

» **在线办公系统**[专家审稿系统](#)[编辑办公系统](#)[作者投稿系统](#)» **在线期刊**[» 摘要点击排行](#)[» 被引频次排行](#)[» 本期栏目](#)[» 过刊浏览](#)[» 高级检索](#)[» 全文下载排行](#)» **下载中心**[» 投稿须知](#)[» 论文模板](#)» **访问量统计**

访问量:20062

» **2019年09期目次**» **新中国成立70周年**» **文化自信是建设出版强国之“魂”**

贺耀敏:

文化自信是习近平新时代中国特色社会主义思想的重要组成部分和重大理论创新。中国出版正在从出版大国迈向出版强国,正在发生着从数量扩张型向质量效益型、从文化发展取向向文化自信取向两个深刻转变。文化自信事关建设出版强国的成败,是建设出版强国之“魂”。文化自信为建设出版强国提供了深厚基础,是当代中国理论创新、中国近现代文化发展和中国特色社会主义的必然结果。建设出版强国是坚定文化自信的重要保障,出版强国本身就是文化自信的充分体现,必将巩固文化自信物质基础,培育文化自信坚实群体,推动文化自信国际表达。

2019年09期 No.117 4-6页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 972K» **新中国70年编辑出版人才培养论**

张炯,吴平:

新中国70年的编辑出版人才培养大致可以分为五个阶段:萌芽阶段(1949—1978年)、恢复发展阶段(1978—1985年)、调整发展阶段(1985—1998年)、快速发展阶段(1998—2012年)和转型发展阶段(2012年至今)。现已形成了较为完整的人才培养体系和较为丰富的办学成果。在建设社会主义现代化强国的时代背景下,我国编辑出版人才培养要充分发挥专业优势,统筹兼顾高等教育要求和行业培训特点,全面协调传统出版与数字出版,通过人才培养理念的更新、培养目标的转变和培养模式的创新,加快推动我国从出版大国向出版强国迈进。

2019年09期 No.117 9-14页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 978K» **新中国70年出版业发展态势与运行逻辑**

王炎龙,李长鸿:

出版业的发展态势与运行逻辑同社会的变迁具有一致性。不同节点时期的政策,为文化产业和出版业指引了方向,同时出版业所呈现的矛盾困局和转型变量也与政策背后的社会现实有关。在体制转化和交融中,出版业形成了以国有出版业与民营出版业、传统与现代的双重进化态势和媒介融合、重组战略以及合作战略等多重竞合格局。在演进过程中,出版业也存在着以政策主导、市场主导、技术主导、意识形态主导的多维主导变革规律及以内容和消费为主的两大逻辑。

2019年09期 No.117 15-20页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 976K» **理论研究_新闻传播**» **县级融媒体建设的重点和发展路径**

徐敏宏,游鑫洋,郭婧王:

目前,我国县级融媒体的建设面临区域发展不平衡、传统媒体传播力减弱等困难,为推进媒介融合深入发展,打造具有传播力、引导力、影响力、公信力的新型主流媒体,本文将从县级融媒体建设的发展重点和未来发展路径的层面进行讨论,以求为县级融媒体的建设提供新思路。其中,发展重点包括改革媒介体制、精简业务、打造品牌价值、改善运营方式等;发展路径包括树立互联网思维、打造优质内容、引导群众和服务群众等。

2019年09期 No.117 21-26+32页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 980K» **中国新闻出版业对外传播力现状与提升路径**

陆高峰:

新闻出版业是做好对外传播工作的主力,从近些年新闻出版业的国际贸易情况来看,我国新闻出版业的国际传播力还有很大提升空间。提升对外传播力,需优化政策环境,进一步解放对外传播生产力;提高对外传播人才素质,激发对外传播创造力;拓宽对外传播渠道,充分发挥数字传播和民间传播活力;加强国外受众群体的分类研究,增强传播效果和认同度;注重创新创意,巧妙讲好中国故事;建立完善反馈评价机制,合理配置对外传播资源。

2019年09期 No.117 27-32页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 975K» **打造国家文化符号:文化自觉视域下中国传统文化IP的价值建构**

冯月季,李菁:

IP是当今中国文化创意领域备受瞩目的关键词,“传统文化+互联网”被认为是具有价值的IP创意模式。尤其是在文化强国的战略背景下,传统文化IP在提升国家文化软实力,打造国家文化符号,促进中华文化海外传播等方面发挥着举足轻重的作用。文章分析了中国传统文化IP开发及其“走出去”面临的困境,认为应在文化自觉视域下进行中国传统文化IP的价值建构,分别从文化记忆、文化认同、文化反思三个方面探讨中国传统文化IP的价值建构。

