

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

P09 大数据营销传播实战教学创新的北大模式

P13 互联网时代的融媒教育: 美国经验及其启示

P26 讲好新时代的中国故事

P34 2017年龙源数字阅读影响力榜单分析
——基于数字转型、全民阅读和中外互融的视角



新闻传播教育如何适应 新媒体时代的要求

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

2017年11月上 21 总第266期

本期观点

殷陆君 中国记协国内部主任

观点：

互联网时代的地球村里，境内外信息交流速度更快捷、互相影响程度更加深，境内新闻常有境外影响，境外事件常产生境内效应。我们要适应境内外传播格局的新变化，协调内外不同区域的传播媒介，协同多元传播主体的社会力量，区分境内外传播的特点差异，适应境外受众的接受习惯，做好分众传播、定向传播、对外传播，成为中国先进文化的积极引领者和践行者，成为中国优秀传统文化的忠实传承者和弘扬者，成为新时代中国故事的优秀记者和传播者。

P26

**罗春焯 三峡日报传媒集团
党委书记、社长、
董事长**

观点：

三峡日报传媒集团“中央厨房”常态化运行，以及对信息资源和旗下媒体的统筹协调、统分结合、科学调度、高效指挥，确保了媒体特色不变、风格独具、产品多样，避免了“千媒一面、众口一味”，适应了各种读者群需求。

P31

信险峰 吉林大学博士研究生

观点：

在新媒体环境下，电视节目需要体现自己的异质性、独特性和贴近性，而接地气是对很多电视节目的基本要求。接地气的电视节目要根植乡土，乡土不是乡村，更不是又村又土，而是文化意义上的乡土。乡土世界有自然风情，有乡土人情，更有极具特色的乡土文化。无论是城市还是乡野之间，一定地域必有一定地域之特点，电视媒体就是要吸引所能覆盖范围内的观众，在新媒体时代提供更乡土文化特色的电视节目，而接地气就是满足覆盖地域内受众的接受期待。

P28

目录CONTENT



特别策划

新闻传播教育如何适应新媒体时代的要求

- 009 大数据营销传播实战教学创新的北大模式 / 陈刚 张梦鸽
- 013 互联网时代的融媒教育：美国经验及其启示 / 陈昌凤 王宇琦
- 015 凝聚学术特色 建设区域智库 培养新型人才
——河北大学新闻传播学院的探索与实践 / 韩立新
- 017 对网络与新媒体专业人才培养模式的思考 / 李明德 刘婵君
- 019 “三双机制”新闻传播人才培养模式的探索与实践
——记穆青新闻实验班培养模式 / 张举玺
- 024 师资队伍转型是融媒教育改革的關鍵
——兼谈黑龙江大学的传媒教育改革与实践 / 郑亚楠

传媒评论

- 026 讲好新时代的中国故事 / 殷陆君
- 028 新媒体环境下电视媒体需争四口气 / 信险峰

报刊观察

- 031 打造科学高效的“中央厨房”指挥体系
——以三峡日报传媒集团为例 / 罗春焯 高秉喜
- 034 2017年龙源数字阅读影响力榜单分析
——基于数字转型、全民阅读和中外互融的视角 / 段乐川
- 037 光明日报报业集团媒体融合发展的路径 / 肖雅
- 040 职责使命视角下新闻高度的实现逻辑 / 易东 刘军锋

广电聚焦

- 042 媒介融合背景下类型化广播发展趋势探究 / 罗幸
- 045 青春偶像剧的三大特色与提升之道 / 李瑞
- 047 让电视综艺节目在公益情怀中生辉 / 王媛
- 049 “丝路”系列纪录片跨文化传播中的新竞争力观察 / 朱琳

新兴传媒

- 052 科技政务微信传播现状与策略研究
——以“创新浙江”微信公众号为例 / 朱慧 徐静休
- 056 音乐社交传播的三大特征 / 李玉娟

海外传媒

- 058 乌克兰出版业发展调研报告 / 夏海涵 王卉莲
- 063 英国《地铁报》的数字化转型与启示 / 张健稳

媒体实战

- 065 网络节目主持人的语言规范 / 付海恋
- 067 为船员跨国讨薪维权
——一次全媒体报道的成功实践 / 罗鹏 朱婧 杨瑾
- 070 灾难性事件报道应凸显人文关怀
——灾难性新闻报道的视角选择 / 刘建伟
- 072 经济新常态下新闻舆论热点问题引导的思考 / 黄毓斌

传媒广角

- 074 网络文学出版低俗化的治理路径 / 马春来
- 076 诉求与转换：微电影广告营销理念解析 / 高婷
- 078 电视公益广告创意与传播兴奋点分析
——以部分广西题材作品为例 / 余招文
- 080 全媒体视域下数字动画技术在新闻报道中的应用 / 王文中 韦华
- 082 网络“季节性舆情”的生成与治理对策研究 / 杨嫦君 刘彤

传媒教育

- 084 如何应用自媒体开展传媒教育
——以《文艺作品演播》为例 / 席妍

理论探索

- 087 区块链重构网络舆论环境 / 李泰安
- 091 略论网络群体传播中的社会关系变迁
——以两类网络群组为个案考察 / 李乃舒
- 094 新闻语言的社交化趋势、机理与反思 / 郑一晴

广告·书评

我国体育影像传播的发展脉络及分类（尚君 曹建承）/ 传媒品牌研究的新力作（傅异非）/ 版权法的现实困境与未来展望（苗慧）/ 从舆论到网络舆论——一种环境的变迁（张杰）/ 文学视觉审美与媒介变迁（杨彩虹）

大数据营销传播实战教学创新的北大模式

要使广告学教育紧跟技术变革的步伐，适应当下的营销传播环境，培养出专业的广告人才，需要对传统的教育教学进行数字化改革。北京大学新闻与传播学院广告学系的大数据营销传播实战教学创新，为当下广告学教育变革起到了示范作用。

P09

互联网时代的融媒教育：美国经验及其启示

在互联网发展和媒介融合的语境下，新闻教育应当从培养理念、专业方向、课程设置等各方面进行调整，将业界前沿中最新的报道方式和媒介技术引入人才培养中，在课程设置上实行以学科整合为核心的思路。

P13

乌克兰出版业发展调研报告

乌克兰地理位置优越，是连接独联体和欧洲两大市场的重要交通枢纽。随着中国“一带一路”宏伟蓝图的提出，为中乌两国带来了新的合作机遇。加强中乌两国在出版领域的交流与合作，增进两国人民之间的理解与互信，对加深两国的全面合作具有重要的战略意义。

P58