

目录 CONTENTS

封面话题

本期话题 现象级内容

- 中国式爆款节目的特点和新趋势 王小娟 (5)
- 融媒体时代的电视节目爆款之路：内容行稳，融合致远 柳 嘉 (9)
- 从《乘风破浪的姐姐》看爆款节目的成功密码 郭俊涛 (12)
- 互联网思维影响下现象级网络综艺节目的生产逻辑与创作要素 徐 驰 李素艳 杨蔚蔚 李乐遥 (16)
- 新模式与新趋势：探析中国电视剧发展的现象级之路 纪 君 (20)
- 在必然的基础上成就偶然
- 制作方眼中的爆款剧生成要素 单文婷 黄佩诗 (25)
- 从《庆余年》看现象级影视剧的吸引力要素 黄 露 (28)

理论广角

- “原型”赋权：心理学视域下虚拟主播的“人格”设定 胡 康 (32)
- 作为“他者”的乡村：李子柒视频中的乡村表征与他者想象 危 欢 (38)
- 审美·权力·文化：性别视角下的美妆视频 刘 丹 (43)

媒介研究

- 智能网联车辆：新型平台媒体的崛起 于智源 金豆豆 (46)
- 短视频的媒介环境渐变与内容产业生态 解益坤 田智辉 (53)
- 智能时代人机交互未来发展趋势探析 王琬琳 (57)
- 5G+AI：智慧驱动视域下融媒体APP体验设计 徐延章 (61)

内容研究

- 重大突发公共事件中主流媒体专业价值的审视与思考 耿 军 (66)
- 网络视频类评测节目的走红及对传统媒体节目的借鉴价值 李 明 曹 朔 (70)
- 城市台黄金档电视剧突围路径 曹锦燕 (73)
- 旅行的意义：从香港游记类Vlog探析旅行影像的网络社交化 邹芷馨 王 喆 (76)

经营管理

催化融合质变 探路转型跨越

——新形势下市级台媒体融合路径实践 陆志群 (82)

美国广播行业商业实验室运作模式研究

——以美波士顿公共广播电台(WBUR)为例 张晓菲 (86)

地面专业频道的产业转型初探 朱林华 (91)

浅析传统媒体直播带货的优劣势

——以江苏新闻广播为例 张云 (94)

业务平台

江苏广电总台2020年两会报道的新媒体实践 马 驭 (96)

硬新闻的软表达：“央视新闻”短视频的融合传播 陈 卓 (98)

故事化表达在实证新闻中的应用 糜长庆 (100)

从《新华社新闻禁用词》看新闻语言规范的几个方面 盛 林 (102)

地面频道婚恋节目的创新思考 董 力 (105)

融媒体语境下舞台剧的宣推实践与思考 朱 红 (107)

紧跟热点 抢占先机：苏州台广播剧创作的成功探索 曾 嘉 (109)

县级融媒体中心的短视频创作与发展思考 王卫峰 (111)

县级媒体如何用供给侧改革破媒体融合之题 杨澄青 (113)

“12345”民生直播节目：县级融媒体中心的抓手 祝 丽 (115)

营商环境优化背景下的地方电台法制节目的发展 王 凌 (117)

后疫情时代主持人职业发展探索 楼益华 (119)

速度·质量·安全：浅谈新闻采访的“三力” 杨晓新 (121)

专家视点

从女娲补天到嫦娥奔月 时统宇 (123)

是时候考虑融媒体中心建设的迭代升级了！ 戴元初 (124)

技术如何塑造传播 栾轶玫 (125)

视听盛宴里的读书时光 顾理平 (126)

内容依旧“为王” 许敏球 (127)