2019年09期 No.117 33-37页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 970K» **理论研究_编辑出版**» **我国出版企业知识付费内容开发的升级策略研究**

王鹏涛,白雪:

知识付费的概念兴起于2016年,我国出版企业先后涉足知识付费业务,但始终没有形成强势品牌,同时存在投入力度小、产品定位模糊、内容缺乏创新等问题。面对新一轮机遇,我国出版企业若欲在下半场竞争中抢夺先机,唯有加快内容建设升级。本文借鉴4I理论,从优化选题策划、提升内容品质、创新内容形式和强化内容服务四个维度出发,探讨新形势下出版企业如何寻求资源优势和知识付费发展的最佳契合点,以实现自身经营模式的全方位升级。

2019年09期 No.117 38-44页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 977K» **人才培养**» **智取未来:智媒时代新闻传媒人才的能力培养**

国秋华:

以大数据、云计算、VR/AR、算法推荐等为代表的新一代信息技术正逐渐运用于新闻生产与传播的各个环节,智能化推动传媒向智媒转型。智媒的竞争优势在于信息交互、平台共享、价值共创,因而迫切需要具备交互、共享、共创能力的新闻传媒人才。为此,媒体和高校应打破传统的人才培养思维和产学研的壁垒,引入互联网和平台思维,在技术赋能、跨界共享、内容生产和价值创造、能力系统建构等层面开拓智媒新闻传媒人才培养方式。

2019年09期 No.117 45-49页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 976K» **编辑实务_图书**» **教育出版智能化知识服务路径探索**

杨霁予,常利娜:

智能化为教育出版数字化的深入发展提供了新的可能。面对人工智能的发展,教育出版应顺应时代潮流,凸显知识服务功能,通过搭建智能平台、打造社区、精准用户画像、提供个性化定制服务等路径,布局教育出版智能化。同时在教育出版智能化中需警惕贪大求全、同质化、智能化迷信等问题,坚持以人为本、可持续发展的知识服务路径。

2019年09期 No.117 50-53+65页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 968K» **传统纸质教材面临的瓶颈与突破**

王强:

教材在高校教学中发挥着不可替代的作用,但其发展会受到市场、环境的制约及政策、技术等客观因素的制约。本文总结了传统纸质教材的编写模式及特点,分析了传统纸质教材目前面临的瓶颈及产生此种现象的原因,最后指出由于国家的重视和社会的发展,传统纸质教材再次迎来了重大的发展机遇,并给出了突破现有瓶颈、获得发展的想法和建议。

2019年09期 No.117 54-57页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 965K» **编辑实务_报刊**» **试议政治类社科期刊在知识付费浪潮中的转型升级**

朱江楠:

随着智能终端和大众消费的普及,人们逐渐意识到,知识付费是更符合“互联网+”时代特质的商业出版模式。政治类社科期刊拥有丰富的版权资源、具有创新能力的作者资源和优秀的编辑队伍,具备提供优质知识产品和知识服务的基础。然而,要在知识付费浪潮中进一步转型升级,政治类社科期刊还需要注重专业深度发展、注重知识产品服务、注重政治科学文化传播功能,实现与读者的有效交流。

2019年09期 No.117 58-61页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 966K» **技术发展环境下学术刊物的选题策划、组稿和内容分发实践**

王海蓉:

随着技术的不断发展,学术期刊的选题策划、组稿和内容分发面临一系列新的问题:一是传播过程的分散、无序和碎片化,二是知识信息的巨量化,三是知识传播的及时性要求更高。将互联网和人工智能技术运用于期刊运营中,通过更加富有创意和人性化的方法,尽量贴近受众需求,是提高期刊选题策划、组稿和内容分发效率和质量的有效方法。

2019年09期 No.117 62-65页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 965K» **编辑实务_新媒体**» **新媒体平台环境下财经内容生产的方式与特征**

胡永,任玲:

当前,UGC平台日渐成为传播中的枢纽,激发用户的自发参与、互动与创造。这类平台肩负重大责任,既要借鉴传统PGC的优势,还需弥补自身的不足。本文结合我国的新媒体平台环境,探析不同年龄、不同城镇层级用户的媒介使用现状,集中论述财经内容生产方式与特征的变化,指出新应用出现、用户下沉、垂直媒体的兴起和内容付费的尝试,构成当前财经媒介发展的四种重要趋势。

2019年09期 No.117 66-72页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 979K» **新闻聚合APP伦理问题探究——基于应用伦理学**

殷航:

