

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)

4 (下)
2019
传媒
MEDIA

M 传媒 MEDIA

- P09 技术赋能人文 唱响时代好声音
- P11 全面视频化: 5G 时代封面新闻媒体融合转型的新路径
- P13 创新是精神产品的第一属性
- P15 身处方寸, 心向远方

服务传媒 引领传媒



坚定文化自信 传播时代声音 ——互联网时代人文内容创新研讨会专题

ISSN 1009-9263



9 771009 926141

国家新闻出版署主管

2019年4月下 08 总第301期

万方数据

本期观点

李 鹏 四川日报报业集团
副总编辑、封面传
媒董事长兼CEO

观点：

面向人工智能时代，封面新闻正在建设“智能+智慧+智库”的智媒体，以“引领人工智能时代的泛内容生态平台”为发展愿景，推进“科技+媒体+文化”三位一体统筹发展战略，人文内容成为泛内容生态平台“新闻、人文、消费”三足鼎立的重要支撑。

P09

宋建武 中国人民大学新闻
学院教授、博士生
导师，中宣部媒体
融合专家组成员

观点：

在UGC领域，封面新闻面向全球征集超过1000位“青蕉拍客”。通过“青蕉拍客”上传的短片，用户可以在封面新闻APP上看遍全球，从多角度与这个世界深度交互。封面新闻还将同步上线“青蕉拍客”频道，集中展示拍客们上传的作品，拍客们也可登录封面新闻扫描二维码加入。

P11

王文坚 新华日报社党委委
员、《扬子晚报》
总编辑

观点：

作为江苏省第一都市类主流融媒体，《扬子晚报》目前的全媒体平台用户超过3000万，包括“一报两网两微两端多平台”，聚集起了一个庞大的多元化、高端化、跨代际的阅读群体。《扬子晚报》在坚持传播社会正能量的同时，也始终坚守高品质人文产品生产者的定位，坚决把价值观和社会效益放在首位，注重传播手段的创新，力争让优质内容获得优质传播。

P13

目录CONTENT



特别策划

坚定文化自信 传播时代声音

——互联网时代人文内容创新研讨会专题

- 009 技术赋能人文 唱响时代好声音 / 李鹏
- 011 全面视频化：5G时代封面新闻媒体融合转型的新路径 / 宋建武
- 013 创新是精神产品的第一属性 / 王文坚
- 015 身处方寸，心向远方 / 邓凯
- 017 社交媒体时代大众文化的建构特征 / 张洪忠 兰朵
- 020 互联网时代，传统媒体内容如何视频化 / 郭全中

报刊观察

- 022 在增强“四力”中开创党刊事业发展新局面
——以《共产党员》为例 / 王振儒
- 025 新时代学术期刊编辑如何提升学术能力 / 姚玲
- 028 《四川日报》：以全媒体集群壮大主流舆论 / 赵靓

广电聚焦

- 030 全媒体大传播 强声势有影响
——湖南广播电视台2019全国两会宣传的探索及做法 / 黄自笑
- 033 守正创新，融合传播，进军舆论主阵地
——河南广播电视台2019全国两会报道分析 / 王小娟
- 035 新媒体语境下的《春晚》传播运营策略 / 曾祥敏
- 038 融媒视域下主持人文化传播能力的适应与提升 / 王瑜

新兴传媒

- 041 网络广播“十点读书”的四大运营特色 / 刘宇
- 043 外文客户端建设：推动媒体走出去的有效方式 / 高艳宁
- 046 新京报“我们视频”的实践与探索 / 窦金启

媒体实战

- 048 植入广告的价值、模式和策略 / 李秋红
- 050 融媒体背景下传统文化节目的焕新之道
——以《上新了·故宫》为例 / 孙杨
- 052 动画在电视新闻生产中的价值探讨 / 王申

媒体融合

- 054 如何深入认识“全效媒体”的基本内涵 / 刘元华
- 056 政策引领发展 技术驱动创新
——对当前媒体融合创新实践路径的思考 / 卢剑锋
- 060 主流媒体如何创新全国两会报道
——以新华社为例 / 吴海江 李莉 高秋艳

传媒广角

- 063 人工智能时代传媒业的“人工”与“智能” / 汪萱
- 067 自媒体时代传播思维的异化与净化 / 陈江江
- 069 《国家宝藏》中文化传播的符号学解读 / 郑科 黄敏
- 073 新媒体环境下网民媒介素养培养路径 / 孙钦泉
- 076 “非遗”文化在新媒体时代的呈现与传播 / 葛艳奇

传媒教育

- 079 智能互联技术+BOPPPS模式下的广告专业教学模式研究
——以“广告文案”实训课为例 / 冯咏薇
- 082 新媒体对大学生就业的影响及其对策 / 尹兆华

理论探索

- 086 热点事件报道中的法律知识传播
——基于知沟理论的“于欢案”研究 / 孙铜阳 刘亚娜
- 089 国际传播学领域中风险认知研究的分析
——基于Cite space的聚类与突变检验 / 刘又嘉
- 094 AI+翻译：人工智能与语言行为人机耦合应用研究 / 余玉秀

身处方寸，心向远方

所谓人文报道，其实指的是新闻报道中应秉持的人文精神。“人文”一词源于《易经》，“关乎天文，以察时变，关乎人文，以化成天下。”人文精神，简言之就是以人为本，尊重人、关注人、理解人，坚持将人作为考察与衡量一切事物的中心的价值取向；弘扬真、善、美，揭露假、恶、丑；崇尚科学和理性，体现人类对真理、自由的不懈追求及开拓创新精神。

P15

社交媒体时代大众文化的建构特征

进入社交媒体时代，技术驱动下的媒介转型则将内容传播的层层壁垒打破，随着内容生产机制的极大转变，技术赋权下的权力释放让曾经被动的内容接收者变成了互联网平台全力争取的“用户”，移动终端的普及使得人人拥有媒介，更多的年轻人成为内容消费和文化传播的主力军，大众文化的燃点急剧下降，实现了从技术到文化、从低龄向高龄的反哺。

P17

全媒体大传播 强声势有影响

——湖南广播电视台2019全国两会宣传的探索及做法

坚持先网后台、移动优先，湖南广播电视台在芒果云、芒果V直播、芒果动听、芒果都市等移动新闻产品之外，第一次整合都市频道新闻团队和芒果TV技术团队，跨机制、跨平台、跨媒介，全新打造融媒体产品——“芒果新闻”，在芒果TV平台的PC端、移动端、OTT端、IPTV端同步上线。

P30