

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)



服务传媒 引领传媒

P09 澳洲的传媒生态

——澳大利亚传媒业考察手记

P43 移动传播: 纪录片发展的新机遇

P45 城市广播的媒体融合之道

——以郑州人民广播电台为例

P60 美国图片社交平台的四大特色



# 澳大利亚传媒业考察报告

ISSN 1009-9263



9 771009 926141



2017年2月上 03 总第248期

**朱鸿军** 中国社会科学院  
新媒体研究中心副  
秘书长、《新闻与  
传播研究》副主编

观点:

无可否认的是,计算思维正越来越成为数据新闻制作者、传播者和接受者的一种重要思维方式,然而,无论包括计算机技术在内的科学技术如何发展,计算思维如何影响数据新闻的各种关联人,新闻本质上都是以人为服务对象的信息,数据新闻制作都应遵循人类社会所赋予新闻职业的基本伦理。

P34

**陈 栋** 襄阳日报传媒集团  
总经理、经济学博  
士后

观点:

笔者认为,“有思想”就是要既要重时效和准确,更要重涵养和深度;“有温度”就是既要重贴近和通俗,更要重情怀和品位;“有品质”就是既要重数量和声势,更要重质量和效果。

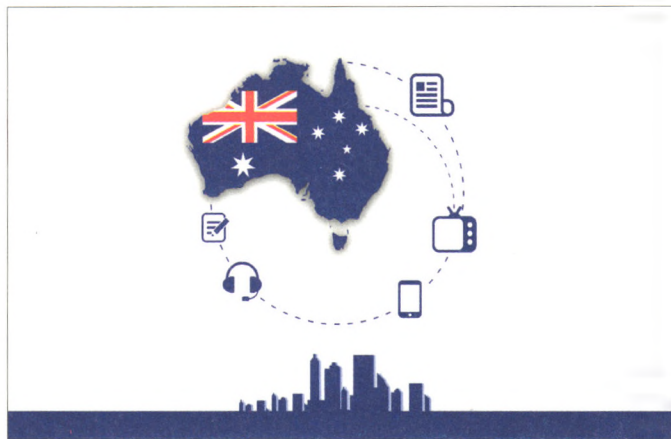
P36

**刘育瓊** 《青岛晚报》副  
总编辑

观点:

如何让社会主义核心价值观这一“命题作文”不走老路,摆脱尴尬,真正让读者感觉到爱读、耐读、好读?《青岛晚报》分析自身多年正面报道的得失,认识到以往的不足之处:虽然“三贴近”喊了多年,但恰恰是正面宣传与读者还不够“近”,如果对社会主义价值观的报道能够在平民百姓身上做文章,就避免了旧瓶装新酒,走上一条新的轨道。

P39



## 特别策划

### 澳大利亚传媒业考察报告

009 澳洲的传媒生态

——澳大利亚传媒业考察手记 / 周蔚华

014 从不确定性中发现机会

——澳大利亚传媒业转型融合的认识及行动 / 伍义林

018 澳洲传媒产业的嬗变与坚守 / 陈德

022 澳大利亚媒体“中央厨房”模式失败的原因及启示 / 章先清

025 澳大利亚新闻学教学模式考察

——以悉尼科技大学为例 / 沙马建峰

028 澳大利亚华文报业发展现状及启示 / 张国礼

031 澳大利亚传统媒体如何应对新媒体冲击 / 章强

## 传媒评论

034 警惕数据新闻中的新闻伦理问题 / 朱鸿军

036 如何创作有思想、有温度、有品质的新闻作品 / 陈栋

## 报刊观察

039 正能量如何“感动每一天”

——《青岛晚报》社会主义核心价值观报道解析 / 刘育瓊

041 体育评论话语的三大特色

——以《济南时报》为例 / 吴凤杰

## 广电聚焦

043 移动传播:纪录片发展的新机遇 / 聂东雪

045 城市广播的媒体融合之道

——以郑州人民广播电台为例 / 蔡智

048 《长城》的跨文化传播策略与中国形象 / 马婷



### 新兴传媒

- 051 自媒体作品著作权保护的现状与路径 /李佳  
053 “机器人记者”新闻生产的现状与趋势 /管琼

### 海外传媒

- 055 美国动画片的跨文化传播策略与启示 /刘一凡 陈瑞瑞  
057 社交媒体Snapchat如何杀出重围 /毛春洲  
060 美国图片社交平台的四大特色 /王锋

