

国家新闻出版广电总局主管

中国新闻出版研究院主办

中文核心期刊

CSSCI (扩展版) 来源期刊

邮发代号: 2-970

国内统一刊号: CN11-4574/G2

国际标准刊号: ISSN1009-9263

定价: 18.00元(人民币)

# M 传媒 MEDIA

服务传媒 引领传媒

- P08 数字化转型升级: 报刊业寒冬中的暖流
- P27 新闻腐败应当标本兼治
- P35 社会化传播: 2014 电视综艺节目的创新
- P48 日本文学期刊的现状与转型
- P67 论传媒产品走出去的三大生产模式



## 移动再造广电

ISSN 1009-9263



9 771009 926141



## 移动再造广电

互联网的发展对媒体行业的冲击一浪高过一浪。虽说广电行业受到的冲击不如平面媒体，但是，随着科技的发展、社会的进步，受众的选择逐渐增多，受众观看电视的方式已经刺激着广电人不得不考虑转变传播方式，从“固定”向“移动”、从“大屏”向“小屏”、从“定时定点”向“碎片化”的转变，倒逼着广电业发生改变，广电业不得不变。

曾经的单向传播变成今天双向传播还夹带互动点播；曾经直接拼收视率就可以赚个盆满钵盈，现在单个收视率已不是万能；曾经是集体坐在电视机前全民娱乐，现在是几乎人手一个移动终端随时观看，自娱自乐。时代变了，移动互联网时代的来临，彻底打碎了广电人的传统媒体思维，其再造了广电行业的内涵与外延。移动互联网与传统广电结合将会孕育更多的“互联网+”的思维，将会更好地解决连接问题，在实现提高生产效率的同时，增加与用户的互动，创造新的商业模式。这种连接不仅仅是解决与观众、内容的连接，还要解决与资本、社会资源的连接。

本期特别策划围绕“移动再造广电”这一主题，既有业界老总在移动互联时代对广电业应如何实现转变的深刻思索，也有业界专家切中要害地指出——思维的转变才是广电人亟需转变的重中之重，还有广电集团在应对移动互联时代作出的不懈探索……

互联网深刻影响着广电媒体的内在与外壳，移动互联网对广电业的影响更是日新月异，广电人需牢牢抓住移动互联时代的脉搏，与时俱进，才能更上一层楼。



### 本期特稿

- 008 数字化转型升级：报刊业寒冬中的暖流 / 张毅君

### 特别策划

#### 移动再造广电

- 011 决战移动互联网  
——致集团广电同仁的一封信 / 张兵
- 014 移动互联时代电视概念嬗变与传播特征 / 李宇 巩向飞
- 017 移动互联时代广电媒体的被颠覆与思维嬗变 / 常颖 李晓波
- 021 拥抱移动互联网 打造广电融合新媒体  
——以“无线苏州”为例 / 邓本奇 蒋帷方 石小建
- 024 用移动互联网“转基因”重构电视产业格局  
——一场正在进行的电视媒介生态变革 / 吕欣

### 传媒评论

- 027 新闻腐败应当标本兼治 / 朱鸿军
- 029 删帖删去的是民众知情权和媒体公信力 / 郭全中

### 报刊观察

- 031 媒体慈善新闻报道的转型路径  
——以温州日报社慈善分会为例 / 吴栋梁
- 033 《北京周报》：以提升传播力打造影响力 / 杨跃珍

### 广电聚焦

- 035 社会化传播：2014电视综艺节目的创新 /李继东 李艳伟  
037 电视节目在传播中国文化过程中的设计和制作要点 /肖潇  
040 新媒体语境下独立电影的“进”与“退” /毛向樱 梁芷铭

### 新兴传媒

- 043 大数据时代原创体育视频制播策略  
——以“新浪体育”原创视频节目为例 /王剑  
045 网络问政与政府形象传播 /尧雪莲

### 海外传媒

- 048 日本文学期刊的现状与转型 /林范武  
050 俄罗斯电视法律节目的发展与规制 /谢飞

### 媒体实战

- 053 平面媒体记者如何进行人物专访 /崔云  
055 少数民族地区文化类电视节目的市场开发策略  
——以内蒙古卫视《蔚蓝的故乡》为例 /王黎明

### 传媒广角

- 057 我国电影市场存在的问题及发展趋势研究 /杨丹丹 朱静雯  
059 基于读者时空纬度的新媒体阅读体验优化 /张亚君  
062 基于极简生活的手机媒体内容及版面设计研究 /白晓霞  
064 网络著作权的合理使用探析 /沈凌 许娟娟

### 理论探索

- 067 论传媒产品走出去的三大生产模式 /刘建华  
071 全民阅读立法的经济学思考 /舒志彪 孙玲  
074 人文地理学对我国纪录片创作的指导价值初探 /张明波  
076 论网络亚文化的“反智”传播现象 /黄鸿业  
079 “中国形象”的媒体传播与“他者”视域思考 /杨蓉

### 决战移动互联网

——致集团广电同仁的一封信

移动互联网不是在传统基础上的简单升级和改良，它是一场巨大的颠覆，是跨行业、跨界限的资源重组和人、物、钱、服务等要素、单元的新连接。

P11

### 移动互联网时代电视概念嬗变与传播特征

移动互联网正为电视节目的传播提供一个全新的技术环境，尤其是它改变了电视的播出方式和观众的收视模式，与之相关的节目制作、版权管理、内容分发、经营方式、营利模式以及收视调查等都会随之演变。

P14

### 用移动互联网“转基因”重构电视产业格局

——一场正在进行的电视媒介生态变革

移动互联网的兴起不仅改变了电视行业的媒介传播生态以及人们观赏电视的方式，而且正在以或激进或渐进的方式对电视行业进行着全方位的转基因改造。

P24



# 我们的2014

