



在线办公系统

编辑办公系统

专家审稿系统

作者投稿系统



在线期刊

▶ 被引频次排行

▶ 摘要查看排行

▶ 本期目次

▶ 过刊浏览

▶ 全文下载排行



下载中心

▶ 投稿须知

▶ 论文模板

▶ 著作权转让声明



访问量统计

访问量: 220844

2018年04期目次

卷首语

新闻传播：现象、方式与坚守

〈正〉随着中国特色社会主义进入新时代,社会转型加速,改革进入深水区。与此同时,建立在互联网基础上的新媒体、人工智能、物联网等技术的革命性变化,则深刻影响政治、经济、文化、社会的方方面面。新闻传播学也随着生动丰富的社会现实而在新闻生产与消费、传播秩序、传播方式和传播效率等多方面发生巨变,呈现出复杂多元的表现形态。在前所未有的技术平台迷思及数字漩涡面前,新闻传播研究在新闻现象、

2018年04期 v. 71;No. 357 1页 [查看摘要][在线阅读][下载 25K]

[下载次数: 219] [网刊下载次数: 0] [引用频次: 0] [阅读次数: 0]

马克思主义新闻观

习近平国家品牌论述研究

舒咏平;祝晓彤;

“国家品牌”已成为契合信息社会语境、具有价值导向的国家形象符号。基于特色社会主义新时代节点,中国国家传播需要能展现中国特色、中国风格、中国气派,建构国内与国际社会认可与赞赏的国家主体信息符号——中国国家品牌。习近平作为国家领导人对于中国国家品牌的特性以及中国国家品牌的传播有着深刻的认识,并有诸多表述,形成了系统清晰的国家品牌。中国国家品牌的特性是内生于中国发展过程演化而来的。习近平在党的十九大上将中国发展过程精准概括为“站起来、富起来、强起来”三大阶段。习近平的国家品牌论述即中国站起来的国家品牌独立性、中国富起来的国家品牌高效性、中国强起来的国家品牌互惠性。

2018年04期 v. 71;No. 357 5-13页 [查看摘要][在线阅读][下载 155K]

[下载次数: 792] [网刊下载次数: 0] [引用频次: 7] [阅读次数: 0]

新闻传播中