

我们追求新闻的真谛

News and Writing

全国新闻核心期刊

全国中文核心期刊

CSSCI(扩展版)来源期刊

ISSN 1002-2295



新闻与写作



QK1812093

胡智锋:新环境下中国电视的发展与创新空间

张 昆:新闻学院院长的四大要务

董晨宇:我的手机哪里去了 手机失联焦虑症的两种研究取向

2018年3期

总第405期

写作与表达的未来走向



新闻与写作

NEWS & WRITING

全国新闻核心期刊 全国中文核心期刊
中文社会科学引文索引(CSSCI)扩展版来源期刊
“复印报刊资料”重要转载来源期刊
教育部新闻传播学核心期刊
全国百家期刊阅览室刊物
百种优秀期刊进连队选定刊物

专家顾问委员会成员

(按姓氏笔划排序)

丁柏铨 方汉奇 尹韵公 刘保全
刘建明 陆 地 陈力丹 陈昌凤
宋建武 杜骏飞 范以锦 郑保卫
高晓虹 唐绪军 梁 衡 崔保国
彭 兰 童 兵 董天策 喻国明
程曼丽 谢新洲 詹国枢 蔡 雯

主管主办 北京日报报业集团
协办单位 北京市新闻学会
北京市新闻工作者协会
编辑出版 《新闻与写作》编辑部
法律顾问 康达律师事务所
刊名题字 吴作人
刊训题字 甘惜分
副 主 编 李 蕾
值班编辑 章淑贞
封面设计 林 赛
本刊电话 (010)85201321
65253353

本刊地址 北京市建国门内大街20号
邮政编码 100734
国内统一连续出版物号 CN11-1109/G2
国际标准连续出版物号 ISSN1002-2295
广告经营
许可证 京东工商广字0027号
官方网站 <http://news.bjd.com.cn>
新浪微博 @新闻与写作编辑部
投稿邮箱 xwyxztg@126.com
订阅信箱 xwyxzdy@126.com
发 行 北京市报刊发行局
订 阅 全国各地邮政局
邮发代号 2-673
出版日期 2018年3月5日
国外发行 中国国际图书贸易总公司
国外发行代号 M03090
印 刷 北京新华印刷有限公司
定 价 12.00元

声明

本刊已入网清华同方数据库等,本刊所付稿酬包含刊物内容上网服务报酬,不再另付。凡有不同意见者,请特别声明需另作处理。

万方数据

CONTENTS 目录

刊首语

- 001 “窄平台宽传播”模式下的写作及表达 / 范以锦

专题

- 005 新媒体时代新闻写作的变化趋势 / 崔士鑫
010 新兴媒体对语言文化的影响 / 李 玮 褚建慧
015 写作表达的四大趋势 / 田香凝 叶铁桥
018 超写作:融媒时代视听新闻表达新景观 / 宫承波 田 园 王玉凤

理论前沿

- 022 新环境下中国电视的发展与创新空间 / 胡智锋
026 如何建构当代中国的新闻观念 / 胡 钰
030 挑战与变革:新闻学研究和教育的发展趋势 / 雷跃捷 田承旭
034 2017年媒体广告市场现状及未来趋势 / 邵华冬 齐彦丽 郑 萌
040 我的手机哪里去了
手机失联焦虑症的两种研究取向 / 董晨宇 段采慧

专栏

- 045 双因机制:移动互联网时代的谣言生成 / 喻国明
049 新闻学院院长的四大要务 / 张 昆
056 新新闻生态系统:中国新闻业的新行动者与结构重塑

/ 张志安 汤 敏

- 066 中国媒体融合的版权之痛

——基于知网文献的考察 / 朱鸿军

人物·声音

- 071 回归常识
——访《见字如面》总导演关正文 / 么咏仪 高海珍
- 075 传统媒体需要归零重启 / 丁时照
- 077 心流 / 杜骏飞
- 079 记录为幸福奋斗的模样
——2018年央视特别节目“非常年夜饭”报道有感 / 韩冰

