第一图书网, tushu007.com

<<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：9787307062023

10位ISBN编号：730706202X

出版时间：2008.5

出版时间：武汉大学出版社

作者：赵振宇

页数：256

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

内容概要

新闻报道策划是新闻报道的主体遵循事物发展和新闻报道的基本规律，围绕一定的目标，对已占有的信息进行科学的分析和研究，着眼现实，发掘已知，预测未来，制定和实施相应的政策和策略，以求最佳效果的创造性的策划活动。

本书对我国近十多年来关于“新闻策划”的争论进行了梳理并提出新闻报道策划的定义和理论框架，收集和介绍了100多家中外媒体成功的策划经验，指出了新闻报道策划中认识上的理论误区和实践中的偏颇之处。

本书对新形势下新闻报道策划的主要问题及原因进行了分析，阐述了新闻报道策划的价值前提和事实前提、行动守则、创造性思维，介绍了有关突发事件报道，专题报道，体验、暗访、催生或促成等参与式报道，节日、假日、纪念日等特定日报道，会议报道，专栏、专版、专刊报道，摄影报道，社会活动报道以及电视和网络报道的策划技术。

书中附有中外媒体成功策划的精美版面和图片。

本书作为普通高等教育“十一五”国家级教材，可供大学本科生和研究生开设此课程学习，供研究此课题的有关人士参阅，同时也有助于新闻媒体的报道策划及宣传部门的科学管理。

作者简介

赵振宇，华中科技大学新闻评论研究中心主任、教授、博士生导师。
曾任长江日报评论理论部主任、文化报总编辑、高级编辑。
兼任武汉市社会学会副会长、武汉市人民政府咨询委员会特邀高级研究员。
　作者从20世纪90年代开始关注研究程序理论。
1995年撰写《也要重视程序科学化》一文获全国报纸理论宣传优秀奖；2003年撰写《程序化：有效管理的首要前提》一文受到中央高层领导肯定；2004年1月，武汉市人民政府工作报告中采纳了作者的意见。
2004和2005年分别主持湖北省和国家有关程序论的社科项目。
 作者有多篇作品获全国好新闻一等奖、湖北省好新闻一等奖、特等奖。
1 994、1 996和2000年组织策划的报道和活动，受到中宣部的表扬．有的被总结后在全国推广。
发表了一定数量的有影响的新闻评论和学术论文，如《多提供讲心里话的地方》、《稳定是为了发展》、《人事档案应向本人公开》、《请为逝去的同胞们下半旗》、《论民主进程中公民权的保障和实施》、《今天我们怎样做新闻人》等，受到社会关注，有的被收入《新华文摘》、《中国新闻年鉴》、《人大复印资料》。
已出版《应用新闻论》、《与灵魂对话》、《现代新闻评论》、《新闻传播策划导论》等著作。
《新闻报道策划》和《现代新闻评论》两书被列为全国普通高校“十一五”国家级规划教材。
　作者从1984年开始研究“奖励学”．提出”建立具有中国特色的奖励学”，出版《奖励的奥妙》、《奖励的科学与艺术》和《神奇的杠杆——激励理论与方法》等6部论著。
　作者曾先后在武汉大学、华中科技大学、上海交通大学、南京大学、中国浦东干部学院、香港中文大学、台湾政治大学及多家新闻媒体作学术报告。

