

» 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

▪ 2022年04期目次

◀ 彰显编辑把关意义 提升公共文化服务水平

📖 强化编辑把关 改善公共信息传播效果

严三九·邹阳阳：

媒介化社会的信息爆炸引发人们的公共信息认知焦虑，不利于以公共信息为载体的新型社会治理关系整合机制的构建，亟须主流媒体以权威性与公信力进行引导规正。在此背景下，本文探讨了公共信息传播中主流媒体编辑把关的维度拓展及实践面向，提出全媒体环境下编辑多重“引导型把关”的必要性，并从传播效果提升和过程思维营造两个层面总结了编辑把关的有效措施和实现路径。

2022年04期 No. 148 4-6页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 907K\]](#)

📖 日常生活媒介化与公共信息服务文化治理——基于编辑把关的视角

王炎龙·王子木：

伴随媒介的渗透和下沉，公共信息服务的发展逐渐出现泛在化和日常化倾向，公共信息供给极大丰富，公共信息服务得以深度融入日常生活。但在公共信息服务平台进行媒介化改造的过程中，由于专业性编辑缺位和价值性把关缺失，产生了公共信息服务失效和失序的问题。本文从编辑把关的视角出发，对媒介与公共信息服务的作用机理进行深度剖析，对媒介化社会中公共信息服务的潜在隐忧进行了全方位梳理，并在文化治理范式下提出了针对性应对策略，以期为公共信息服务高质量发展提供启发和借鉴。

2022年04期 No. 148 9-13页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 906K\]](#)

📖 论公共空间标识的传播乱象与编辑把关

陈世华：

公共空间标识是公众获取公共信息的重要途径，并附有审美价值和人文价值，更是构建城市形象与凸显文化创新的人文景观。公共空间标识的设计只有准确地契合公共空间属性，才能使其成为富有社会价值的文化产品，更好地服务于公众生活。当下公共空间标识缺乏严格把关，重标识设计、轻匹配运用，无法准确地传达有效信息，容易误导公众行为，降低传播效率，浪费公共资源，甚至污染语言文字环境，阻碍文化创新，进而引发公众对政府社会治理能力的质疑，不断消解城市魅力。公共空间标识的把关和合理发布，应该整体规划、做好系统设计，以传递真实准确信息为核心，兼顾传承延续认知惯性与融合创新时代理念，推进公共空间标识的规范化生产和传播，塑造“以人为本”的文明城市形象。

2022年04期 No. 148 14-16页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 904K\]](#)

📖 公共文化服务数字平台建设的编辑把关——以“云端社区”为例

王志刚·全飞·吴盼：

编辑作为建构人类精神文明大厦的重要主体，在公共文化服务数字化建设过程中不可或缺。目前公共文化服务数字平台编辑缺位导致资源信息推广不足和用户体验差等问题，无法实现公众的“仪式化”参与。而理想的公共文化数字化服务，不应仅仅停留在建设“云端文化资源库”层面，更应在空间信息传递、空间服务主体和空间建设属性等方面寻求参与式共建。其构建路径在于发挥编辑主动性，精心策划公共主题活动以强化公众连接，主动把握公众个体的主动性以提升用户参与度，从而构建共同想象的云端社区家园。

2022年04期 No. 148 19-23页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 905K\]](#)

◀ 理论视野

📖 双向融合：互联网环境下平台媒体与传统媒体的关系建构

王斌·张雪：

平台媒体与传统媒体的关系日益复杂。平台媒体与传统媒体在媒介形态、内容价值判断、社会功能方面形成双向融合的特征，但在逻辑却是双方的博弈互动，其中既存在传统媒体对于平台媒体的约束限制，又存在平台媒体对于传统媒体的柔性反抗。双向融合具有不对等性，政府发挥了其间协调作用。

2022年04期 No. 148 24-28+36页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 868K\]](#)

📖 物质·情感·网络：数字新闻业的流程再造

常江·何仁亿：

本文深入探讨了驱动数字新闻业流程再造的动力体系，将这一体系区分为物质力、情感力和网络力三个维度。在新闻业流程再造过程中，数字媒体平台的基础设施化创造了基本条件、限定了基本规则，情感成为决定新闻行动者行为的支配性逻辑，而网络力则在具体的实践与观念层面为新业态赋予了稳定的结构。上述动力体系推动了新闻学理论重建关于新闻实践的阐释框架，这一框架立足于对构成新闻生态的三种基本关系的阐释：物质基础设施与总体性实践模式的关系，情感化经验与具体新闻行动之间的关系，以及新闻网络中人及其他非人类行动者之间的关系。

