

» 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: 20052

» 2021年07期目次

« 书映百年风华 魂铸党史伟业

👂 中国共产党人《共产党宣言》百年阅读史考察

于安龙、徐晨雨

中国共产党的百年历史,是一部不断阅读《共产党宣言》并持续从中汲取智慧和力量的百年历史,也是一部不断把《共产党宣言》中的基本思想、基本理论运用于指导中国实践并取得显著成就的百年历史。中国共产党人对《共产党宣言》的阅读动力,来自于解决中国问题的现实需要、感悟真理力量的内在驱动和破解思想困惑的精神需求等。百年来,中国共产党人把对《共产党宣言》的持续性与创造性阐发结合起来,坚持在精学细研中把握思想精华,在面向实践中推动理论发展,在整体性阅读中不断与时俱进。中国共产党人的《共产党宣言》百年阅读史,无论是从理论层面还是实践层面、个体层面还是整体层面,都产生了深刻的影响,也为当代共产党人加强学习、坚定信仰提供了宝贵的经验与启迪。

2021年07期 No. 139 4-10页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1113K

👂 李达与人民出版社

蒋茂凝、侯俊智

李达是中国共产党创始人之一,亦是党的早期宣传工作卓越领导人,组织创建了党中央直属的第一家出版机构——人民出版社。20世纪50年代,作为中国共产党创建的亲历者和参与者,李达多次回忆人民出版社的创办过程,为中国共产党早期出版史留下了十分珍贵的史料。文章对这些史料进行了梳理和分析,展现了李达作为马克思主义宣传家、教育家、理论家、著作家,将党的出版机构作为宣传工作的重要阵地,为我国传播马克思主义和马克思主义中国化、时代化、大众化作出的杰出贡献。

2021年07期 No. 139 11-16页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1110K

👂 新民主主义革命时期中国共产党的出版成就与贡献

高杨文

新民主主义革命时期,中国共产党领导的出版事业,无论是在自身建设还是在领导中国革命发展中均发挥了重要作用。本文通过梳理新民主主义革命时期中国共产党在不同历史阶段的主要出版成就,将中国共产党出版的历史贡献概括为:建党的“中心”、党建的“工具”、革命的“灯塔”、斗争的“武器”、文化的“高地”。

2021年07期 No. 139 17-21页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1107K

« 再研编辑主体 助力媒介融合

👂 多元变革语境下的编辑主体观——从“为人作嫁”谈起

周国青、胡戈特

“为人作嫁”隐喻并逐步构建一种传统意义上的编辑价值取向,面向社会的服务意识,隐匿创造的智慧输出,贴心实意的情感忠诚,甘为人梯的职业取向,精益求精的工匠精神,不计名利的无我奉献。而随着编辑环境急剧变化,编辑手段现代化挑战编辑主体的价值追求,出版产业化考量编辑主体的“为他”意识,载体形式多样化呼唤编辑主体新的职业素养,编辑职业大众化冲击主体角色认同,受众需求多元化检验编辑主体自我适应性。在此多元变革语境下,编辑主体必须把握变与不变的辩证规律,深入认识“为人作嫁”的现代价值,不断提升自我能力,持续彰显职业精神,用心拓展作为领域,广泛挖掘创意空间,在现实编辑活动中激活新效能,实现新超越。

2021年07期 No. 139 22-28页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1054K

👂 精神交往论对融媒时代的启示——以编辑的主体意识和价值特征为考察对象

王守兵

新技术驱动融媒体发展,使人与人的交往呈现更高层次的全息化趋势。本文将马克思主义传播观置于媒体融合发展进程中,基于人的本质属性,考察作为内容生产主要参与主体的编辑的地位和作用,结合当前时代背景下的现实条件与社会需要,分析编辑主体意识构成要素、编辑价值创造在精神交往层面所呈现的意义,探求编辑思想的属性、事业发展的动因、精神力量的来源,以及编辑价值创新的方向、过程和目标特点。

2021年07期 No. 139 29-33页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1046K

👂 认知与生成:学术期刊编辑主体意识的双重审视

郭红明、肖琪

编辑主体意识贯穿于学术期刊编辑出版的各个环节,是学术内容生产和传播过程中的重要因素,因此,有必要从时代场域、期刊发展、个人成长三个向度对编辑主体意识进行深度认知。文章围绕职业价值的考量、学术创新的促进、角色责任的履行和期刊使命的达成等多重理论基底,立足思想层面的内生驱动和业务视域的外在协同对学术期刊编辑主体意识进行实践延展,以助推学术期刊高质量发展。