<<新闻报道策划>>

书籍目录

第一章 新闻报道策划概述 一、“ 新闻策划 ”发展历史回顾 二、对新闻报道策划的界定和认识 三、新闻报道策划的几种类型 四、新闻报道策划的积极作用 五、当前新闻报道策划存在的主要问题第二章 新闻报道策划的基本前提 一、有的放矢——新闻报道策划的价值前提 二、实事求是——新闻报道策划的事实前提第三章 新闻报道策划的行动准则 一、策划的第一要义——创造性原则 二、策划的时空追求——时效性原则 三、策划的思维方式——超越性原则 四、策划的有效实施——可行性原则 五、策划的灵活操作——机变性原则 六、策划的最佳效益——整体性原则 七、策划的丰富多彩——审美性原则 八、策划的最终目标——利益性原则第四章 新闻报道策划的创造性思维 一、创造性思维是新闻报道策划的思维前提 二、满足受众心理需求是创造性策划的目标前提 三、创造性思维在新闻报道策划中的运用第五章 突发事件报道的策划 一、突发事件及其报道策划的特点 二、正确认识突发事件报道 三、突发事件报道的几种形式 四、突发事件报道的策划原则第六章 新闻专题报道的策划 一、专题报道策划思路 二、专题报道的主题确定 三、专题报道的几种题材形式 四、专题报道的组合艺术第七章 参与式报道的策划 一、历史的发展及现时的需要 二、体验式报道策划 三、暗访报道策划 四、催生、促成式报道的策划 五、参与式报道策划要注意的问题第八章 特定日报道的策划 一、追寻历史、展望未来 二、纵横交错、鸟瞰大势 三、不同人物的节目报道 四、贴近生活、服务大众 五、文献资料集粹的报道方法第九章 会议报道的策划 一、会议的作用及分类 二、会议报道的作用及现状 三、正确认识会议及会议报道 四、加强会议报道的策划第十章 专栏、专版和专刊报道的策划 一、专栏的策划 二、专版的策划 三、专刊的策划第十一章 新闻摄影报道的策划 一、新闻摄影报道的发展与变化 二、加强策划、使摄影报道更新更强 三、新闻摄影报道者的素质要求第十二章 社会活动报道的策划 一、积极发展各项有益的社会活动 二、加强策划、搞好社会活动及报道 三、多种媒体联手互动的报道策划第十三章 电视新闻报道的策划 一、怎样做好电视报道策划人 二、电视新闻策划原则 三、电视新闻栏目策划 四、电视评论栏目策划第十四章 网络新闻报道的策划 一、网络新闻专题策划 二、网络新闻评论策划 三、网络新闻专栏策划第十五章 新闻策划人的素质要求 一、提高责任意识 二、遵循新闻规律 三、讲求科学方法 四、发挥创造精神后记

章节摘录

第四章　新闻报道策划的创造性思维　　一、创造性思维是新闻报道策划的思维前提　　创造性劳动是人类生存和发展的动力，创造是人类社会不断走向文明的推动力。
在现代科学技术发展的过程中，创造性思维和活动越来越表现出它的重要性。
创新是一个民族进步的灵魂，是国家兴旺发达的不竭动力。
美国“创造工程之父”　　奥斯本在《创造性想象》一书中写道，“一个国家的经济增长和经济实力与其人民　　的发明创造能力和把这些发明转化为有用产品的能力紧密相关”。
美国的伊顿认　　为：在不久的将来，国家的最高经济利益将主要取决于国民的创造才智，而不取决　　于该国的自然资源。
①目前，世界上不少国家已经把培养大批创造性人才作为一项　　重要的国策，我国也开始重视对创造性人才的培养和对创造发明成果的奖励。
(一)新闻报道策划的本质是创新　　新闻事业是一项常干常新的事业，它为广大新闻工作者提供了广阔的驰骋空　　间。
在日新月异的时代，新闻工作者应当不断采用新的报道手法，开拓新的报道领　　域，探索新的报道形式，写出富有新意的优秀作品来。
只有这样，才无愧于这个时　　代对我们的要求。
随着媒体间竞争的日趋激烈，随着加入WT0对我国新闻事业影　　响的凸显，加强新闻报道策划以彰显媒体的独创性势在必行。
无论从媒体担负的社　　会责任还是从抢占市场的经营目标来看，媒体创造性的策划竞争定会更加激烈。
创造的根本特征是创新。
新闻是一项创新的事业，没有创新，就意味着没有新　　闻。
伴随着新闻竞争的加剧，记者编辑的创造性思维显得越来越重要。
我们说新闻　　的竞争是人才的竞争，而人才的竞争，说到底还是人的创造性思维的竞争。
新闻工　　作是一项不断求新翻新的事业，新闻工作者以不断求新翻新的内容和形式服务于社　　会为己任。
只有那些带着清香朝露的“鲜花”才能吸引受众，只有那些活蹦乱跳　　的“活鱼”才能吊起受众的味口。
而做到这一点，唯有破旧立新、独辟蹊径、别　　出心裁、标新立异。
离开了创造性思维，记者就失去了活力，失去了作为记者的价　　值，从严格意义上讲也就失去了做新闻工作者的权利。
当记者的是这样，搞新闻报道策划的要求更高，更需要这种创造性的思维和活　　动。
策划就是一种具有充分创新特征的创造。
新闻报道策划是一种高智力的创造活　　动，新闻报道策划的一切活动都是由创造性思维所支配和调节的。
新闻报道策划就

编辑推荐

《新闻报道策划》是教育部"十一五"规划教材，同时也是高等院校新闻与传播学精品教材中的一种。

第一图书网, tushu007.com

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