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：9787511511966

10位ISBN编号：7511511961

出版时间：2012-8

出版时间：人民日报出版社

作者：杨秀国

页数：326

字数：250000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《新闻报道策划》，是专门研究新闻报道策划的规律、方法和技巧的。
本书共分14章，分别从新闻报道策划的内涵与类型、新闻报道策划的基本原则、新闻报道策划的选题确定、新闻报道策划方案的制订、新闻报道策划的结构方式、新闻报道策划的效果评价、新闻炒作及其他问题的规避、策划者的思维创新与素质能力训练、会议报道策划、典型报道策划、经济报道策划、科技报道策划、突发事件报道策划、节庆报道策划等内容来介绍新闻报道策划。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

杨秀国，学新闻、教新闻、干新闻、再教新闻，是河北大学新闻传播学院教授、博士生导师杨秀国的主要人生轨迹。
他1982年初毕业于复旦大学新闻系，后到河北大学执教，主讲新闻采访、写作等课程。
10年后的1992年，调河北经济日报社工作，历任记者部、要闻部、总编室主任和总编辑助理。
期间，获全国和省级好新闻奖24项。
2003年被引进到河北大学新闻传播学院，任新闻系主任。
目前，其主讲的新闻采访写作，被评为河北省精品课，其专著《新闻采访学通论》，被评为河北省社科一等奖。
他先后主持省级和国家级社科课题各一项，同时荣获河北大学教学名师和河北省优秀教师称号。
理论与实践的两度结合，是杨秀国的最大特点。
其主攻方向为新闻传播业务，其研究特色为新闻报道亲和力。

第一图书网, tushu007.com

<<新闻报道策划>>

书籍目录

绪论
第一节 源远流长说策划
第二节 新闻报道需要策划
第三节 新闻报道可以策划
第四节 从小事做起学策划
第一章 新闻报道策划的内涵与类型
第一节 新闻报道策划的内涵
第二节 新闻报道策划的类型
第二章 新闻报道策划的基本原则
第一节 真实性原则
第二节 创新性原则
第三节 可行性原则
第四节 机变性原则
第三章 新闻报道策划的选题确定
第一节 新闻报道策划的选题标准
第二节 新闻报道策划的选题来源
第三节 新闻报道策划的选题确定
第四章 新闻报道策划方案的制订
第一节 报道策划方案的基本框架
第二节 报道策划方案的制订步骤
第五章 新闻报道策划的结构方式
第一节 结构方式的构成要素
第二节 四种结构方式的主要特点
第三节 报道策划的版面组合形式
第六章 新闻报道策划的效果评价
第一节 效果评价的主体因素
第二节 效果评价的指标体系建构
第三节 运用倒推法优化传播效果
第七章 新闻炒作及其他问题的规避
第一节 新闻炒作的表现及评析
第二节 新闻报道策划存在的问题及规避
第八章 策划者的思维创新与素质能力训练
第一节 思维方式创新的途径
第二节 素质与能力训练的方法
第九章 会议报道策划
第一节 辩证认识会议是搞好策划的前提
第二节 会议报道策划的精髓是创新求变
第十章 典型报道策划
第一节 典型的内涵与作用
第二节 典型报道的得与失
第三节 典型报道的嬗变与回归
第四节 典型报道策划需着重解决的问题
第十一章 经济报道策划
第一节 经济报道的拓展和演变
第二节 经济报道最需要策划

第三节 经济报道策划要立足于新着眼于深
第四节 经济报道策划需要正确处理好四种关系
第十二章 科技报道策划
第一节 科技报道所面临的突出矛盾
第二节 科技报道策划的要旨
第十三章 突发事件报道策划
第一节 突发事件与媒体信息传播
第二节 突发事件的类型与处置原则
第三节 突发事件报道策划的创新与突破
第十四章 节庆报道策划
第一节 节庆及节庆报道
第二节 节庆报道的策划思路与运作方法
第三节 节庆报道策划需注意的几个问题
后记

章节摘录

1.媒体自身的人才优势，通过策划得到开发和利用　　媒体人才济济，不仅集中了一批懂得新闻传播，擅长采访、写作、编辑和评论的专业型人才，而且集中了一些具有法学、经济学、社会学等多种学科背景的复合型人才。
这些人才，因其学有所长，并在经历一个时期的磨练之后，在信息搜集、价值判断、整合利用等方面，具有了较为深厚的基础。
平时，他们在各自分工负责的业务工作中，便能运用策划的一般原理，“八仙过海，各显神通”，创造性地进行采访、写作、编辑和评论。
正是由于这些专业、专门人才的不懈努力，媒体才得以每日、每时地向社会播发不计其数的新闻信息，以满足人们的各种需要。
　　不过，在媒体编采实践中，“各自为政”、单打独拼的情况也比较普遍。
一般来说，记者采访写作的独立性很强，一旦发现新闻线索，记者便即刻动身前去采访。
因而，记者大都处于“在路上”的工作状态，彼此之间的配合机会较少；编辑人员大多在单位编发稿件，对记者的采访思路及过程过问不多。
这样，记者与记者、记者与编辑之间的沟通联系相对较少，由此也产生了一个矛盾现象：记者采访的稿件，从单篇来说质量不错，但要集中在一起反映一个中心或主题就比较困难。
这就导致了采编人员之间的互不服气：记者认为自己所采写稿件非常重要，应该刊发在重要位置，最好能配发言论；编辑则认为稿件只是反映某个局部或部分的情况，普遍意义和典型性不强。
因此，采编人员相互指责、埋怨的情况便时有发生。
　　如何把采编力量较好地协调、集中起来，扬其所长，避其所短，发挥整体优势和团队作用？
策划便是一种有效的方法。
从报道策划选题的产生过程来看，大都是集思广益，群策群力，相互沟通情况，交流信息。
在思想碰撞，智慧交锋之后，一个新的想法突然冒了出来，使大家眼前一亮，顿感是个好点子。
　　……

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