设、新闻传播专业教育和社会教育需求的高水平新闻传播学学术著作,是当前一项既有学术价值又有现实意义的重要工作。

“新闻传播学文库”的问世,便是学者们朝着这个方向共同努力的成果之一。

“新闻传播学文库”希望对于新闻传播学学科建设有一些新的突破:探讨学科新体系,论证学术新观点,寻找研究新方法,使用论述新话语,摸索论文新写法。

一句话,同原有的新闻学或传播学成果相比,应该有一点创新,说一些新话,文库的作品应该焕发出一点创新意识。

创新首先体现在对旧体系、旧观念和旧事物的扬弃。

这种扬弃之所以必要,人文社会科学工作者之所以拥有理论创新的权利,就在于与时俱进是马克思主义的理论品质,弃旧扬新是学科发展的必由之路。

恩格斯曾经指出,我们的理论是发展的理论,而不是必须背得烂熟并机械地加以重复的教条。

一位俄国作家回忆他同恩格斯的一次谈话时说,恩格斯希望俄国人——不仅仅是俄国人,不要去生搬硬套马克思和他的话,而要根据自己情况,像马克思那样去思考问题,只有在这个意义上,“马克思主义者”这个词才有存在的理由。

中国与外国不同,旧中国与新中国不同,新中国前30年后20年不同,在现在的历史条件下研究当前中国的新闻传播学,自然应该有不同于外国、不同于旧中国、不同于前30年的方法与结论。

因此,“新闻传播学文库”对作者及其作品的要求是:把握时代特征,顺应时代要求,紧跟时代步伐,站在时代前列,以马克思主义的理论勇气和理论魄力,深入计划经济到市场经济的社会转型期中去,深入党、政府、传媒与阅听人的复杂的传受关系中去,研究新问题,寻找新方法,获取新知识,发

<<新闻报道策划与新闻资源开发>>

现新观点，论证新结论。

这是本文库的宗旨，也是对作者的企盼。

我们期待文库的每一部作品，每一位作者，能有助于把读者引领到新闻传播学学术殿堂，向读者展开一片新的学术天地。

创新必然会有风险。

创新意识与风险意识是共生一处的。

创新就是做前人未做之事，说前人未说之语，或者是推翻前人已做之事，改正前人已说之语。

这种对旧事物旧体系旧观念的否定，对传统习惯势力和陈腐学说的挑战，对曾经被多少人诵读过多少年的旧观点旧话语的批驳，必然会招致旧事物和旧势力的压制和打击。

因此，执著于理论创新的学人们，又必须时时唤醒自己的风险意识。

再说，当今的社会进步这么迅猛，新闻传媒事业发展这么飞速，新闻传播学学科建设显得相对迟缓和相对落后。

这种情况下，“新闻传播学文库”作者和作品的一些新观点新见解的正确性科学性有时难以得到鉴证，即便一些正确的新观点新见解要成为社会和学人的共识，也有待实践和时间。

因此，张扬创新意识的同时，作者必须具备同样强烈的风险意识。

我们呼吁社会与学人对文库作者及其作品给予最多的宽容与厚爱。

这里并不排斥而是真诚欢迎对作品的批评，因为严厉而负责的批评，正是对作者及其作品的厚爱。

当然，“新闻传播学文库”有责任要求作者提供自己潜心钻研、深入探讨、精心撰写、有一定真知灼见的学术成果。

这些作品或者是对新闻传播学学术新领域的拓展，或者是对某些旧体系旧观念的廓清，或者是向新闻传媒主管机构建言的论证，或者是作者运用中国语言和中国传统文化对海外新闻传播学著作的新的解读。

总之，文库向人们提供的应该是而且必须是新闻传播学学术研究中的精品。

这套文库的编辑出版贯彻少而精的原则，每年从中国人民大学校内外众多学者的研究成果中精选三至五种，三至四年之后，也可洋洋大观，可以昂然耸立于新闻传播学乃至人文社会科学学术研究成果之林。

<<新闻报道策划与新闻资源开发>>

编辑推荐

《新闻报道策划与新闻资源开发》以学术性与应用性兼备的特点，既适用于新闻院校应用新闻学的案例教学，也适用于新闻从业人员自学新闻报道策划业务。

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>