

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 国内统一连续出版物号: CN11-4574/G2 国际标准连续出版物号: ISSN1009-9263 定价: 18.00元(人民币)

M 传媒 MEDIA

服务传媒 引领传媒

- P09 云听: 让主流声音“破圈”而行
- P31 立足“老”字做文章 精心策划主题报道
——《老年人》着力打造湖湘文化品牌探析
- P41 十年一剑: 中国短视频市场竞争的格局
与大势
- P60 省级党媒如何讲好中国品牌故事
——以河南广电品牌传播实践为例



文化传承与广电媒体的 融合发展

ISSN 1009-9263



万方数据

2023年9月下 18 总第407期

本期看点

**李向荣 中央广播电视总台云听
CEO**

看点:

云听十分注重广大车主的实际需求,不断夯实智能网联汽车场景内“思想+艺术+技术”融合传播的技术支撑。云听采用大数据分析和AI内容推荐技术,将400万小时以上的丰富音频内容库通过“场景化智能推送”的方式为车主提供全时段车载内容服务。同时,打通手机、车机平台,用户使用同一账号可同时登录移动端和车载端,真正实现了广播在车载FM、车内智慧大屏和手机音频平台等收听场景的无缝切换,操作体验更流畅,快速实现车载市场弯道超车。

P09

王仁海 河南广播电视台党组书记、台长

看点:

好的内容是相通的,可以跨越屏幕、超越国界、触动人心。因此,在中国节日系列节目策划制作中,河南台突出“中国文化、国际表达”,以共情的视听体验为媒介,增强全球对中华优秀传统文化的认可、对中华民族精神的认同。同时,不断拓展走出去的载体和渠道,对接了中国日报、中国文化中心、华人头条等海外平台矩阵,进一步为海外宣传加码赋彩;充分借助油管、脸书、推特等海外主要新媒体平台,加大与驻外使领馆的沟通,构建国际化传播体系。

P13

葛 莱 江苏省广播电视总台党委书记、台长,江苏省广播电视集团董事长

看点:

江苏台以“泛资讯+视频化”定位,对荔枝新闻的架构、内容、功能、运营等全面升级,突出视听化、垂直化、智能化、服务化,努力实现内容生产数量、技术应用能力、资源协同效率、全网传播数据提升,着力将其打造为更有影响的综合性网络平台。同时,还将整合资源做强以“我苏”为主体的新闻主平台、以“大蓝鲸”为主体的音频主平台、以“荔枝云集”为主体的电商主平台。

P15

目录CONTENT



特别策划

文化遗产与广电媒体的融合发展

- 009 云听:让主流声音“破圈”而行 / 李向荣
- 013 以改革创新推动中华优秀传统文化出圈出彩 / 王仁海
- 015 新的文化使命:主流媒体担当的实践与思考 / 葛莱
- 017 宏大主题报道如何实现共情共鸣与同频共振
——以湖北广电《桥见十年》为例 / 郭小容

媒体融合

- 020 主流媒体融合新闻创新路径探析
——以第32届中国新闻奖媒体融合报道获奖作品为例 / 周怡帆
- 023 情感·互动·场景:爆款融媒体产品的创作路径分析 / 赵晓蕾
- 025 智能语音技术在融媒体中的应用场景与模式创新 / 张楷越

报刊观察

- 028 讲好非物质文化遗产传人的故事
——以《光明日报》“中国好手艺”专栏为例 / 唐衍欢
- 031 立足“老”字做文章 精心策划主题报道
——《老年人》着力打造湖湘文化品牌探析 / 徐炯权

广电聚焦

- 034 构建与嬗变:国产儿童电影中儿童银幕形象的更迭研究 / 范小玲
王艳芝
- 038 从中日合作举办《中国话讲座》节目探析广电对外交流合作 / 李颖
李洋

新兴传媒

- 041 十年一剑:中国短视频市场竞争的格局与大势 / 高菲 张灵玥 杨洁仪

- 045 公安政务新媒体传播实践及功能研究 / 程婧
048 短视频中东北民间音乐符号及文旅价值再造 / 庞忠海 于佳卉

国际传播

- 051 主流媒体基于AI技术的国际精准传播研究 / 王希
053 “他塑”困境下双语主持人跨文化传播的破局思路 / 牛俭 王琦

媒体实战

- 057 “央地协同”走好深融路线
——以“世界青年科学家传播中心”为例 / 王乐乐
060 省级党媒如何讲好中国品牌故事
——以河南广电品牌传播实践为例 / 崔军廷
063 “长江严选”拓展媒体经营路径的新探索 / 陶丽
066 环境新闻的情感表达与话语策略 / 李淑晶 赵玉宏