2022年04期 No. 148 29-35页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 883K\]](#)

📖 新时代主题出版在国家治理体系现代化中的实践意义及传播价值

赵春光·龙耘：

在国家现代治理的诸多面向和整体架构之中，文化治理起着统领和锚定的作用。新时代主题出版作为重要的制度资源，不仅在思想、理念、认知等方面为国家治理体系的构建奠定了文化综合的基础，同时也为参与治理的多元社会主体注入强大的行动凝聚力，有效地提升了国家治理的效能。新时代主题出版是内嵌于国家治理体系中的重要制度资源，其在国家治理体系现代化进程中具有重要的实践意义和传播价值。

2022年04期 No. 148 36-40页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 863K\]](#)

📖 网络内容生态的治理源起、逻辑与路径选择

罗珊珊·许嘉馨：

网络内容生态领域的主要组成可以概括为国家层面、数字平台层面、公众层面三方行为体。技术赋权下，数字平台层面及公众层面行为体的力量逐步壮大，国家层面行为体需增强自身对内容领域的控制力。从宏观视角审视，网络内容生态的治理逻辑需要遵循以协同治理为具体模式的横向多主体逻辑和以网络社群治理为核心的纵向层级逻辑。从微观视角体察，则可以构建制度、技术、话语三大“稳定器”，以实现网络内容生态的健康发展。

2022年04期 No. 148 41-45页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 865K\]](#)

📖 嵌入式认同：智媒时代主流价值传播的新机制与未来展望

王润·南子健：

智媒时代如何有效发挥智能媒体优势助力传播公共化，推动主流价值传播和社会认同提升是值得关注的重大议题。本文考察智能媒体技术嵌入日常生活的方式，分析智媒技术、用户与主流价值传播的连接点，探究智媒时代多元主体参与的社会协作生产方式，以及智能算法和智媒手机凭借技术优势与主流议题融合呈现的“嵌入式认同”特征，形成媒介政策、纪念仪式和融入日常的主流价值传播新机制，进而促使主流意识和社会认同感的提升。最后，对未来智能媒体深入推进智能转向、聚焦智能协作生产和重塑公共生活的趋势进行展望。

2022年04期 No. 148 46-50+56页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 870K\]](#)

📖 情感与规制：社交媒体虚假信息的传播动因和治理路径

马玉宁：

社交媒体时代，凭借强大的数字技术和网络技术手段，海量信息存储于各类传播平台上，超文本与超链接使得网民便捷地接近网络信息成为可能。虚拟化的信息传播环境下，媒介用户构成了虚拟的社群，在情感动力驱动之下，原本静态的信息具有了流动性、交互性、共享性。然而把关人在传播活动中的缺位，质量参差不齐的传播内容，夹杂普通用户情绪化的话语表达，也对受众的信息选择能力提出了更高要求。如何兼顾社交媒体场域中的集体公共利益和个人价值认同，平衡不同社会群体之间的利益诉求，弥合公众意见隔阂和社会情绪对立，有效纠正信息传播中的偏差，是网络社会治理亟须解决的重要问题。

2022年04期 No. 148 51-56页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 870K\]](#)

◀ 业界观察

📖 教育出版数字化转型升级路径探究

张泽：

随着数字化技术的发展和媒体融合的深度推进，传统出版业也亟待转型升级。文章分析了传统出版数字化转型升级面临的诸多困境，既有认识上的，也存在内容创作、平台技术、体制机制等方面；指出教育出版通过技术赋能产品创新、内容生产、企业管理，通过技术促进产业链的延伸，实现数字化转型升级。在转型路径中，教育出版应加强核心能力建设，着力提升数字化教学资源研发能力、安全可控的技术支撑能力以及互联网运营服务能力，这也是出版业未来生存和发展的基础。

2022年04期 No. 148 57-61页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 861K\]](#)

📖 数字时代的新闻传播法研究新趋势

李为民·王颖：

数字信息时代，隐私保护、个人信息权益、著作权纠纷、新闻诽谤诉讼、网络信息治理等成为新闻传播法研究的重点内容。总体来看，当前的新闻传播法研究密切关注重大现实问题，深入研究理论和实务中的热点难点问题，显示出几个新特点：一是新闻传播法学研究跨学科、多领域并进的态势明显；二是信息技术发展下学科发展变化值得关注；三是《民法典》在人格权编中开创了保护民事主体人格权益的新阶段。

