



NEWS AND WRITING

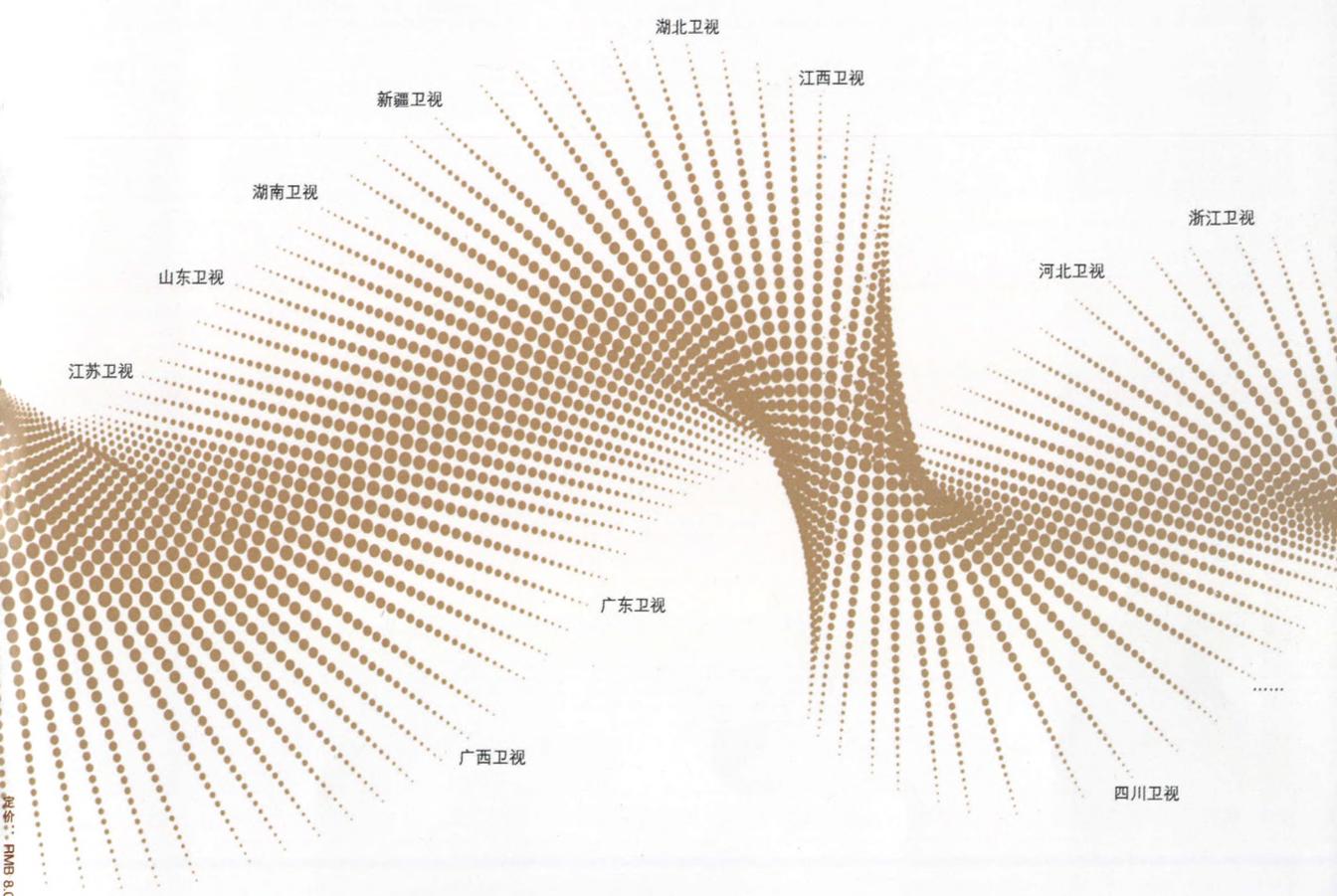
全国新闻核心期刊 全国中文核心期刊 CSSCI(扩展版)来源期刊

我们追求新闻的真谛

新闻与写作[®]

2012年 06 期

总第336期



湖北卫视

江西卫视

新疆卫视

湖南卫视

浙江卫视

山东卫视

河北卫视

江苏卫视

广东卫视

广西卫视

四川卫视

“问诊”省级卫视

零售: RMB 8.00
订费: RMB 24.00
USD 8.00



万方数据



本刊直达政府新闻发言人、
传媒高端人士、
传媒学院名师及500强企业

全国新闻核心期刊 全国中文核心期刊
中文社会科学引文索引(CSSCI)扩展来源期刊
教育部新闻传播学核心期刊
全国百家期刊阅览室刊物
百种优秀期刊进连队选定刊物



主管主办 北京日报报业集团
协办单位 北京市新闻学会
北京市新闻工作者协会
编辑出版 《新闻与写作》编辑部
法律顾问 北京市方略律师事务所
刊名题字 吴作人
刊训题字 甘惜分
主 编 丁亚辑
副 主 编 耿瑞林
编 辑 李 蕾 李嘉卓 李 进