传媒广角

- 069 智媒时代新闻传播失范乱象的法学检视与“合理化”纠偏 / 王晓辉
072 电影借助短视频宣发的优势及其文化意蕴 / 贾静
075 融媒时代红色动漫的文化价值与发展路径 / 刘蔚然

传媒教育

- 078 新文科建设背景下广告学专业人才培养的创新模式 / 潘力 郑涛
陶然 李红秀
081 媒体融合视域下混合式课程“融合新闻学”建设探索
——以四川传媒学院融合媒体学院教学改革实践为例 / 何倩 陈臻

传媒史学

- 084 新中国成立前党报新闻宣传研究 / 周璐
087 抗战时期《解放日报》的政治宣传策略 / 张铭钟 杨璐帆

理论探索

- 090 数字劳工研究热点及趋势分析
——基于Cite Space的分析 / 周骏
093 论传媒业发展的政治逻辑、资本逻辑与文化逻辑 / 李佳 杨子瑶

传媒书评

- 来自媒体深融前线的创新报告（朱春阳）/ 探究面向未来的新闻传播教育理念（熊袞斐）/ 跨文化传播视角下的影像叙事策略探析（刘旭东）/ 新媒体助力高校思政课程高阶发展（刘洋）/ 媒体理论与实践的创新之路（罗延财）/ 元宇宙视域下数字媒体技术的创作探究（王利 白连 李富忠）/ 文化传播视域下影视摄影传播特性分析（高俊荣）

宏大主题报道如何实现共情共鸣与同频共振

作者：湖北广播电视台副台长 郭小容

摘要：

宏大主题报道不止于宏观宣讲，应更加体现以人民为中心。2022年国庆档期，湖北广播电视台推出《桥见十年》特别策划节目，以七集七天七座桥展现湖北这十年高质量发展的阶段性成果，节目相关内容全网总阅读量过亿。《桥见十年》作为特别策划节目通过共情引起共鸣，与受众同频共振，在选题定位、流量引导、叙事结构及美学表达等方面提供了可供借鉴的创新参考。

P17

十年一剑：中国短视频市场竞争的格局与大势

作者：江苏师范大学传媒与影视学院教授 高菲 等

摘要：

从21世纪第一个十年蹒跚起步至今，中国短视频行业已从涓涓细流发展到海天激荡、举世瞩目。在一片欣欣向荣的景象之下，短视频行业到底谁主沉浮？究竟有哪些明潮暗涌？行业市场还有哪些近虑远忧？本文在行业数据调研的基础上，对中国短视频行业近十年的发展状况和未来趋势进行了较为系统的分析和展望。

P41

主流媒体融合新闻创新路径探析

作者：山西传媒学院副教授、《视听理论与实践》编辑部副主任 周怡帆

摘要：

融合新闻是一种新的新闻现象、新的新闻活动方式，也是未来新闻发展的新趋势。本文通过对第32届中国新闻奖媒体融合报道获奖作品的研究，分别从认知、策划和叙事角度切入，认为融合是基础、策划是前提、多维叙事是手段，最终用创新路径增强融合新闻叙事的凝聚力和影响力，实现融合新闻的高质量传播。

P20

“香”遇世界



一瓶美酒里有一个人文的中国



TASTE A CULTURAL CHINA IN A BOTTLE OF CHINESE BAIJIU

FRAGRANCE OF MOUTAI, DRIFTS AROUND THE WORLD

交得其道，千里同好。

70年前，茅台建厂后首次出海，在为国创汇的同时与世界相连。

70年后，布局64个国家或地区的茅台再次出海，加速国际化偕美世界行，“香遇”国际，用“美”与“好”，与三得利、保乐力加、帝亚吉欧等烈酒企业及品牌交流互鉴，以让世界了解“一瓶美酒里的人文中国”。

来自中国贵州的美酒与世界美好相遇

