

★《东南传播》杂志荣获第六届中国品牌媒体百强——最具创新力期刊奖★

东南传播

2014.2

总第114期

福建省广播影视集团主管主办

Communication Southeast

国际标准刊号: ISSN 1672-9579 国内统一刊号: CN 35-1274/J www.dongnanchuanbo.com

Happy
New Year



第八届

海峡两岸广播春节联播

温暖2014

东南广播携手两岸38家电台空中送祝福
播出时间: 大年三十至正月十五



东南广播——牵手两岸沟通无限

<http://www.sebc.com.cn>

目录 | contents

学术顾问(按姓氏笔划排列):

陈力丹	中国人民大学新闻学院教授
陈培爱	厦门大学新闻传播学院教授
吴予敏	深圳大学传播学院教授
张昆	华中科技大学新闻与信息传播学院教授
张金海	武汉大学媒体发展研究中心教授
张应辉	福建师范大学传播学院教授
杜骏飞	南京大学新闻传播学院教授
邵培仁	浙江大学传媒与国际文化学院教授
罗以澄	武汉大学新闻与传播学院教授
胡智锋	中国传媒大学教授
唐绪军	中国社会科学院新闻与传播研究所研究员
袁勇麟	福建师范大学教授
黄星民	厦门大学新闻传播学院教授
谭华孚	福建师范大学传播学院教授
蔡 祺	湖南师范大学新闻与传播学院教授
颜纯钧	福建师范大学传播学院教授

常务理事(按姓氏笔划顺序排名):

王跃宏	福建省广播影视集团总编室主任
丛培波	福建省广播电视局副巡视员 福建省广播电视协会秘书长
刘 毅	福建省广播影视集团广播电视新闻中心主任
陈加伟	福建省广播影视集团电视综合频道总监
邹学骏	福建省广播影视集团电视经济生活频道总监
张忠翔	福建省广播电视传输发射中心副主任
杨 斌	福建省广播影视集团电视体育频道总监
郑坚敏	福建省广播影视集团电视新闻频道总监
唐为权	福建省广播影视集团海峡电视台总监

理事(排名不分先后):

张向荣	福建省广播影视集团新闻综合广播频率总监
李晓晖	福建省广播影视集团广播都市生活频率总监
覃晓清	福建省广播影视集团电视剧频道总监
高春芳	福建省广播影视集团少儿频道总监
钟洪祥	福建省广播影视集团电视公共频道总监
郭戴云	福建省广播影视集团广播音乐频率总监
林力涵	福建省广播影视集团电视都市时尚频道总监
刘 屏	福州广播电视集团董事长
谢秀端	南平广播电视台台长
罗滨斌	国家广电总局五五二台台长
方 中	国家广电总局七五一台台长
杨 杰	龙岩电视台台长
王克新	三明电视台台长
胡红光	漳州电视台台长
邢常葆	宁德电视台台长
柯国新	莆田广播电视台台长
陈仕桐	福建省福清市广播电视台局长
薛文华	福建省石狮市广播电视台局长
林光明	厦门集美广播电视台台长
张增忠	福建省邵武市广播电视台局长

会 员(排名不分先后):

姚燕玉	福建省广播影视集团广播交通频率总监
刘加捷	福建省广播影视集团广播经济频率总监
汤鸣广	福建省霞浦县广播电视台局长
罗晓嘉	龙岩人民广播电台党支部书记
王志坚	福建省厦门市海沧区广播电视台台长

万方数据

理论前沿

- 01“我”与“我们”:网络交往中的身份认同建构
——以豆瓣网为案例的研究 赵 璐
- 05 新闻图像作用量表编制与检验 宁海林 秦 芳
- 10 基于社会化媒体的品牌碎片化传播策略 张信和
- 13 新媒体环境中青年学生意见表达的话语策略及舆论引导
黄勇平 林炜双 黄 山 李春荣
- 18 警惕技术逻辑侵害新闻理念
——浅析大数据影响下的新闻业 孙应钦

特别策划

[海峡传播——本栏目与厦门大学新闻传播学院合办]

- 21 两岸新闻传播学的年轻学者应建立常规化交流关系 陈力丹
- 22 从《中国时报》港澳报道分析“一国两制”在当下港澳与未来台湾
宋雪婷 李 展
- 26“一国两制”下新闻理论与实践的政治经济基础探析 罗 慧
- 31 台湾电视新闻中的“陆客”形象分析
——以开放大陆居民赴台游后台湾中视报道为例 孙慧英 岳沁之

[国际研讨——“国际传播视野中的华莱坞电影”学术论坛]

- 35 华莱坞的机遇与挑战 邵培仁
- 36 解构陌生人:影像的审美张力与社会意义
——徐峥电影对华人形象重构的启示 傅正科
- 40 从“本土化”到“交融”
——论“华莱坞”大片的“走出去” 原文泰
- 44 粉丝电影营销的传播学剖析
——以电影《小时代》为例 王誉俊
- 49 华莱坞大片品牌营销观念的思考与建立
——从国产中小成本电影营销成功经验谈起 杨晓茹 范玉明
- 53 好莱坞电影的质量观与品牌传播机制 周逢年
- 57 落寞中渐渐远去的人文电影
——华莱坞电影的启示录 楼俊俏