案例·方法

- 082 如何通过数据挖掘讲好故事
——以人口类选题可视化作品为例 / 白净 杨昉
- 087 直播答题“狂欢”背后：从国外经验到现实反思
/ 何天平
- 091 主题展览的传播优势
——以中国人民抗日战争纪念馆主题展览为例 / 王国彬
- 094 报业“一体化”转型模型构建 / 冯广圣
- 097 互联网环境下食品安全的信息传播 / 公克迪 杨蕊

写作讲坛

- 100 学术论文不可缺少核心观点与论证框架
/ 陈力丹 廖金英
- 103 如何判定新闻写作主题和角度 / 高钢
- 106 大数据时代的地震信息播报 / 侯建民
- 109 讲好故事：新闻叙述的策略 / 陈伟军 朱思良
- 112 “卓尔不群”是不合群吗 / 赵丕杰

广告·书评

思想政治理论课程教学探析(李轩航)/互联网对大学生创新创业的影响(周红梅)/视觉传达设计中的创意思维研究(张山林 赵凌宇)/室内照明设计研究(张福涛)/新闻英语文体特点(王丽丽)/思想政治教育传播的优化途径探析(王飞)/学前儿童音乐教学活动研究(陶丽娟)/少数民族师范类院校本科生实践创新能力培养研究(牛海龙)/翻转课堂在大学英语教学中的运用研究(刘俊玲)/幼儿体育活动策划研究(刘建伟)/服饰包装设计的理论与案例分析(梁文峻 梁文思)/大学英语语法及其在大学英语教学中的应用(任竹青)/比较文学与世界文学的关系研究(金文超)/动画设计原理课程改革研究(张宇虹)/社会热点与思想政治理论课教学研究(刘丕君)/传统文化在平面广告设计中的应用(兰钊)

写作与表达的未来走向

当前,人们的阅读场景、阅读习惯、阅读偏好都在不断发生着变化,媒体也正在快速适应和探索这种变化的节奏和形态,以期生产出更具有传播力的内容。本期,我们探讨写作、表达的未来走向,希望理清这次变革的主线,从学理层面分析信息技术给人类语言带来的巨大变化,从实践层面阐述当前新闻写作的主要特征及未来的变革趋势。

特别策划

本期推荐

互联网尤其社交媒体及其移动传播,正深刻重塑新新闻生态系统,新闻业变迁的新现象和新挑战引起我们的关注。中山大学传播与设计学院院长张志安教授从本期开始,开设“数字新闻业”专栏,针对数字化时代新闻业的重大问题进行系列研究。

P 056-065

传统文化在平面广告设计中的应用

——评《平面广告设计与制作》



作者:刘艺琴 郭传菁
出版社:武汉大学出版社

广告早在中国古代已经出现,伴随着口头广告、实物广告出现了多样化的广告形式。平面广告是指将要传播的广告信息设计成为容易被接收者感知与理解的视觉符号,并且通过一定的媒介形式进行传播,最终影响受众态度与行为的过程。平面广告的信息传递速度快、传播效果直观有效,是效果理想的大众化宣传途径。平面广告的设计与制作直接关系到平面广告的宣传效果。

《平面广告设计与制作》是关于平面广告设计的专业书籍,全书分为上下两篇,一共11个章节,上编主要为平面设计的一般基础理论,如平面构成、色彩构成等;下编为广告设计实务知识,包括平面广告文字设计、标志设计、POP广告设计、报刊广告设计、户外广告设计、电脑平面广告设计等内容。《平面广告设计与制作》充分吸收了国内外平面广告设计的最新资讯,结合了广告设计人员的实际需求,将理论知识和实际操作充分结合,对于读者有着较大的参考价值。在平面广告设计中,中国传统文化是不可忽视的重要元素。中国传统文化底蕴深厚、内容丰富,在现代艺术设计领域有着十分广泛的运用。在平面广告设计中传统文化也有着不可替代的重要作用,其能够提升平面广告的表现力,深化平面广告的审美内涵,对于强化平面广告价值有着重要的作用。

