

<<总编理念和传媒精神>>

图书基本信息

书名：<<总编理念和传媒精神>>

13位ISBN编号：9787801062703

10位ISBN编号：7801062701

出版时间：2003-07

出版时间：中国线装书局

作者：新浪网

页数：289

字数：290000

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>

## <<总编理念和传媒精神>>

### 内容概要

本书汇集了国内最具影响力媒体总编访谈和业内资深人士的对话，全面论述了中国传媒业的发展过程，深入剖析了传媒界面临的各种问题。

由于作者的特殊身份，使得他们的理念新颖独特而又具有极强的操作性。

他们的思想和观念如同一剂良药，必将给读者带来启迪并引领我们进入一个新的思维空间。

## <<总编理念和传媒精神>>

### 书籍目录

代序生正逢时办报刊去/姚清江传统与现代共进--何宁：《北京晨报》总编辑、茅道临：新浪网原CEO  
我们预期的理想，往往与实际有巨大的差异，这也是媒体遇到的障碍因素。  
我们的媒体要强身健骨，我认为还是要内资起作用，中国的媒体还是要中国的资本办。  
外资进入，是水土不服，文化的东西，民族的东西，是不能替代的。  
倡导一种新生活--朱伟：《三联生活周刊》主编 我们的困境是如何处理媒体人和读者的关系。  
媒体人常常觉得自己是聪明的，读者需要自己引导，但实际上这种方式可能不对。  
读者可能比你清楚，比你聪明。  
你需要更多地了解读者的需求是什么，为读者生产。  
一个媒体，尊重读者、爱护读者、为他服务，回报就会丰厚，才会成为常青藤。  
两度创业竞辉煌--崔恩卿：《北京娱乐信报》社长 人和资金谁重要？  
钱重要不重要？  
没有钱寸步难行。  
报纸没有钱怎么发展呢？  
没有资金就没有办法竞争，这说明资金在其中起动的作用。  
但毕竟资金是靠人来运作的，人和资金比，人还是第一位。  
所以我觉得要强调团队，不是个人。  
创意为王--封新城：《新周刊》执行总编 我现在所面对的是一个传媒机构，我要做的工作不仅仅是看稿，还要和传媒机构一起把《新周刊》的品牌最大化。  
如果能通过我们的努力，从纯粹的编辑记者完成到传媒管理的转化，我是非常乐意的，这是一个非常漫长的路，我还在路途中。  
向《华尔街时报》冲刺--何力：《经济观察报》总编辑 他给我转了一篇美国学者写的文章，文章说，美国未来50年面临的最大考验，就是美国政府、知识界和美国人民，能够以什么样的心情看待一个大国——中国的崛起。  
打造百年京华--朱德付：《京华时报》常务副总编辑 单纯从技术层面上讲，报纸的形式和新闻的条数都是容易超越的，决胜的关键在于谁真正解决了新闻中的事件性问题，谁在事件性新闻上处于领先地位，谁就握有先机，谁就掌握主动，谁就稳操胜券。  
但知易行难，在操作的过程中坚持这一原则是非常艰苦的，非坚韧不拔不足以死守底线。  
传承与创新的激荡--金福安：《新民晚报》总编辑 我觉得我们报纸是社会公器，而不是一个谋事的饭碗，我们要对国家、对民族、对自己的理想负责。  
《新民晚报》要留住人最重要的地方就是让他在社会上成名，让他的意见、他的声音能在社会上起一定的作用。  
立足海上搏击天下--何刚：《国际金融报》总编辑 我认为，媒体发展应该遵循一个基本原则，通过足够的投资来整合相关的内容资源，形成有足够竞争力的、别人很难模仿的内容，并通过知识产权法保护你的独创内容，吸引特定的读者群，由内容到发行再到经营，这是比较经典的平面媒体赢利模式。  
领先经营--李佩钰：《中国经营报》总编辑 要说经验，倒也有几点：第一，是忠诚，第二，是敬业，第三，是平常心。  
对报社要忠诚，对我这份事业和这份报纸要忠诚，这一点是我始终不渝的一个原则。  
敬业，我始终认为我应该是以一个职业人的心态在做这张报纸。  
平常心，用平常心做人做事，对自己负责任，也是对企业负责任。  
少年英豪起自南方--刘洲伟：《21世纪经济报道》主编 媒体已经告别了靠几支笔打天下的时代，跟过去完全不一样，讲究整体竞争。  
报纸本身要卖的是商品，具有所有的商品的特点，产品、营销、品牌，做报纸跟做家电、电脑没什么区别。  
营销上有一个“木桶理论”，整个桶装的水取决于最短的那根木块。

## <<总编理念和传媒精神>>

执著，源于信念--杨大明：《财经时报》总编辑 《财经时报》办报的最终目的还是要让读者轻松、快捷地了解财经新闻。

财经新闻本身的特点是专业、枯燥，让人觉得缺乏人性特点。

我认为，“让经济简单明了”是一份财经报纸的最高的境界，财经新闻最终应当是做成这样的。

打造本土《新闻周刊》--钟诚：《新闻周刊》总编辑 最大的困惑是，如何实现我们影响力的最大化，这是我们作为中国的一本时政杂志现在首先或主要要解决的问题。

如何能够使我们的杂志形成有国际影响力的品牌，这是促使我们奋斗和思考的最主要的课题。

产业报典范--刘九如：《计算机世界》总编辑 一个企业，尤其是处在第一位的企业，看着后面的人定自己的战略是很危险的，所以我们的战略是根据自己的定位独立进行的。

商业成就人性--牛文文：《中国企业家》总编辑 中国是一个缺乏企业家文化、缺乏商业文化的国家，也是缺乏一个连续商业史的国家，我们的商业史是中断的。

我们在做报道时，往往从财富史的角度看问题，从企业家的立场看问题。

展示自然中国--李栓科：《中国国家地理》杂志社社长 《中国国家地理》主要是以地理思辨和地理哲学为其立题命脉，推开自然之门，昭示人文精华。

我们对于自然和人文的描述和展示，不仅是美，更重要的是思辨，也就是惊叹号加问号，落脚到对人文的影响。

评点媒体--李希光：清华大学国际传播中心主任 普利特新闻奖对中国媒体的意义有两个：一个是报道新闻的真实性、深刻性、独家性和优良的写作水平。

真实、独家、深入和优良的写作水平等于最高深的新闻学。

附录 中美杂志比较研究(秦朔《南风窗》总编辑) 杂志的广告经营：十大形态与九大策划 报人与报纸的故事后记

<<总编理念和传媒精神>>

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>