新闻聚合APP是近年来随着移动互联网技术的发展而产生的新型新闻资讯服务类应用。本文通过对新闻聚合APP诞生以来所发生的伦理问题进行详细梳理,将应用伦理学的理论应用其中,对其伦理隐忧作出现实探讨。新闻聚合APP自诞生以来伦理问题层出不穷,因此笔者从技术伦理、商业伦理、法律伦理等规范的伦理框架出发,对其发展提出建议。本文的研究目的并非要限制新闻聚合APP的创新,而是希望通过规范的伦理标准,引导新闻聚合APP的科学发展。

2019年09期 No.117 73-77页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 970K» **编辑实务_广播电视**» **音乐竞赛类节目的互动传播研究**

范明献:

本文聚焦音乐竞赛类节目中的互动传播现象,分析互动传播场景形态对娱乐性文本的建构作用。竞赛活动的内容本体和真人秀的节目形态是互动传播构成的内在逻辑,技术应用为其提供互动传播的条件,建构起视觉冲击力的互动场景转换仪式。音乐竞赛类节目通过增加新颖的互动环节,增强了娱乐文本的互动性、戏剧冲突性,并赋予了节目时尚审美元素。

2019年09期 No.117 78-82页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 968K» **编辑史话**» **《良友》画报的办刊实践与编辑理念**

吴伟:

《良友》画报是我国近现代报刊史上第一本大型综合性画报,由伍联德在上海创办,行销海内外,并获得“良友遍天下”的美誉。本文通过对《良友》画报的编辑出版过程等相关资料的梳理,对《良友》画报编辑理念的形成、发展及内涵进行阐述,希望对当下读图时代的编辑出版工作有所启迪。

2019年09期 No.117 83-87页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1032K» **《醒俗画报》启蒙民众的图像尝试**

王海,柴旦:

启蒙报刊在戊戌变法失败后崛起,以图像形式为主的画报受到不识字的底层民众的欢迎。作为晚清图像画报的典型,《醒俗画报》的办刊实践将启蒙民众的理念通过图像表现出来,利用人物画像、科学知识、讽刺、小说和新闻画等帮助人们了解世界形势,革除陋习,提倡新风尚,以达到“醒俗”的宗旨。研究《醒俗画报》及其图像启蒙民众的报刊活动,可以从中管窥早期中国报业的特点并对启蒙运动进行批判性反思。

2019年09期 No.117 88-92页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 996K» **编辑书话**» **商务印书馆地理学译著出版的系统学术考察——评《翻译出版与学术传播:商务印书馆地理学译著出版史》**

张月萍:

《翻译出版与学术传播:商务印书馆地理学译著出版史》运用文献学、计量学等方法,融合出版史、翻译史、地理学学科史等多学科的专业知识和理论资源,汇集推出《商务印书馆地理学译著统计表》,系统梳理商务印书馆地理学译著出版的流变轨迹,分析探讨地理学翻译出版与学术传播的互动关系,归纳商务印书馆对地理学的学术贡献和文化影响,为“商务学”开辟了新的研究视域,为后继研究搭建了比较厚实的学术平台。

2019年09期 No.117 93-96页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 967K» **职业院校传承中华优秀传统文化示范教材**

<正>书名:中华优秀传统文化主编:王霁副主编:史晓鹤孙科炎ISBN:978-7-04-048641-7定价:39.00元书名:中华文明礼仪主编:陈济副主编:彭程蔡少惠ISBN:978-7-04-047932-4定价:39.00元书名:中华经典诵读主编:郑晓哲副主编:张春利孙科炎ISBN:978-7-04-048031-3定价:39.00元书名:中华传统技艺主编:孙科炎副主编:王季利焦燕红ISBN:978-7-04-047931-7定价:55.00元

2019年09期 No.117 2页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 5495K» **视光医生门诊笔记(第2辑)**

梅颖,唐志萍:

<正>ISBN:978-7-117-28663-5定价:139.00元人大社址:北京市朝阳区潘家园南里19号人大大厦(100021)人大官网:www.pmph.com人大智网:www.ipmph.com购书电话:010-59787584/59787592天猫人民卫生出版社旗舰店http://rnmw.tmall.com

2019年09期 No.117 97页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 322K» **商务印书馆**

<正>教育部语言文字信息管理司组编ISBN:978-7-100-12169-9定价:118.00元出版日期:2017年4月中央宣传部出版产品质量监督检测中心组编ISBN:978-7-100-16243-2定价:35.00元出版日期:2019年1月地址:北京市东城区王府井大街36号业务电话:010-65253913旗舰店(含邮购):010-65219014天猫旗舰店:http://swysg.tmall.com/当当旗舰店:http://shop.dangdang.com/21456

2019年09期 No.117 98页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 21792K» **下载本期数据**