传统文化在平面广告设计中有着重要的应用价值,不仅可以丰富平面广告设计的表现形式与内容,更能增加平面广告设计的文化底蕴,传播中国传统文化,实现人们对民族文化的认知与认同心理。具体来说,传统文化可以丰富平面广告设计的内涵与表现力。平面广告设计作品的素材可以不再局限于自然环境、人群事物,而是可以从文字、图案、色彩等中国传统文化元素入手,丰富平面广告设计的内容,强化视觉表现力与想象力,让作品别具特色。

传统文化在平面广告设计中的应用可以强化人们对传统文化的价值认同。中国传统文化底蕴深厚,将其运用在平面设计中可以显著提升平面广告设计的文化涵养,让平面广告设计作品具有文化感,并且更容易得到广告消费者的接受与认可,进而获得更大的商业价值。平面广告设计中应用传统文化还有助于中国传统文化的保护与传承。在中国传统文化中民俗是十分关键的构成部分,具有一定的地域性与传承性,在平面广告设计中对其加以应用可以说是传统文化的保护的重要途径。在大力提倡非物质文化遗产保护与传承的社会环境中,将中国传统文化融入平面广告设计中加以传播,不仅是对中华民族传统文化的肯定,更是对中国传统文化传承、保护进行的一种探索。

中国传统吉祥符号是传统文化的结晶,将其运用到平面广告设计中将会使得企业形象拥有更加深厚的文化底蕴。例如,中国联通的标志就是典型的中国传统吉祥符号,其是由一种回环贯通的中国传统吉祥图案中国结演变而来,寓意着源远流长、生生不息。将中国结的文化底蕴与现代通信企业的形象结合在一起,使得中国传统文化更加具有延续性,巧妙而恰当,使得现代商业行为少了一些市场气息,多了一些文化底蕴。中国传统绘画艺术也被普遍应用于平面广告设计中。中国传统绘画形式最为典型的的就是水墨画,水墨画以其独特的艺术语言被现代平面广告设计频繁运用。现代平面广告设计从中国水墨画中得到众多启发与借鉴,使得平面广告设计中不仅有传统的因素,同时也有强烈的现代设计感。中国水墨画主要是以线条与水墨为主,讲究的是神韵,力求做到神形兼备。例如,著名国内运动品牌李宁的运动鞋广告就运用了水墨画的元素。平面广告上是一名矫健的运动员在一片水墨荷塘上奔跑,脚步所落之处泛起点点涟漪,身后留下了片片荷叶和点点荷花的形状,形成了两排脚印,充分展现了李宁运动鞋轻盈的质感。李宁运动鞋运用水墨元素来进行平面广告设计是由于水墨可以渲染营造出或浓或淡、若隐若现的荷花,极富意境美感。水墨画中的荷花、荷叶宁静而优雅,与画面中正在奔跑的运动员相比极富对比性与张力,整体画面充满了生命的律动。传统的水墨画元素与现代运动感相融合具有强烈的视觉冲击感,却又和谐交融,展现出体育的历史传承与发展。汉字是中国传统文化的灵魂,也是中华民族几千年来智慧的结晶,其形态、神韵、意境所展现出来的特征早就有了汉字独有的空间美感。因此,在平面广告设计时运用汉字能够形成独一无二的空间美的动感。在平面广告设计时不仅要注重汉字的外形构造与内在含义,更要不断创新进取,发挥传统汉字的文化底蕴。例如,中国银行的标识就是汉字“中”的钱币造型,内部方孔汉字为“中”,该标识不仅充分展现了中国银行的价值与功能,更展现了中国传统与文化。

(兰钊:四川大学锦江学院讲师)