2021年07期 No. 139 34-38页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1046K

👂 碎片化传播背景下学术期刊编辑的主体性功能拓展探析

张筱园

学术期刊编辑的主体性功能是在编辑出版活动中作用和价值的体现。学界对学术期刊编辑主体性功能问题已有较多论述,但主要集中在审稿校等传统领域。在当前碎片化传播背景下,学术期刊编辑主体性功能范围应在强化主体意识、加强内容整合与有序化、注重整体策划、驾驭数据管理等方面拓展,丰富其内涵,以夯实自己在编辑出版活动中的主导地位。

2021年07期 No. 139 39-44页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1049K

« 理论视野

👂 策划与组织传播:建设性新闻的核心业务

蔡雯

中国和西方建设性新闻实践中,编辑的选题决策以及对新闻报道与相关活动的设计和组,都体现了报道者的主观意愿和动机,策划与组织传播是共通的核心业务。但中国新闻的“建设性”并非是对西方建设性新闻的模仿和追随,通过分析改革开放以来以来的新闻案例,发现介入与引导是中国新闻发挥“建设性”的一贯传统。在新媒体时代,新闻媒体直接参与政务,在国家治理体系中发挥更大作用,成为建设性新闻所彰显的中国特色。

2021年07期 No. 139 45-48页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1047K

👂 媒介内容生产与传播困局及其应对策略——基于公信力维系的视角

李明德、寇杰

构建和维系媒介公信力,关乎媒介及其内容的传播力、引导力、影响力,关乎网络舆论基本走向,关乎媒介服务效能和自身生存发展机遇,关乎信息社会整体生态格局。但是,当前媒介内容生产与传播面临几大困局:议程设置权的两极分化导致主流媒介权威逐渐弱化,数据殖民与“流量崇拜”心理使谄媚式生产传播手段盛行,越界的泛娱乐化传播消解了媒介应有的严谨和严肃属性,表面融合使媒介内容产出、评估和风险应对工作尚存短板。这些问题加速了媒介公信力的异化和流失,为此,有必要重塑权力关系,巩固主流媒介权威,强化事实核查,端正媒介心态以防止虚假内容泛化,建构媒介理性,确保制度约束和伦理观照“齐头并进”,推动多主体协同,建立媒介内容风险控制与预警指标体系。

2021年07期 No. 139 49-53页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1036K

👂 5G时代传播媒介形态演进的双重动力:技术变革与社会需求

张才刚

媒介形态的演进是在技术与社会的交互作用中进行的,技术变革为媒介形态的更新创造可能性,社会需求的出现则促使人们将这种可能性变为现实。5G技术将“物”纳入传播系统,改变了人们对媒介形态的基本认知,为“新媒介”的出现与“旧媒介”的转型创造了机遇,也为媒介深度融合提供了广阔空间。与此同时,5G技术还将一种“新的尺度”引入传播活动之中,为媒介创新实践、价值判断以及思维模式设立了基本规则,使媒介形态发展有了相对明确的方向与目标。随着5G商业化进程的开启,与5G技术应用相关的社会需求正在陆续出现,媒介形态的新一轮演进由此加速。

2021年07期 No. 139 54-58页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1036K

👂 基于社会化阅读视域下阅读共同体的构建

唐钰龙、杨鹏岳

随着阅读媒介的不断变化与发展,人们的阅读方式发生了转变,社会化阅读成为一种新的潮流。社会化阅读视域下阅读主体和阅读媒介两方面的变化,为阅读共同体的形成提供了土壤。本文运用互动仪式链理论,以具有代表性的社会化阅读平台微信读书为研究对象,探究阅读共同体的互动实践及其可能产生的影响,并尝试从群体身份、实践过程、最终效果三个维度总结其特征。基于社会化阅读视域下阅读共同体的构建,不仅体现了阅读在受到技术冲击和修正纠偏过程中的自然进化,还能够促进阅读朝着更加多元、开放、互动的方向发展。

2021年07期 No. 139 59-63页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1034K

« 业界观察

👂 生态位理论视角下平台型媒体价值链生成逻辑

陶喜红、周也馨

平台型媒体通过产业生态位的调整,实现价值的延伸、传递、协同及增值,生成环环相扣的价值链。在资源聚合的过程中,平台型媒体以庞大的受众群体积累注意力资源,以“内容+平台”的深度融合提高传媒权威性,以巨大的市场着力吸引资金投入,实现价值延伸;通过媒介功能、用户资源、传播渠道及媒介人才生态位的整合,实现价值传递。在生态位细分的前提下,新媒体、新技术带来新的运行机制,产生新的品牌优势,实现新的价值协同;通过营销渠道的开拓、虚拟价值链与现实价值链共同作用,以及产业边界再生等方式进行生态位创造,最终实现价值增值。

