

国家新闻出版署主管 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

- P09 创新服务能力, 构建服务型媒体, 推进媒体融合行稳致远
- P13 用主流价值导向驾驭“算法” 全面提高舆论引导能力
- P17 视听新媒体发展亮点与展望
- P20 2018-2019 中国传媒业创新报告

服务传媒 引领传媒

中国传媒年会
CHINA MEDIA ANNUAL CONFERENCE

推动媒体融合向纵深发展 ——第十四届中国传媒年会专题

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

18

2019年9月下 18 总第311期

本期观点

陆先高 光明日报社副总编辑、光明网董事长

观点：

媒体融合发展催化着传播格局和产业格局的分化，各传统媒体的属性与边界比以往更为清晰，可大致归纳为全域性媒体、区域性媒体、行业性媒体和领域性媒体四大类。这些不同属性的机构媒体，各自有不同的政治格局、任务和目标定位，媒体融合也必须围绕相应的领域、行业、受众的需求而展开。

P09

崔士鑫 人民日报社研究部主任

观点：

算法在新闻领域的运用，就是按照一定目标原则，对新闻信息进行过滤、筛选，然后进行聚合、排列、呈现，再基于用户画像，精准传递给目标对象，并根据用户反馈持续改进，大大提升对新闻信息数据的采集、分析和运用能力，实现科学策划、全方位采集、多样化写作、精准化推送、即时性反馈，促进传统媒体向智能化媒体转型。

P13

祝燕南 国家广播电视总局发展研究中心主任

观点：

可以看到，在几乎全中国适龄人群的拥护和参与下，有更多的社会资源向网络视听产业聚集，网络视听成为社会舆论走向的风向标和信息集散地，网络视听的舆论阵地功能得到进一步凸显。经过各方面的努力，国家广播电视总局对这个阵地的建设和管理思路，也随着实践的深入而逐步清晰起来。

P17

目录CONTENT



特别策划

推动媒体融合向纵深发展

——第十四届中国传媒年会专题

- 009 创新服务能力，构建服务型媒体，推进媒体融合行稳致远 / 陆先高
- 013 用主流价值导向驾驭“算法” 全面提高舆论引导能力 / 崔士鑫
- 017 视听新媒体发展亮点与展望 / 祝燕南
- 020 2018-2019中国传媒业创新报告 / 本课题组
- 024 推动媒体融合向纵深发展的一场行业盛会
——第十四届中国传媒年会举办纪实 / 左志新 鲁艳敏

报刊观察

- 027 重庆“双晒”：用“诗和远方”讲好“中国故事” / 崔健 兰世秋 张畅
- 029 开创新时代宣传思想工作新局面
——以《珠江时报》“新时代南海家书”月刊为例 / 杨保安
- 032 全媒体时代学术期刊编辑能力提升路径探析 / 游登贵

新兴传媒

- 034 新时代AI与播音主持的融合创新 / 李颖 蒋启迪
- 038 我国移动社交平台的发展现状与未来趋势 / 冯韶丹
- 040 如何打造精品主旋律短视频
——以中国新闻奖获奖融媒体短视频作品为例 / 郭明杰
- 043 国企微信公众平台传播研究
——以北京国企微信公众平台为例 / 杨雪

海外传媒

- 046 网络评论中用户深层价值的挖掘之道
——以《华尔街日报》的“用户之音”团队为例 / 韩晓
- 048 压制、反抗与发展：百年动荡时局下的尼泊尔报业 / 林晓颖

媒体实战

- 050 媒介融合视域下网络民生服务体系的建构
——以“宁波民生e点通”为例 / 李姣
- 053 “禾点点”新闻客户端：地市广电媒体融合的创新示范之道
/ 赵昆 彭聪
- 055 新媒体时代新闻图片互动传播的问题与优化策略 / 金雨萱
- 057 新时代广播电视节目主持人话语体系建构研究 / 朱良志

媒体融合

- 061 大数据时代数字出版产业的发展趋势 / 王辉
- 063 “全程媒体”新闻报道的时代变化
——以新华社“现场云”为例 / 钱浩然
- 066 少儿报刊媒体融合的内涵、维度及具体路径
——以语文报社为例 / 姜联众

传媒广角

- 070 “读图时代”出版物图像化转向的原因与影响 / 张鹏辉
- 073 原创剧场广告的场景构建、情境合并与行为再造
——基于媒介情境理论的视角 / 万晓娣
- 076 “先审后播”背景下弹幕内容生产的规制路径与意义 / 王敏

传媒教育

- 079 地方高校新闻人才培养的路径创新 / 许五龙
- 081 高校创新创业型传媒人才培养研究 / 李红坦

理论探索

- 084 新媒体时代舆论敏感性与舆论规律再认识 / 王军峰
- 088 社交媒体中的自我呈现困境 / 王红
- 090 狂欢理论视阈下网络表情符号的传播与反思 / 彭肇一
- 094 新媒体时代马克思主义理论之“轻”传播 / 牛海 刘诗铭

重庆“双晒”：用“诗和远方”讲好“中国故事”

2019年3月25日—8月8日，重庆举行全市区县“晒文化·晒风景”大型文旅推介活动（以下简称“双晒”）。重庆日报报业集团推出“书记晒文旅”电视短片、“区县故事荟”通版专题报道、“炫彩60秒”微视频等“双晒”作品，以全媒体传播的方式向全国乃至全球游客推介重庆文化旅游资源，奏响“山水之城·美丽之地”的美妙乐章，在社会上产生广泛影响，成为现象级的文化传播案例，引发各界关注。

P27

新时代AI与播音主持的融合创新

在播音主持行业中，AI与主持、播报等相互融合，催生出如东方卫视融媒体新闻直播节目《小冰摇摇吧》中的微软“小冰”、新华社参与两会报道的主播“新小萌”，以及亮相中国中央广播电视台春节特别节目《中国声音中国年》的主播“央小广”等一系列AI合成主播，并引发了大众的广泛关注。

P34

新媒体时代舆论敏感性与舆论规律再认识

在新媒体时代，党的新闻舆论工作面临更加复杂多样的局势，舆情爆发的源头、触点、类型、态势、影响等都存在着不确定性和不可控性，这就要求我们增强新媒体时代的舆论敏感性，在遵循“两个规律”的同时，探索新媒体时代的舆论规律，并在规律的指引下，重回现实、观照现实，真正实现新闻传播、新兴媒体发展和新媒体舆论引导的有效结合，提升舆论引导的科学性和有效性。

P84