



深度融合 一体发展
——第五届全国党媒网站高峰论坛专题

本期看点

目录CONTENT

人民网研究院

看点:

数据显示,2020年,党报在各个渠道的覆盖率均较2019年同期有所增长。全部党报的网站开通率依旧最高,为96.8%;微信平台 and 聚合新闻客户端入驻率均接近90%;84.4%的党报开通了抖音账号,较2019年增长最快;78.8%的党报建设了自有新闻客户端(APP);76.1%入驻微博平台。

P09

周成华 广州日报报业集团 副总编辑

看点:

近年来,广州日报报业集团深入学习贯彻习近平总书记关于推进媒体融合发展的系列重要讲话精神,不断提高主流舆论的传播力、影响力。人民网研究院发布的《2020全国党报融合传播指数报告》显示,广州日报2020年融合传播指数位居全国党报第三名,连续四年位列地方党报第一名。

P13

宋春风 广西日报社新媒体部 主任、广西新闻网 总编辑

看点:

自2018年起中国新闻奖设立融媒体奖项以来,广西日报三年两获融媒体奖项一等奖,其中《柳州融水突围记|广西日报记者“失联”数十小时,在穿越40处塌方后发回灾区最新画面!》2018年获短视频类一等奖,《直播|百色大暴雨引发山洪,公路塌方车辆被冲走!通讯员黄文秀发回现场视频后却不幸遇难……》获移动直播类一等奖。

P18



特别策划

深度融合 一体发展

——第五届全国党媒网站高峰论坛专题

- 009 2020全国党报融合传播指数报告 / 人民网研究院
- 013 主力军全面挺进主战场 构建全媒体传播体系 / 周成华
- 015 三级联动 推进一体化融媒新格局
——江西省融媒体中心与实践探索 / 李晚成
- 018 5G时代媒体变革迎来三大新机遇 / 宋春风
- 020 打造融媒爆款力作 让美好盐田更“出圈”
——深圳市盐田区融媒体中心的实践与探索 / 邝峰 林军 牟晓伟
- 023 地市级媒体立体化融合路径初探
——以吕梁广播电视台为例 / 郭月秀

报刊观察

- 026 中国家庭报社:以直播赋能健康传播新模式 / 张红苹
- 029 活动营销为传统媒体转型注入新活力
——以《华西社区报》为例 / 徐建
- 031 走出党媒“舒适区”:《农民日报》的思维再造与融合新生
/ 鲁志美 李佳铭

广电聚焦

- 034 创新、强化、融合、亲民:《主播说联播》栏目对《新闻联播》的文化形象建构 / 金旭阳
- 037 电视抗疫进行时:北京卫视的战“疫”与温情 / 张艺鸣
- 040 省级广电发展新媒体的融合创新之路
——以广东广播电视台“触电新闻”为例 / 张金萍

新兴传媒

- 043 新媒体助力社区治理的探索与实践 / 毛小娟 罗兆均
046 短视频助推中国文化对外传播的尝试与探索 / 夏丹
049 主流媒体移动短视频新闻传播策略研究
——以“央视新闻”抖音号为例 / 游祯武
052 网络短视频：自媒体时代的网络文化新形态 / 赵萌

海外传媒

- 055 韩国“慢综艺”节目的特色与启示 / 李泽铭
057 媒介生态学视角下美国媒介教育的特色实践 / 杨继英

媒体实战

- 060 融合创新类新闻报道的典型示范
——以《海拔四千米之上》为例 / 程奇芳
062 融媒体时代正能量传播的新探索
——以《人民日报》微信公众号杜富国先进事迹报道为例
/ 张蓝戈 刘福泉
065 《直播港澳台》国际新闻报道的四大特色 / 李文静 王宇翔

媒体融合

- 068 《中国宣讲达人大会》：打造融媒体“思政公开课” / 刘蓉
070 火神山医院“云监工”：慢直播的融合创新 / 李悦悦
073 县级融媒体中心在防疫大考中的价值阐释 / 宋全浩

传媒广角

- 075 新媒体时代基于受众心理的微电影广告创作分析 / 李旭
078 广告创意程序化下的叙事结构：基于拉波夫模型的分析 / 林翔
张慧玲 谭辉煌
081 刍议人工智能创作内容的版权保护问题 / 孟宪林

传媒教育

- 084 县级融媒体中心建设的人才困境与新闻教育回应 / 黄艳凤
088 国际新闻传播人才培养的实践探索
——以上海外国语大学为例 / 雷蕾

理论探索

- 091 媒介发展的升维趋势探究 / 李冠华
094 从“奇观叙事化”到“叙事奇观化”：再议VR影像的叙事问题
/ 王璐

创新、强化、融合、亲民： 《主播说联播》栏目对《新闻联播》的文化形象建构

作者：中国传媒大学新闻学院
2018级在读博士生 金旭阳

摘要：

《主播说联播》是中央广播电视总台推出的一档网络短视频栏目，自上线以来“吸粉无数”，引发广大网友的热议。《主播说联播》为时政新闻的播报开创了一种新的态势，也扭转了公众对《新闻联播》的刻板印象，使新闻播报呈现出创新、强化、融合、亲民的特点。随着媒体融合不断深化，以《新闻联播》为首的时政新闻类节目纷纷与网络新媒体寻求融合并创新，不断重新建构文化形象，强化品牌效应。

P34

广告创意程序化下的叙事结构： 基于拉波夫模型的分析

作者：武汉工商学院副教授、
广告与媒介经济研究中心
主任 林翔

摘要：

智能广告的发展引出了广告创意程序化的概念。本文引入拉波夫叙事模型，将广告的社会学属性凸显于智能广告技术逻辑当中，完成广告创意程序化过程中广告叙事结构的重构：编码与解码框架下的协同叙事结构，群体话语相关性下的内生叙事结构，传播语境匹配下的外向叙事结构。本文提出构建互联网智能环境下广告创意生产范式，关注广告创意程序化过程中的本源问题“创意思维”的观点。

P78