

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)



1 (下)
2018
传媒
MEDIA

M 传媒 MEDIA

服务传媒 引领传媒

P09 迈进新时代 书写新篇章

——访中国记协党组负责人

P17 建设真正的“记者之家”

——认真学习习近平总书记致中国记协成立80周年贺信精神

P47 “似是而非”的播出模式

——从“使用与满足”理论看季播模式

P51 “VR新闻”概念的滥觞与误读



以融合之力引领广播创新发展

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

万方数据

2018年1月下 02 总第271期

国家新闻出版广电总局主管

本期观点

周万安 江苏广电总台广播
中心总编办（策划
研发部）主任

观点：

近年来，江苏广播电视总台广播传媒中心（以下简称江苏广播）针对自身的媒介特征，结合媒体融合发展的新要求，建立起一套集线上节目质量、线下活动效果、新媒体产品运营、受众信息反馈于一体的综合节目评价体系——《节目综合评估体系》。

P12

黄学平 赛立信媒介研究有
限公司总裁

观点：

通过对受众接触媒体的数据分析，笔者发现互联网成为受众接触率最高的媒体，手机上网是其最重要的推手；电视的接触率屈居第二，下降了约15个百分点；广播的接触率也有所下降，但仍以45.7%的比例稳居第三位；而报纸和杂志的接触面进一步受到挤压。

P15

单滨新 绍兴报业传媒集团
总编辑

观点：

党报要在激烈的媒体竞争中赢得优势、提升“四力”，关键要坚持内容为王、加大创新力度，为用户提供高质量的报道内容。近年来，《绍兴日报》以办好特刊为抓手，加强新闻生产供给侧改革，紧扣中心工作，围绕重大主题，创新办报理念，有效巩固党报的舆论主导地位，提升了党报在用户中的影响力。

P26

目录CONTENT



特别策划

以融合之力引领广播创新发展

- 009 新时代如何建设广播强国 / 覃榕 覃信刚
- 012 构建新型立体广播节目综合评估体系
——以江苏省广播电视总台广播传媒中心为例 / 周万安 滕藤
- 015 移动互联时代广播收听场景的嬗变 / 黄学平
- 020 新媒体时代城市广播的生存探索 / 郭应巍 陈蕊
- 023 媒体融合时代广播转型发展的四个关键词 / 王成梧

报刊观察

- 026 全媒体时代党报特刊的创新与实践
——以《绍兴日报》为例 / 单滨新
- 029 创新党报内容建设的“宝安模式” / 梁修明
- 032 跨界、跨屏：报纸广告的创意变革 / 张丽平

广电聚焦

- 034 电影《战狼2》如何引爆传播热潮 / 姜春辉
- 036 对当前传统文化类电视节目热播的思考 / 赵娅军

新兴传媒

- 038 “VR+新闻”：虚拟现实报道的尝试与反思 / 伍菲
- 041 自媒体新闻传播存在问题的成因与规制 / 段然
- 043 融媒时代H5在新闻报道中的作用与应用 / 崔丽 何俊涛
- 045 全景敞视理论视角下的网络直播 / 张婷 刘进军

海外传媒

- 048 海外华文媒体如何讲好“一带一路”中国故事 / 顾时宏
051 数字化趋势下澳大利亚传媒的新媒体运营探索 / 陈雪晔

媒体实战

- 054 传统中医药文化的视觉影像传播
——以纪录片《本草中华》为例 / 姚麟
056 从@共青团中央看“主流网红”的发展路径 / 张洁
058 党媒会议报道的创新实践
——以《人民日报》十九大报道为例 / 赵慧 刘宗元
060 好的新闻选题从哪里来 / 张国政 王青原
062 新媒体时代信息传播的创新路径
——以三维动画片《刻度上的五年》为例 / 徐楠云
064 叙事学视野下政论专题片的特点分析
——以《大国外交》为例 / 崔小娟
066 动漫应用于新闻报道的优势、问题与对策 / 王少文

媒体融合

- 068 面向媒体融合的出版企业内容运营策略
——以RAYS平台为例 / 白立华 刘永坚 施其明
071 传统媒体与新媒体如何开展联动报道 / 张新阳
073 “中央厨房”在深度报道中的应用与提升 / 卫毓博

传媒广角

- 076 民国时期商业广告中的文化冲突与文化涵化
——以《东方杂志》商业广告为例 / 王玉蓉 宋伟龙 张晓宇
079 数字媒介推动汉语国际传播的策略研究 / 郭薇 于萌
082 基于5W模式的广告传播新变化 / 翟灿

传媒教育

- 085 跨文化传播的价值观选择
——兼谈汉语国际教育专业的媒介素养教育 / 黄鸿业
088 基于移动媒介的公共音乐教育改革策略研究 / 李花

理论探索

- 091 新时期儿童文学的分级阅读研究 / 赵燕
094 微博建构公共领域的实践困境 / 刘子潇

新时代如何建设广播强国

党台姓党——这是中国特色广播的鲜明特色，其理论与西方的“社会责任论”“第四权力”“自由报刊理论”形成鲜明对比，给世界社会主义国家的广播，也给世界上那些既希望加快发展又希望保持自身独立性的国家和民族的广播提供了全新选择。

P09

海外华文媒体如何讲好“一带一路”中国故事

在中国推行“一带一路”倡议和致力提升国际话语权的过程中，海外华文媒体是一支不可忽视的重要力量。海外华文媒体主要分布在60多个国家，主流的华文媒体有400多家。只有把握媒体的话语权，才能推动国际合作，实现合作共赢。

P48

面向媒体融合的出版企业内容运营策略

——以RAYS平台为例

RAYS平台帮助传统出版企业重构了生产、经营、服务方式和理念，通过采用生产与消费互动的独特运营模式、提供出版行业大数据服务、采用多元化的盈利模式以及培养内容运营人才等，充分实现了传统出版企业内容价值之优势，帮助传统出版企业重新建立了与用户的连接，真正完成了与新媒体的融合发展。

P68