

《总编理念和传媒精神》

书籍信息

版次：1

页数：289

字数：290000

印刷时间：2003年07月01日

开本：

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787801062703

编辑推荐

中国报刊业已经为人类贡献了许多光芒璀璨而为人景仰的名字,现在,国际国内风云际会,内因外因机会俱生,业界翘楚云集新浪“总编在线”谈经论道,谁能说,新时期的具有国际声誉的中国大报大刊不会就在他们手上诞生呢?

内容简介

本书汇集了国内*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。

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年面临的重大考验，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。

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

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)