

<<新闻的创意时代>>

图书基本信息

书名：<<新闻的创意时代>>

13位ISBN编号：9787806765869

10位ISBN编号：7806765867

出版时间：2004-3

出版时间：文汇出版社

作者：张建星

页数：329

字数：317000

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>

<<新闻的创意时代>>

内容概要

该书作者、资深新闻人张建星以天津日报报业集团旗下十报两刊的发展为背景，将其自1999年3月担任《天津日报》总编辑以来撰写的92期评报整理成集，以札记形式将这些珍贵的新闻操作实战笔记奉献给读者，力求对业界人士有所启发。

该书汇集作者五年来的新闻策划，操作实践以及对新时期传媒竞争发展的思考、对创意时代新闻操作的全新理念。

内容丰富，资料翔实，案例经典，由点及面地对创意时代的新闻工作进行了多角度的权威分析。文笔清新流畅，字里行间蕴含着一位新闻人对事业的激情、热爱与执著的信仰。

此外，相较于现有的传媒类专业书籍，该书图文并茂，设计典雅，独具个性，每篇文章均有报影、图片点缀其间，便于读者理解研究文字内容，形成雅俗共赏的轻松阅读氛围。全书所配的600余张图片也堪称为津报集团近年来经典报纸版面的精华集。

国内权威出版人、上海文汇出版社总编辑萧关鸿先生首开先例，亲自担任本书的责任编辑。他评价说：“近年来，有关新闻传媒方面的论著多如雨后春笋，但据我了解，将新闻实践与理论结合如此完美的还不多见。

张建星集新闻人、学者、企业家、策划师等多重身份于一身，有着丰富的新闻操作、媒体经营经验和强烈的人格魅力。

书中提出了诸多战略思想和新闻操作技巧，具有非常强的学术价值、实践价值和参考价值，为出版界和传媒界带来了一股清新空气。

这本书可为传媒界领军人提供许多借鉴和帮助，成为学习新闻传媒的‘教科书’、新闻从业人员的‘辅导书’，对于传媒领域之外的人士来讲，更是可以一窥行业奥秘的最佳读物。

这本书在内容编排处理、装帧设计上也可以说是文汇出版社历史上最好、最下功夫的一本。

我们还特别将文字进行了特殊处理，以增强读者的阅读快感和实效性。

”

<<新闻的创意时代>>

作者简介

张建星现任天津日报报业集团社长、总编辑，及中国记协常务理事、中国新闻摄影学会副会长等职务。
新闻作品多次获全国好新闻、中国新闻奖一、二、三等奖，1994年获中国新闻界最高奖——第二届范长江新闻奖。
曾在三联书店、作家出版社出版《观念不是正方形》、《万众突围》

<<新闻的创意时代>>

书籍目录

上篇: 新闻操作条记记 新闻进入视觉时代 新闻镜头的情境和动感 做标题要有点扑克沙拣金的功夫 需要一支思索的笔 提倡无球跑动 营造卖点 重在把握难在度 新闻竞争一定包括写法的竞争 策划和行动是做现代记者的基本素质 站在受众的角度采写 以图片带版面 以版面带新闻 言论是报纸的旗帜 50年50版和30个新闻版 把政治判断作为第一判断 全新风格 全新气派 对重大新闻一种极具张扬的包装 新闻纸的触角起新越好 版面最忌平均用力 新闻的创意时代 一张好报纸的最佳境界是一气成 建立工作室制 什么才是最佳境界是一气呵成 建立工作室制 什么才是最佳版面语言 主打新闻 深度报道 应多一些这样的新闻故事 抓千家万户最关注的亲闻 小题大做 效果不错 最能体现编辑水平的是做题 新闻源要吃尽 追求个性 提高品位 贴近读者 关于倾诉空间 核心的竞争力还是报纸和新闻 漏掉新闻就是丢掉市场 精雕细刻 精耕细作 精益求精 要好看更要有用 版面冲击力 先从研究目标研究线索开始 好新闻是策划出来的 新闻冲动和全新创意 好的版面能让新闻跳出来 雅正大报要有大家之作 读者和对手加起来就是市场定位 理论专刊是机关报的权威特色 新闻资源的重新控掘 时政新闻的优势 内容为王 新闻至上 一张好报 一支好队伍 形成版面层次感的关键 报相与个性..... 下篇: 新闻的创意时代后记

<<新闻的创意时代>>

编辑推荐

《新闻的创意时代：新闻操作92条札记》图文并茂，设计典雅，独具个性，每篇文章均有报影、图片点缀其间，便于读者理解研究文字内容，形成雅俗共赏的轻松阅读氛围。全书所配的600余张图片也堪称为津报集团近年来经典报纸版面的精华集。

<<新闻的创意时代>>

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>