

<<南方传媒研究（第十辑）>>

图书基本信息

书名：<<南方传媒研究（第十辑）>>

13位ISBN编号：9787806526903

10位ISBN编号：7806526900

出版时间：2007-11

出版时间：广东南方日报出版社

作者：南方报业传媒集团新闻研究所 编

页数：235

字数：280000

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>

内容概要

最熟悉的面孔会突然显得陌生，不信找个身边熟悉的人，直直看着他的脸，会不会有许多特征从来没留意？

刚刚还在热烈地聊天，一转身能讲得出他的发型衣着吗？

也许这个人并不像想的那么熟悉，经常碰到却不是真的了解。

当然，这并不影响下一次你大老远就认出他，准确地喊出他的名字。

报社里都是码字的高手，那么还可以做个试验，死死盯着报纸上的标题大字，只要时间足够长，这个字会变得莫名其妙。

就像我们用电脑写东西久了，很多字见了认识，在电脑上也敲得出来，偏偏就是写不出来。

这是模糊思维在起作用，它可以让我们快速分辨判断一些东西，而不需要了解对象的全部信息，它可以让我们简洁地直奔主题，而不需要重复那些繁杂无味的过程，它可以让我们把有限的智力和精力放在喜欢的事物上，而不需要活得那么累。

因此，我们可以享受驾驶的乐趣而不必知道发动机是怎么工作的，可以享受即时移动通讯而不必知道数据是如何发送传输的，可以享受网络的服务而不必知道软件是如何设计的。

因此，我们可以理直气壮地吃一份炒鸡蛋而不必知道老母鸡是如何下蛋的，也不必认识餐馆的那个炒蛋师傅，我们可以心安理得地看一份报纸而不必知道它是如何采编制作的，也不必认识报社的那些码字工人。

生活原本就是这样简单，但有一个前提，前面讲的那些前提都是存在的。

比如你呼吸正常而空气不正常，你的车行驶正常而旁边的车不正常，你视力正常而面前的事情不正常，问题就变得复杂了。

再比如，你以为是熟人对方却不认得你，你以为点的是炒鸡蛋端上来的却是“纸馅包子”，你以为在读一条新闻却被流言虚惊一场，问题就复杂得超出了常规思维和个人掌控。

写稿编稿要是纯粹的技术活，反而简单多了，可惜不是。

报纸改版要是就改改版式版面，反而简单多了，可惜不是。

要是买个现成的软件，报纸就变成数字报，反而简单多了，可惜不是。

<<南方传媒研究(第十辑)>>

书籍目录

卷首 残酷发行,勇者先行专稿 凤凰涅槃终腾飞——在南方日报第六次改版动员大会上的讲话 深化改革打造严肃主流政经媒体——在南方日报第六次改版动员大会上的讲话 新的起点新的南方——南方日报改版致读者本期焦点[发行变革] [南都提价] 南都提价再掀中国报业价值战 “卖2元还属大众化报纸”——喻国明谈南都提价 双重利益最大化的创新博弈——对《南方都市报》内容升级与提价的断想 诸多难题仍待克服 香港报业市场的价格博弈策略 [实战纵横] 当前都市报自办发行的困局以及思考 党报发行:从行政推动到影响力营销 浅谈纸媒发行方向 锻造你的发行营销“特质” [模式探讨] 单行本、合订本、电子报三位一体发行模式探讨 品牌发行——浅谈《南方人物周刊》发行之道 南方周末的订阅模式 用好邮发网络,提高订阅比例 [专家视点] 报刊发行创新从改变“语法”开始 新媒体背景下的报业发行“减负运动” 发行量认证的“叶公好龙现象” 博士传媒眼 广东报业市场进入融合竞争新阶段学者视窗 羽衣霓裳——当前我国传媒产业遭遇四重蜕变传媒观察 平媒如何赌奥运明天传媒透视 假新闻背后的真世相 采写编 [记者思考] 社会新闻的敏锐性和记者的突破力 [编辑一得] 利用拉丹,还是被拉丹利用? ——浅析传媒在报道恐怖事件中的作用 传媒经营 网媒竞合下的报纸分类广告经营创新 记者博客 快来看啊!

三颗脑袋下赌注的世纪豪赌 “有偿新闻” 公关小姐,请问你是天使还是魔鬼?
分析FT和WJS在处理其报纸与网站时的思路 默多克什么时候搞砸华尔街日报?
关于《纽约时报》的两组数字 访日随感:日本的新闻自由传媒在线 浅探睡眠博客现象 区域媒体 党报的心、都市报的身——东莞日报探索全新地市报办报路径 报网互动关注民生 新书推介 《大转型》启迪机关报改革思路 传媒资讯 杨兴锋谈“媒体公民”理念 杨兴锋刘长乐对话日本媒体高层 业界新闻回顾封二 摄影记者的博客:仇敏业封三 图片赏析:平凡的不凡翁倩

编辑推荐

《南方传媒研究10:发行变革》写稿编稿要是纯粹的技术活，反而简单多了，可惜不是。报纸改版要是就改改版式版面，反而简单多了，可惜不是。要是买个现成的软件，报纸就变成数字报，反而简单多了，可惜不是。

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>