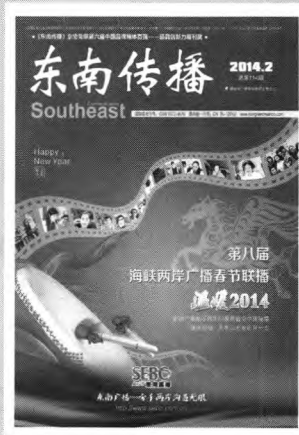
特别推荐

[百家讲坛——马克思主义新闻观学术研究]

- 60 列宁论出版物的党性 陈力丹
- [文化传播]
- 63 流行语传播的现状调查及原因分析
——以2012十大网络流行语为例 冯菊香
- 68 中国城市传播研究综述 尹帅平
- [比较传播]
- 71 华莱坞电影节研究:我们离奥斯卡有多远?
75 青年华莱坞准备好了吗?
——中国大学生电影节考察 王铭莹 江 吉

[受众研究]

- 80 社会转型期传播受众“社会化”转型的表征 张晓露
- [传媒与社会]



- 83 网络交往中的虚拟自我研究 彭 扬
 86 农民群体性事件中舆论引导及反思 杨 飞
[产业研究]
 89 省级卫视频道自制剧发展前景探析 黄世雄

传媒研究

- [传媒经纬]**
 91 坚守立场 调整理念 落实监管
 ——社会转型期情感调解类电视节目创作困境及对策研究 肖 俊
[广播电视节目研究]
 95 媒介融合中电视购物节目的困境与出路 刘彬彬 高 璐
 97 “汉字狂欢”后的思考
 ——写在《中国汉字听写大会》后面 张 弢

- 100 我国职场类电视节目的问题及对策分析 侯球慧
 103 从话语理论看清明节期间《新闻联播》报道(2009-2013) 程嘉韵
[新媒体研究]

- 105 省域政务微博的传播现状与公务人员媒介素养考察
 ——基于新浪微博“上海发布”、“陕西发布”的分析 郭学文
 107 微博时代政务公开的变革及功能探析 禹辉映

传播视域

- [影视传播]**
 109“铁炮玉”的美学:愤怒与悲哀 暴力与情色
 ——探析日本著名导演中岛贞夫的艺术经历和风格 姜 滨

- [广告营销]**
 113 基于4C理论的日化品牌网站建设透析
 ——以资生堂日本官网为例 王苑丞 田 萌
 116 感性消费时代下媒介市场推广新模式
 ——基于小米手机的营销分析 张 露

- [文学与传播]**
 119 浅析传统文学在移动阅读下的生存状况及优化路径 闫培培
[传媒史话]
 121 庚子事变后国内报刊的发展动向 余亚莉
 124 解读“叫魂”背后的谣言传播机制
 ——兼论现代社会谣言产生与防控机制 彭路杰

实务探索

- [新闻采编]**
 127 浅谈如何把“民生热线”做成“热点新闻” 陈蔚华
 129 新闻报道的色彩元素探析 张广炳
[播音主持]
 131 浅谈用创新与学习激励广电播音主持工作 彭 飞
[传播与教育]
 134 运用全媒体进行新闻采写教学 周 琼
[传播技术]
 137 基于DSP和NCO的数字FM激励器及其FM CDR研究 林伟跃
 140 TS-03C中波发射机调制功放故障快速判断与处理 林鑫明
 142 福建省广电集团1500平方米演播剧场的音频系统改造及声学指标测试 王 帅
 145 高清数字视频系统在福建广电集团大型演播室的应用 林 荣

Southeast 福建省广播影视集团主管主办
 (每月20日出刊) 2014年第2期(总第114期)

国际标准刊号:ISSN 1672-9579
 国内统一刊号:CN 35-1274/J

编委会主任: 张宗云
编委会副主任: 陈文广 王 展 陈若凡
 郑赞松 刘宜民 叶雄彪
编委会编委: (按姓氏笔划顺序排名)
 王跃宏 丛培波 刘 毅 陈加伟
 邹学骏 杨 斌 郑坚敏 唐为权

协 办:
 东南传播理事会成员单位

出版发行:
 福建广播电视报社有限公司
 福建省东南传播杂志社有限公司
 福建省幸福生活指南杂志社有限公司

董事长: 李闽山
总编辑: 许启东
副总经理: 潘君沂 陈 超
采编中心主任: 温华英
副主任: 刘君荣 徐祥龙

主 编: 刘君荣
经营总监: 陈立峰
责任编辑: 黄雪敏 陈 琴
特邀编辑: 林 刚 毛湛文 张 蕊 李志敏
 林 敏 李超颖 段爱峰 季慧娟
策划推广: 刘君荣
制作印刷: 福州德安彩色印刷有限公司

广告许可证号码: 3500004000458
编辑部地址:
 福建省福州市白马北路253号广电大院四~五层
编辑部电话: 0591-87522929 83324386
咨询热线: 18905001197
传 真: 0591-87611766
邮政编码: 350001

投稿邮箱: dncbtougao@163.com
网 址: http://www.dongnanchuanbo.com
国内外公开发行
定 价: 20.00元

订阅方法:
银行转账:
 兴业银行福州西湖支行
 116050100100074445
 福建省东南传播杂志社有限公司
邮局汇款: 福建省东南传播杂志社有限公司
邮 编: 350001
联系电话: 0591-87522929 18905001197
联系人: 刘君荣
 随时都可订阅全年杂志 本刊办理邮购
 邮购价每本30元(含快件邮资)
 杂志如有破损缺漏请与编辑部联系调换

海峡传播 携手你我



万方数据

ISSN 1672-9579
CN 35-1274/J
定价: 20.00元