第一图书网, tushu007.com

<<新闻期刊采编和管理>>

图书基本信息

书名：<<新闻期刊采编和管理>>

13位ISBN编号：9787509715765

10位ISBN编号：7509715768

出版时间：2010-7

出版时间：社会科学文献出版社

作者：邹建中

页数：298

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

前言

我在新闻出版行业工作，已近30年了。
在这漫长的岁月中，我从做报纸（《江南游报》）到做杂志（《东方青年》），再到做报纸（《浙江青年报》、《青年时报》），最后又做起了杂志（《观察与思考》）。
其间，我从记者、编辑岗位起步，先后担任过编辑部主任、主持编务工作的副总编以及现在的《观察与思考》杂志社主编。
由于我长期在新闻出版的采编业务一线工作，自然而然地在实践中积累了一些经验。
我是个爱思考的人，喜欢对“经验”进行“理论梳理”，即将一些“经验”提升到“规律”的层面。
我觉得，掌握了从实践中得来的“规律性的东西”，反过来指导实践，效果非常好，至少可以提高效率，少走弯路。
比如，我对记者采访规律的认识；比如，我对文章结构规律的认识；比如，我对版面设计规律的认识；比如，我对编辑流程规律的认识；比如，我对日常管理规律的认识，这些“认识”，都对我的实践起到了很好的作用。
我在长期的新闻出版实践中，也带出了一批新闻出版人才。
他们当年跟我“干新闻”的时候，大多是刚从学校出来的学生。
但是，在我的指导下，他们进步非常快。
现在他们在浙江的一些重要媒体工作，大都成了那儿的台柱子，有的还成为某些媒体的领导者。
实践的结果告诉我：我的那套东西，还是行之有效的。
加上我还在几个大学任兼职教授，常给学生上课，因此，我就一直有一个想法：将那些经过实践检验的“认识”，归纳起来，写成一本书，让那些新“入行”的年轻人，以及听我课的学生，有一个“东西”可以放在需要的时候翻翻看看。
我在写这本书的时候，我要求自己尽量少看别人的书。
不是我对他们的书不屑一顾，而是我怕受到他们的影响，被他们牵着鼻子走，从而“迷失自我”。
我想，我要尽可能地坚持“原创”。
所以，我的书中，就有了大量的“与众不同”的东西。
也许那些东西还非常幼稚，但我认为，多样性，总比单样性好；创新的粗糙，总比守旧的精致好。
好在我们的读者会有能力“取其精华，扬弃糟粕”的。
虽然我坚持“原创”，但我毕竟是受过新闻专业高等教育的，这么多年来，也啃过一些老师的书。
因此，如果说，我在书中有所建树，那也有这些老师的功劳。
因为他们始终在“潜移默化”地影响着我。
由于这是一本既有理论层面的东西，也有操作层面的东西的书，它应该有它“存活”的价值。
而且这本书虽然讲的是“新闻期刊采编和管理”，但它的一些东西，是和其他期刊共有的。
做其他期刊的“刊人”们，也是可以“翻翻看看”的。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

对期刊从业人员来说，本书是一本指导性较强的业务专著。
作者提出的“目标消费者”概念、“发行局部压强”观念、“不小于三分之一”的美学原则，以及制度管理、文化管理和知识管理“三位一体”的管理理念等，都不乏新意。
作者强调，对于一本期刊来说，知识管理是一种容易被忽略的却较为重要的新管理模式。
全书文字通俗、流畅且不乏幽默；有不少生动的例子，也有大量的具体的可直接用于实际操作的“经验之谈”。
本书不仅具有一定的学术价值，还具有指导实践的积极意义。
作者在浙江大学、宁波理工大学给大学生上课时，本书内容曾为主要教学内容。

作者简介

邹建中 1953年生于杭州，现为《观察与思考》杂志主编、浙江省社科院企业文化研究中心常务副主任、杭州名牌战略研究会高级顾问，1987年加入浙江省作家协会。
1970年至1979年在大兴安岭林区“支边”，做过营业员、后勤杂工、汽车驾驶员、文艺宣传队员、工会文体干事。
1979年回到杭州，做过工人、成本核算员、企业报编辑。
从企业报编辑岗位起步，1983年正式开始了新闻出版专业工作生涯，先后在《江南游报》、《东方青年》杂志、《浙江青年报》、《青年时报》、《观察与思考》杂志工作，这期间，当过记者、编辑、编辑部主任、副总编和主编。
发表过大量的小说、杂文、报告文学、影视剧本等文学作品：新闻作品多次获国家级和省级奖；2003年开始，对时政评论兴趣日增，在《观察与思考》杂志扉页发表时政评论120余篇。
2009年，《观察与思考》杂志获“华东地区优秀期刊”称号。