2021年07期 No. 139 64-68+73页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1037K

👂 讲好中国故事:童媒IP跨文化传播的文化逻辑与商业逻辑

王壮、王天娇、刘晓群

新时代中国传媒产业担负着讲好中国故事、传播好中国声音的重要使命,童媒在跨文化传播中具有独特优势,超级童媒IP具有巨大的国际文化品牌影响力,在跨文化传播中能够产生现象级传播效果。因此,文章以具有代表性的中外超级童媒IP为研究对象,发掘其所蕴含的文化和商业双重逻辑,并在此基础上从主旨引领、理论构建、实践突破三个维度提出童媒讲好中国故事,强化理论和应用研究的建议。

2021年07期 No. 139 69-73页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1034K

« 编辑实务

👂 社科类图书产品线运营的实践与思考——以广东人民出版社“万有引力”书系为例

施勇

面对快速崛起的新媒体以及碎片化的互联网环境,社科类图书受到前所未有的冲击和影响,如何实现社科类图书产品线在互联网环境下的有效运营,是当下社科类图书编辑需要深入思考的问题。本文以广东人民出版社“万有引力”书系为例,通过分析其在打造社科类图书出版方面的经验得失,从学术性与通俗性兼顾以及基于价值认同的品牌传播等视角,对社科类图书产品线的运营从学理上作出阐释。

2021年07期 No. 139 74-76+85页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1043K

👂 中小学教材品牌建设的思考——以北师大版中小学教材为例

王建波

党的十八大以来,党和国家高度重视教材建设工作,教材建设进入新时代。新时代对教材建设提出更高要求,出版社更加关注教材的品牌建设。文章以北师大版中小学教材的实践为例,提出了教材品牌建设的几点思考:重视研究是教材品牌建设的基础,质量提升是教材品牌建设的关键,出版服务是教材品牌建设的保障。

2021年07期 No. 139 77-80页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1021K

« 媒介全景

👂 融合、打破、再造——文化类节目的创新模式探析

罗焱焱

文化类节目的持续热播成为中国原创节目模式创新探索的代表。2021年一股新的文化类节目热潮再度被点燃,呈现模式创新路径与新的面向:通过多元拆解与融合建构,达到叙事模式的创新与再造;以具有现实性和当代性的观照视角、情感共振及年轻化与时尚化的表达方式,确立价值取向;让精英视角重回视听文本的大众化传播,在高雅与质朴的审美特质平衡中完成视听新文化的塑造。

2021年07期 No. 139 81-85页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1064K

« 人才培养

👂 融媒体环境下出版人才培养工作的不足与变革

徐志武、田蔚琪

当前,以移动互联网为代表的新技术正在以前所未有之势颠覆传统媒体产业,重塑包括出版产业在内的媒体发展格局。高等院校培养真正懂技术、能创新的高质量出版专业人才已成趋势。文章通过质性资料分析与深度访谈相结合的方法,研究融媒体环境下出版学界在培养高质量出版人才工作中的突出不足之处,包括人才技术类知识与市场需求之间存在隔阂,不充分的实践经历削弱学生在求职过程中的自信水平,模糊的专业定位限制出版人才培养工作转型;对出版的狭义理解限制出版人才的就业面向等。在分析成因基础上,提出有针对性的对策建议。

2021年07期 No. 139 86-90+96页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1034K

👂 “四全媒体”背景下网络新闻编辑核心竞争力构建

和曼、焦飞燕

全媒体时代背景下,信息社会网络技术高速发展,网络新闻编辑的地位和作用日益凸显。精通网络媒体新技术、了解网络传播环境特点、具备新闻高度敏感性、能够最大限度优化组合新闻信息,成为网络新闻编辑必备的竞争力要素。网络新闻编辑应充分认识到构建核心竞争力的必要性与紧迫性,准确把握“四全媒体”的传播规律,提高网络风险防范与网络舆论引导能力,提升聚合新闻与场景应用能力,加强跨界联动与网络议程设置能力,强化信息运营与效果评估能力,充分满足用户的个性化需求,打造更多网络新闻精品。

2021年07期 No. 139 91-96页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 1034K

[下载本期数据](#)