2022年04期 No. 148 62-66+71页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 865K\]](#)

📖 媒介融合视域下出版产业链的转型升级

张立园：

面对多种新兴媒介的兴起，以及平台商、技术商等竞争对手的不断入局，出版企业应厚植内容优势，借力媒介融合，引领产业链的多维度、多层次转型升级，并积极向智能全媒体出版发力：在出版产业链上游，掌握核心资源与技术，形成高筑竞争优势；在出版产业链中游，提升品牌与服务的附加值，扩大行业影响力；在出版产业链下游，协同渠道创新，多元孵化，形成差异化发展优势。

2022年04期 No. 148 67-71页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 859K\]](#)

◀ 人才培养

📖 对新时代骨干编辑人才培养的认识与思考

张立科：

编辑工作是出版工作的中心环节，本文从分析新时代骨干编辑人才培养的要求入手，对全面加强新时代骨干编辑人才对出版工作的认知、全面培养新时代骨干编辑人才的能力、全面提升新时代骨干编辑人才的素养等方面进行了阐述，以期对我国出版行业骨干编辑人才培养提供一些思路和参考。

2022年04期 No. 148 72-76页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 857K\]](#)

◀ 编辑实务

📖 浅谈5G时代传统图书营销渠道的拓展

刘向东：

以5G为支点的技术赋能与传播环境正在改变传统图书出版的营销生态，为图书营销渠道的运作带来新的思维方式。本文通过梳理当前图书营销业态面临的风险与挑战，分析在5G时代的市场风口下，场景营销、短视频营销、VR技术在线上线下以及渠道融合中的实践思路，对未来5G智能与出版业的融合发展进行展望。

2022年04期 No. 148 77-81页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 858K\]](#)

📖 基于在线教育平台的数字资源审核策略——以高等教育出版社“智慧职教”平台为例

郑郑希·曹洁：

伴随教育信息化2.0时代的开启和数字化技术的蓬勃发展，如何基于在线教育平台对海量的数字资源进行审核，成为教育出版单位推进融合转型升级向纵深发展的一大挑战。面对挑战，教育出版单位需要创新思维，从数字资源审核的制度建设、流程规范和转变审核模式等方面发力，探索一套符合数字化教育服务新业态要求的实施方案。据此，提出优化数字资源审核的发展举措，有助于教育出版单位数字化教育服务高质量、智能化发展。

2022年04期 No. 148 82-86页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 893K\]](#)

◀ 传媒教育

📖 从教化启蒙到受众同参：融媒体时代媒介教育的新转向

袁丰雪·周海宁：

不同的媒介时代，媒介教育的主要功能不同。传统大众传媒时代媒介教育的主要功能在于启迪民智，以达到“以文化人”的教化启蒙目的；融媒体时代，以互联网媒介为中心的媒介使用者不再局限于大众传媒时代受众线性的、单方向的信息接收方式，而是可以通过双向的、自下而上的受众同参模式参与信息产销的全过程，凸显其主体性，从而推动媒介教育的新转向。认知并理解融媒体时代基于媒介文化嬗变所引发的媒介教育新转向，需要从媒介本体、媒介文化的主轴新闻传播以及媒介使用者关系的变化角度去探讨。

2022年04期 No. 148 87-90页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 881K\]](#)

◀ 媒介全景

📖 图书短视频知识传播：特征、范式与策略

张美娟·徐晓娟·吾木提·沙玛勒：

近年来图书短视频的知识传播实践与文化推广受到越来越多的关注。本文在归纳图书短视频知识传播主要特征的基础上，运用拉斯韦尔的“5W”传播理论，从传播主体、传播内容、传播渠道、传播对象及传播效果五个维度解析图书短视频知识传播的范式。针对当前图书短视频知识传播存在的不足，本文提出传播主体应纠正自身认知偏差，把握好话语权；丰富传播内容主题，优化叙事逻辑；引导传播对象树立正确学习观念，帮助更新个人知识结构等增强图书短视频知识传播有效性的相关策略。

2022年04期 No. 148 91-96页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 872K\]](#)

下载本期数据