

<<都市报新闻学>>

图书基本信息

书名：<<都市报新闻学>>

13位ISBN编号：9787511209603

10位ISBN编号：7511209602

出版时间：2010-12

出版时间：宋亮 光明日报出版社 (2010-12出版)

作者：宋亮

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>

## <<都市报新闻学>>

### 内容概要

《都市报新闻学》内容简介：1995年元旦，四川日报社主办的《华西都市报》正式在成都创刊。这份定位于市民生活的报纸，汇集了当时机关报、晚报、文摘报、法制报以及畅销期刊的“众家之长”，紧紧围绕市民生活做文章，通过大而全的信息量、倚重社会新闻、简洁时尚的版面、低廉的售价等操作手段，很快成为了一张畅销报并且取得超常规发展：第一年就赢利100万元，第二年广告收入3000万元，第三年广告收入9000万元、发行量突破50万份。

《华西都市报》创造的奇迹不仅仅是发行量，它在我国当代报业史上还创下了许多第一：第一次定义了“都市报”这个称谓，第一次提出了“市民生活报”的思路，第一次推行了“全面走向市场”，第一次主张“新闻策划”，第一次创造了“敲门发行学”。

书籍目录

前言第一章 都市报的产生、发展及其原因第一节 都市报的发展过程第二节 都市报的定义第三节 都市报产生的原因第二章 都市报的创新思维及基本特征第一节 都市报的创新思维第二节 都市报的基本特征第三章 都市报的新闻运作第一节 都市报新闻版的分类和特色第二节 “特稿”版的特色第三节 都市报的新闻报道策划第四节 都市报的新闻文体第五节 都市报的时评版第四章 都市报的专刊第一节 专刊的界定、分类及其特征第二节 专刊的复兴及其原因第三节 都市报专刊存在的问题与发展趋势第五章 都市报的版面策略第一节 报纸的版面语言第二节 当代报纸版式风格的特征第三节 都市报简洁时尚的版面语言第六章 都市报的发行与广告经营策略第一节 都市报的发行策略第二节 都市报的广告策略第七章 都市报“同质化”、“媚俗化”及“主流化”现象探析第一节 都市报的“同质化”现象第二节 都市报的“媚俗化”现象第三节 都市报迈向“主流化”的困境第八章 都市报的发展趋势第一节 都市报自身的危机和面临的挑战第二节 都市报发展走向探测参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：（四）中缝中缝，也叫“报缝”，是一张报纸两个相对版面之间的空隙，一般用于刊登广告、实用信息或知识性、服务性材料等内容。

如，2009年6月18日的《半岛都市报》共88版，有28个非空白中缝，其中除刊登各类广告外，还有“今日影讯”、“今日荧屏”、“开放式基金净值”、“沪深股市”等内容。

近年来，一些报纸为了版面的庄重与疏朗，将中缝空而不用。

如，2001年12月《北京青年报》改变报型，取消了中缝广告。

2003年伊始，多年来雄居国内广告收入前列的《北京晚报》也宣布取消中缝广告，此举意味着每年多达4000万元的版位被腾空，变成了留白。

中缝刊登广告是新闻纸短缺时代的产物。

“薄报时代”的报纸版面较少，不得不开发利用每一寸版面空间，形成了密不透风、黑压压一片、拥挤不堪的版面格局。

进入“厚报时代”，版面资源相对宽裕，再沿袭“薄报时代”的中缝广告难免显得不合时宜。

再则，今天的报纸越来越厚，而且往往是折叠发行、折叠阅读，对折的结果使得中缝版面被一分为二，内容往往被拦腰折断，信息变得残缺，容易被读者忽略。

因而中缝刊登广告，无论从实际效用上讲，还是从阅读与审美效果上讲，都得不偿失。

（五）天地线报纸上下两端的通栏线分别称为天线和地线。

天线上方一般刊登报名、版名、版期、版序等，地线下方则刊登报社通讯方式、报纸开印时间、印完时间等。

如《华西都市报》一版地线下方为：本报地址、广告热线、发行质量投诉电话、今日版面分布、本期定价。

（六）栏栏是报纸版面划分的基本单位。

过去多数对开报纸都分8个基本栏，每栏可刊登新5号字13个，栏与栏之间是一个新5号字的宽度。

现在一版对开报纸的基本栏为6个或7个（四开报纸的基本栏多为5个），比之8个基本栏，每栏的字数略有增加，栏与栏之间的空隙加大，整个版面也显得更加疏朗、美观。

栏的划分是以方便读者阅读、也便于编辑排版为目的的，基本栏太长或者太短，都会妨碍阅读，影响传播效果。

<<都市报新闻学>>

编辑推荐

《都市报新闻学》是由光明日报出版社出版的。

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>