第一图书网, tushu007.com

<<新闻期刊采编和管理>>

书籍目录

前言第一章 定位 一 定位 (一)读者定位：我们的产品卖给谁 (二)内容定位：我们给读者看什么 (三)风格定位：我们要张扬的是什么风格 (四)发行定位：我们的读者在什么区域 (五)广告定位：我们要的是哪类广告 二 方针、宗旨 (一)方针：怎样做 (二)宗旨：为什么 三 口号第二章 策划 一 什么是新闻策划 (一)什么是新闻 (二)什么是新闻策划 二 策划的重要性 (一)每一期杂志的内容，都要精心筹划 (二)每一期杂志的内容，都要突出重点 (三)如何写好一篇报道，都要周密考虑 三 策划和实施策划的基本条件 (一)要有一支综合素质较好的团队 (二)要有合作精神 (三)辅之以良好的管理 四 成功的策划案例 (一)发现典型 (二)统一思想 (三)安排采访 (四)分头写作 (五)精心编辑和排版第三章 采访 一 什么是新闻采访 (一)“新闻工作者” (二)“为新闻报道” (三)“调查研究” (四)“还原事实本质” 二 记者采访须具备的素质 (一)冷静——鹰的眼睛 (二)敏锐——狼的耳朵 (三)迅捷——豹的速度 (四)顽强——熊的力量 三 静态采访和动态采访 (一)静态采访 (二)动态采访 四 采访的注意事项 (一)配备工具 (二)讲究礼貌 (三)打扮得体第四章 写作 一 什么是新闻写作 (一)新闻写作，一定要在掌握事实的基础上进行 (二)新闻写作，必须符合新闻体例的一般要求 (三)新闻写作，是将“事实”按“体例”写成文字稿的活动 二 新闻期刊文章的主要体例及写作特点 (一)新闻综述 (二)新闻述评 (三)人物通讯 (四)新闻调查 (五)人物专访 三 文章的结构技巧 (一)横向结构 (二)纵向结构 (三)纵横交错结构 (四)悬念式结构 (五)鱼骨式结构 (六)箭靶式结构第五章 编辑(文字) 一 编辑所需具备的素质 (一)编辑的政治意识 (二)编辑的学习意识 (三)编辑的组稿意识 (四)编辑的人文意识 (五)编辑的技能意识 (六)编辑的服务意识 二 编辑工作“流水线”的“十大环节” (一)谈稿 (二)写稿 (三)编稿 (四)审稿 (五)排版 (六)校对 (七)清样 (八)付印 (九)上市 (十)收尾第六章 编辑(美术编辑) 一 有关图片的审美 (一)图片的选择 (二)图片的裁剪 (三)图片摆放的“不小于三分之一原则” 二 杂志版式的重要性 (一)关于封面 (二)关于内页 三 版面设计的原则 (一)“齐”的原则 (二)“精”的原则 (三)“简”的原则 (四)“空”的原则第七章 期刊管理 一 制度管理 (一)需要制定基本的规章制度 (二)制度管理需要遵循的原则 二 文化管理 (一)文化管理的核心 (二)文化管理的内容 (三)文化管理和制度管理的关系 三 知识管理 (一)什么是知识管理 (二)知识管理对杂志社的影响 (三)知识管理的现状分析 (四)知识管理策略和方法参考文献

章节摘录

们也赞同观点和材料的统一，但实践上往往各执一偏，难以统一。
于是，在写作实践中就产生了两种情况：有些文章空洞抽象，概念、观点、条条多，缺少具体材料，没有例证，因而既不能令人信服，也难以启发人的思考；有些文章则不善于概括，堆砌资料，缺乏经过分析得出的观点和结论，看起来杂乱无章，茫无头绪。
邓拓认为这两种现象反映了两种片面性，正确的方法应该是观点和材料相组合，虚与实相结合，而这个结合，必须经过一番把观点和材料融会消化的过程，而不是简单的相加和凑合。
‘这只有经过创造性的精神劳动才能成功，决不是生拉硬凑、加减乘除就能成功的’（《燕山夜话.观点和材料》）。
这话讲得非常深刻，确是他自己长期发奋挥毫的经验之谈。
他还举古人作的形象化比喻为例：有的人所学如一仓钱币，纵横充满，而不得贯以一绳；有的则有绳一条，而无钱可贯。
‘以线贯钱’的说法，和我们平时讲的‘红线串珠’相似。
这些比喻虽然很形象地说明了一部分道理，但比喻总是跛足的，写作不能简单这样相‘贯’相‘串’，而需经过一番创造性的精神劳动，使观点和材料水乳交融，才算达到了理想的境界，从而创造出一个全新的‘产品’。
”（1）　　和“水乳交融”相反的就是“油水分离”了。
近些年来，有人花了不少钱，研究如何在汽油中加水，以解决能源不足的世界级难题。
媒体也对此进行过不少的报道，但是，直到今天，我们还没有真正看到过有谁将这项研究搞成功了。
油水不融，这难倒了不少科学家和企业家。

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