封面设计 赛林
版式设计 李嘉卓
品牌推广 李 进(010)65253093
本刊地址 北京市建国门内大街20号
邮政编码 100734
刊 号 ISSN1002-2295/
CN11-1109/G2

广告经营 京东工商广字 0027 号
许 可 证
官方网站 <http://news.bjd.com.cn>
部门信箱 bjxwyxz@126.com
订 阅 信 箱 news65253093@126.com
发 行 北京市报刊发行局
订 阅 全国各地邮政局
邮 发 代 号 2-673
出 版 日 期 2012年6月5日
国 外 发 行 中国国际图书贸易总公司
国 外 发 行 代 号 M03090
印 刷 海军政治部印刷厂
定 价 8.00元

声明 本刊已入网清华同方、万方数据库等,本刊所付稿酬包含刊物内容上网服务报酬,不再另付。凡有不同意见者,请特别声明需另作处理。

“问诊”省级卫视

特稿
05

新形势下省级卫视的市场竞争思路 / 龙长缨

面对新媒体的强大压力,面对电视媒体市场内部竞争的分化,面对有限的观众收视规模和有限的广告资源,省级卫视的突破可以有三种思路,一是合纵联横,整合资源,拓展渠道平台,以合力和规模加大竞争优势;二是以内容为主导,以高收视、传播效果好的节目为突破点,建立频道品牌和特质,以差异化的竞争优势分得更大的市场份额;三是以内容为基础,融合其他媒体,延伸产业链,分解电视节目和广告竞争的压力,创建新的赢利模式。

特稿

- 08 从省级卫视向电视媒体本质属性的回归看
电视民生新闻改革的新机遇 / 雷蔚真 刘 佳
- 12 还原媒体属性 打造品牌平台
——关于新时期省级卫视频道创新发展的思考 / 符绍强
- 16 省级电视台突围“三重门”:转型、升级、重构 / 郎劲松
- 20 如何讲好“好人故事”
——卫视上星综合频道思想道德建设类电视栏目的现状和思考 / 张冬林

论坛

- 25 微博“粉丝”现象及其存在问题 / 靖 鸣 王 容
- 30 媒介融合的实体样本
——华西魔码对纸媒“媒介融合”的启示 / 彭 剑
- 33 略论“走转改”精神 / 尹韵公
- 35 是谁绑架了舆论? / 宗春后

发言人

- 39 要想发好言 首先做好人 / 王旭明

传媒

- 43 中国宁波网“对话”栏目：
从网络问政到社会管理新平台 / 车永波
- 46 矛盾与调和
——2010-2012年中央电视台春节联欢晚会的广告经营转型研究 / 陈璐
- 50 挖掘情感记忆 传承电影文化
——浅谈电视栏目“流金岁月” / 杨秀娟

专栏

- 58 斩断虚假新闻信息的循环链 / 刘霆昭
- 61 北京精神的传播与践行 / 程曼丽
- 63 自信心与危机感
——谈谈环球时报社评中的两个主题 / 马少华

春秋

- 67 徐铸成三赴太原巧揭中原大战内幕 / 邓绍根
- 71 吴文焘与新华社布拉格分社的创建 / 万京华

写作

- 74 新闻稿如何结构 / 李希光
- 78 新闻评论提倡独立品格 / 赵振宇
- 82 读者式新闻文本的模块化生产实践
——以南方都市报城市新闻的文本变革为例 / 张晋升 王媛媛
- 85 一篇富有激情和“血性”的评论佳作
——评第21届中国新闻奖评论二等奖作品《专家哪里去了》 / 刘保全
- 87 《永恒的召唤——雷锋精神世纪交响曲》赏析 / 马学清
- 90 舆论监督中如何处理好“人情事”三关 / 杨先慧
- 93 提问的质量和技巧在大型体育赛事采访中的作用 / 吴东

专栏
54**嵌入圈子 功能聚合 跨界整合**

——“关系革命”背景下传媒发展的关键词 / 喻国明

以网络为代表的传播新媒体的出现,尤其是当微博这种构建架构在新的“熟人社会”基础上的传播方式的崛起,它真正的社会效应是一种基于关系资源的构建所导致的“社会资本”在社会成员间进行重新分配的重大的“关系革命”。面对这种改变,传媒业必须调整自身在关系革命中的位置,加强对关系资源的研究,迎接新的营利和影响力模式。

面对“关系革命”给我们这个社会及传媒领域所带来的深刻改变,我们必须将我们的关注重点放在“在哪做”、“做什么”这类战略性的问题的解决上,因为它是“系好衬衣的第一个纽扣”。

资讯

- 60 采编提示
- 62 《常见易错字词辨析》选摘
- 70 国外期刊速览
- 77 国外期刊速览
- 92 新闻阅评
- 96 咬文嚼字
- 封二 名家说图
- 封三 经典广告

**如何购买
《新闻与写作》**

1. 邮局汇款:北京市建国门内大街20号《新闻与写作》编辑部 邮编:100734
2. 银行汇款:开户行:中国工商银行王府井金街支行
账号:0200000709004607196
开户名:北京日报社
3. 全国各地邮局订阅:邮发代号:2-673 编辑部订阅热线(010)-65253093 65253353