

# 《现代广告》（学术季刊） 格式规范

（2014年1月1日起施行）

《现代广告》（学术季刊）从2014年总第264期开始使用以下新版格式规范，请作者投稿时予以参照。在美国心理学会（APA）标准的基础上，本刊制定了关于正文、注释、引文和引用文献的格式规范；标题、摘要、中文文献要译为英文。本刊正文的基本格式如下，请作者参照。

**1 中文标题** 中文标题置于第一页的最上方。主标题采用黑体，居中，加粗，18磅。如有需要，可在主标题下方增加子标题，子标题采用黑体，居中，11磅，加粗，单倍行距。全文行距18磅。

**2 中文作者信息** 中文作者信息置于中文标题下方。姓名用仿宋体，居中，加粗，10磅。每个作者姓名右上角放上序号，下方在括号内放置作者的单位信息、所在城市和邮编，仿宋体，居中，加粗，8磅。在文章第一页的页脚放置文章的受资助信息等。

**3 中文摘要及关键词** 中文摘要置于中文作者单位信息、所在城市和邮编下方，限200字以内，内容应包括主要研究结果或观点，楷体，11磅，两端对齐。关键词置于中文摘要下方，3~5个，楷体，11磅。

**4 英文标题** 英文标题置于参考文献后。主标题采用 Times New Roman 字体，居中，加粗，18磅，单倍行距，如有需要，可在主标题下方增加子标题，子标题采用 Times New Roman 字体，居中，10磅。每个作者姓名右上角放上序号。

**5 英文作者信息** 英文作者信息置于英文标题下方。所有作者的姓名列于一行，用逗号隔开。姓名采用 Times New Roman 字体，居中，10磅。每个作者姓名右上角放上序号。下方在括号内放置作者的单位信息、所在城市和邮编，采用 Times New Roman 字体，居中，8磅。

**6 英文摘要及关键词** 英文摘要置于英文作者信息下方。摘要采用 Times New Roman 字体，10磅，两端对齐。

**7 正文标题** 文中须有小标题，标题字数限20字以内，黑体，加粗。标题序号按层次分别用：一级用“1”，二级用“1.1”，三级用“1.1.1”。一级标题12磅，二级标题11磅，三级标题10磅。

**8 正文** 正文分两栏，宋体，10磅，段落首行缩进2个字符，两端对齐。

**9 表格** 所有表格为三线表，居中。表格按在文中出现的先后顺序统一编号（例如表1、表2……）。表格标题置于表格上方，表格的上下方各空一行。

**10 插图和照片** 所有插图均为黑白图，居中。图片按在文中出现的先后顺序统一编号（例如图1、图2……），图片的标题放置于图片下方，图片的上下方各空一行。

**11 正文中的文献引用标志** 在著者-出版年制中，文献引用的标志就是“著者”和“出版年”，主要有两种形式，可以根据行文的需要灵活选用其中一种。

（1）正文中的文献引用标志可以作为句子的一个成分，如：Day（2008）系统检验了三种积极的企业广告……对于品牌广告和公益广告研究有 Golan 和 Banning（2008）……

（2）也可放在引用句尾的括号中，如：大部分研究集中于影视剧、农民工负面形象、网络恶搞等负面媒介信息……（例如禹卫华、张国良，2008）那些中性的广告却并非如此（Gunther & Thorson, 1992）。

## 12 参考文献详细要求

12.1 正文中引用的文献与文后的文献列表要完全一致；文中引用的文献可以在正文后的文献列表中找到；文献列表的文献必须在正文中引用。

12.2 文献列表中的文献著录必须准确和完备。

12.3 文后所附录参考文献，依照作者姓名的英文字母或拼音顺序排列，中英文混排。

12.4 本刊来稿即日起废止顺序编码制的参考文献录著格式，采用APA的著者-出版年制，8磅。

12.5 文献各组成部分

文献的组成部分有：著者，出版日期，文题或章节的题目，出版信息（刊名、卷号和页码，章节的页码范围和出版地），获取信息的日期和来源等。不同类型的文献有不同的要求。

(1) 排序 中文和外文文献并列时，中文先排。中文和外文文献作者均以姓氏拼音字母为序。同一作者的文献，按出版年代为序；若出自同一年代，在年代后加注a、b、c区分，如：李王张（2005a）。

(2) 标点符号 “：” 用于副题名、出版地。“；” 用于多位作者之间、期数、文集编著者之后，但是中文文献中，作者之间用“、”。“（）” 用于出版时间、期号、版本号、部分号、境外中文期刊出版地、补充说明。“[ ]” 用于中文文献。“.” 用于除上述各项外的项目分隔。

(3) 中文文献英译 中文引用文献须译为英文，外文文献使用原文字。中文文献的译文置于中文文献的上方，中文另起一行置于方括号内，中文文章名称不用书名号。无论英文文献还是中文文献，第二行起悬挂缩进2字符，如：

Zeng, X. Q., & Xiong, H. (2012). The Third-Person effect and adolescents in negative impacts of advertising. *Journal of International Communication*, 34(4), 14 - 19.

[曾秀芹、熊慧.(2012).青少年对广告负面影响的第三人效果研究. *国际新闻界*, 34(4), 14 - 19。]

(4) 英文（译）文献中，文章与著作名称的单词首字母大写，期刊、书名除介词之外每个单词首字母均须大写；期刊、书籍、论文集、学位论文用斜体；五位以内作者的编著中，姓名用逗号分隔（中文文献中，作者姓名用顿号分隔，不用“&”），最后一位作者姓名后用小括号标注“eds.”；单一作者标注“ed.”；超过五位可只标注第一作者，其姓名后小括号标注“et al.”（中文用“等”）。

(5) 著者姓需全拼，名只写首字母；姓氏后面有逗号，名的缩写字母后面有缩写点。姓前名后。如果是论文集的论文，论文集的编者姓前名后（只适用于英文书写的文献，中文书写的中文文献编者仍姓前名后）。著者之间都用逗号隔开。两个或两个以上著者之间只有最后两个著者之间用“&”。最后一位著者用点号结束。英文著者因为有缩写点，所以省略一个点号。团体著者的名称要全拼，不要简写。大的单位要在小的单位之前。如：Xiamen University, School of Journalism & Communication(2008). …… 如果是编的图书，著者姓名后要在括号内加Ed.或Eds., 中文加“编”。

(6) 文题或章节名称 文章标题和副标题的首字母需大写，其他为小写，特殊要求的单词除外。无须引号或书名号。

(7) 刊名和出版信息 刊名需给出全称，不要简写。实词的首字母大写，其他小写，特殊刊名除外。刊名与卷号的字体需用斜体（只适用于英文文献，中文文献中刊名加粗）。刊名、卷号和页码之间用逗号隔开。末尾用点号（中文文献用句号）。页码范围符号是“-”，不是“—”，注意两者的区别。最后一个著者与出版年前的左括号之间，要留一空格。

(8) 电子来源的获取信息需给出获取时间和获取来源。如果是从互联网上获取的信息，需给出获取日期和网址，如

…… July 3, 2013, Retrieved from <http://www.maad.com.cn/>

…… 2013-07-03, 取自 <http://www.maad.com.cn/>

如果是网址，末尾不要加句号。英文书写的文献获取日期为月日年，格式为“June 26, 2013”；中文书写的日期为年月日，格式为“2013-07-02”。英文写Retrieved from。中文写“取自”。