### 媒体实战

- 062 《超级演说家》媒介营销的特色与启示 /朱谦 李雅卓  
064 《中国冠军范》如何打造与奥运同步的励志时尚秀 /宋志伟  
066 喜剧类综艺节目的创作特色  
——以北京卫视《跨界喜剧王》为例 /陈俊 王蕾

### 传媒广角

- 068 微传播时代微信公众号广告营销策略探析 /黄欢  
070 从网易云音乐看“音乐社交”生态的建设 /王路  
073 接受美学视域下国产动漫电影的传播策略研究 /王淑兰

### 传媒教育

- 076 西方传媒经济与管理教育的发展 /杭敏  
079 “互联网+”环境下传媒艺术教育模式探索  
——以南京艺术学院省级实验室“传媒艺术跨学科综合训练中心”为例 /孙为

### 理论探索

- 082 移动互联网时代广告产业的新变化 /吴剑  
084 媒体价值观的冲突与博弈  
——以人民网、财新网、南方周末网唐慧案相关报道为例 /李璐  
088 自媒体名誉侵权的法律规制分析 /金婧 张刘芳  
090 编辑场域：编辑出版研究的现代范式 /吴明东

### 传媒书评

- 094 动漫传播研究的新视角  
——评《虚拟异托邦：关于新媒体动漫、网络传播和青年亚文化的研究》 /杨锋  
095 以结构化理论分析网络舆论的新范式  
——评《互联网时代网络舆论发生机制研究》 /蒋明明

### 澳洲的传媒生态

——澳大利亚传媒业考察手记

在新媒体探索方面，澳大利亚传统报业采取最多的是付费墙模式。例如，《澳大利亚人》就采取付费墙模式，他们将收费内容和免费内容搭配，读者可以免费阅读12篇文章，超过12篇文章就要付费。

P09

### 城市广播的媒体融合之道

——以郑州人民广播电台为例

用手机听广播，用眼睛看广播，这些都变成了现实。在“互联网+”的浪潮中，郑州电台勇于创新，积极拥抱互联网，走出了一片新天地。随着新媒体的飞速发展，郑州电台逐步探索出了“热线+微信”的新型发展模式，收到了1+1>2的良好效果。目前，让受众在听广播的同时，能够通过微信随时随地观看视频直播，已成为郑州电台的节目常态。

P45

### 美国图片社交平台的四大特色

传统的社交媒体有着多元形态的传播格局，有效地整合了图文影音等多种媒介，但却未能让用户产生专业化的使用体验。图片社交平台则专攻“图片”这一独特的信息媒介，在对原创图片进行分享传播时，可以为用户提供专业的特效处理服务，能够有效增强用户的专业化体验。

P60



2017,你准备好了吗?

春天,与有话语权的人约会

两天现场内容,干货满满

特设数字·技术营销分论坛

三场颁奖典礼:

- 2017 中国广告年度大奖
- 第四届中国广告年度数字大奖
- 中国广告年度影片金狮奖



广告新生态

Stay Curious



2017

中国·上海


第十六届中国广告与品牌大会

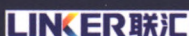
China Advertising & Brand Conference

2017年3月

眼界决定世界

指导: 中国广告协会

主办:  中国广告杂志社 上海市广告协会


联合主办:  LINKER联汇 杭州联汇科技股份有限公司

媒体合作




联络电话: 021-63747497 63552298

《中国广告》官方微信

 中国广告公共微信平台

《中国广告》官方微博

 中国广告杂志V

《中国广告》官方网站

[www.ad-cn.net](http://www.ad-cn.net)



中国第一本广告专业杂志  
[www.ad-cn.net](http://www.ad-cn.net)



万方数据