

《独家新闻的台前幕后》

书籍信息

版次：1

页数：263

字数：380000

印刷时间：2012年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787516600559

编辑推荐

本书集典型案例、新闻作品和作者采写体会于一体，是一部采写实践与新闻理论相结合的专著。无论对于新闻院校的师生，还是广大新闻采编工作者、基层通讯员，都有一定的参考价值。

内容简介

独家新闻是当前各媒体竞争的一把“利器”，也是媒体记者梦寐以求的报道内容。如何发现独家新闻、怎样通过策划放大独家新闻的轰动效应，独家新闻幕后还有哪些未闻的“新闻”……本书不是新闻作品集，也不是纯新闻理论研究，而是一部集典型案例、新闻作品和作者采写体会于一体、采写实践与新闻理论相结合的专著。本书作者长期工作在新闻一线，有较强的新闻敏感，曾发现并报道了一批有影响的独家新闻，不仅如此，作者在书中披露了大量深具启发性的独家新闻“台前幕后”，同时，作者还结合独家新闻采写实践，在加强新闻创新、策划独家报道、引导舆论、服务读者需求等方面给出了自己独到的见解。这些，无论对于新闻院校的师生，还是广大新闻采编工作者、基层通讯员，都有一定的参考价值。

作者简介

田宜龙，河南日报时政要闻采访部副主任，主任记者，河南省青联委员。

目录

序 寻找独家新闻

多问句话问出的独家新闻

——“冷杉之死”事件报道前后

难忘的历史沉甸甸的责任

——郑州“鬼子照”事件报道启示

孜孜求证还原真相

——为“豫花”正名的前前后后

穷追不舍做独家

——《我省紧急搜堵“加拿大一枝黄花”》采写印象

补救出来的头版头条

——《两院院士盛赞我省“小麦经济”》采写点滴

“盯”出来的独家新闻

——《三门峡水库存废之争有定论》采写手记

体验出来的独家新闻

[显示全部信息](#)

在线试读部分章节

寻找独家新闻

独家新闻具有独特魅力

科技改变一切，科技超乎想像。

当纸质媒体自叹不如广播、电视传播速度之快时，互联网、手机、移动多媒体等新媒体又将它们统统甩在了后面。“移动媒体比互联网快，互联网比广播电视传播快，电视新闻比报纸新闻快”，新闻的发生由以天计算的“新近”，已经变为论分读秒的“正在”。“特别是网络新闻的时效性、丰富性、公开性、交互性和畅通性，使我们的传统媒体难以望其项背。”上海市新闻学会名誉会长、新民晚报社原总编辑丁法章曾发出这样的感慨。

在报纸、广播、电视、杂志等传统媒体和以互联网（含博客、微博）、手机、移动多媒体等新媒体共存融合的全媒体时代，一个媒体占有新闻资源多寡，尤其是捕捉独家新闻能力的强弱，一定程度上直接影响着其舆论引导力、社会影响力的大小和在读者心目中位置的高低。

无论是传统媒体独霸天下的过去时代，还是新媒体气势如虹的当今时代，独家新闻都具有独特魅力，成为媒体竞争、争夺眼球的一把“利器”。

在“大兵压境”、“兵临城下”的情势下，传统媒体尤其是党报难道只按兵不动，甘拜下风？答案是否定的。

作为党委和政府的喉舌，作为我国新闻战线的主力军，党报要发挥其在人民群众中的影响力和号召力，就要在重大事件中有党报记者的身影，在重大政策问题上有党报记者的声音，率先抢占舆论的制高点，在覆盖范围内的舆论场中“挂帅”当“主角”，起到“一锤定音”的作用。

尽管当前独家享用重大信息的难度越来越大，独家发布重大新闻的可能性越来越小，但党报等传统媒体还是要发挥其拥有的党政机关资源优势，改变“等、靠、要”坐等上门的思想，增强“独家”意识，积极主动出击，善于发现和挖掘独家新闻，尽可能形成党

报的相对优势和报纸品牌，让潜在和分散的读者群体向党报汇集。

市场经济下，党报要想在纷繁竞争中获取社会效益和经济效益的双丰收，就必须加大对独家新闻的报道力度，鼓励记者多抓、多写独家新闻，提高报纸的核心竞争力。

独家新闻就是“独特的发现”

何谓独家新闻？《新闻学大辞典》解释为：“由一家新闻机构向外界发布的新闻。”

《中国新闻实用大辞典》定义为：“只一家媒体报道或一家媒体率先报道的新闻。”

在传播手段日益发达，新闻竞争趋向白热化的新形势下，一家媒体想垄断独家信息的难度越来越大，独家新闻的含义也已发生了变化，正在从时效抢先、事实播报的独家更多转向思想深度、价值发现的独家。

[显示全部信息](#)

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)