

» **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05期目次**◀ **规制·协同·聚力：网络内容治理新图景**📖 **互联网平台社会语境下网络内容治理机制研究**

张志安·慕鑫：

互联网平台已成为网络内容生产和分发的核心枢纽，在这一语境下的网络内容治理机制研究需遵循平台逻辑。文章以内容生产的专业性和多样性两个维度为坐标，对以互联网平台为枢纽的网络内容传播行动者总体格局进行勾勒，区分和比较了专业媒体、机构媒体、公众三类主体内容生产的特征和传播模式，并在此基础上分析“算法+人工”治理、法律治理和平台规制、账号治理三类治理措施及存在的问题，进而提出建立泛内容监管体系、细化内容管理制度、整顿平台账号、注重“激励”机制等网络内容治理路径。

2022年05期 No. 149 4-10页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 981K📖 **智能时代网络内容生态治理与编辑的职业使命**

夏德元·刘博：

智能媒体的发展与普及形成了全新的媒介生态，激发了网民内容消费和生产的积极性，但全民参与的内容生产，也不可避免地带来意见市场的失序和网络内容生态的混乱状态，使网络空间治理面临多重挑战。传统上依靠政府主体进行网络规制的单向治理模式应逐渐向平台、生产者与使用者多元协同共治的模式转变，在这一背景下，网络编辑的角色也有待重建。理解编辑在网络内容生态治理中治理者与被治理者的双重身份，探索智能时代网络治理的新路径，呼唤编辑作为内容把关人、文化中间人、文明传承人的职业使命变得迫在眉睫。

2022年05期 No. 149 11-16页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 976K📖 **智能内容的国际治理实践及启示**

黄河·邵逸超：

智能内容的出现冲击了原有的网络内容生态，针对网络内容生产、分发和消费出现的多重治理挑战，国内外已展开相应的治理探索。文章考察了美欧国家智能内容治理体系中政府、网络平台和社会组织三大主体的前沿实践，总结出“硬监管”与“软规范”合力压实平台责任、“自律”与“创新”叠加提高管理水平、“监督”与“支持”并行维护传播秩序三条路径，继而将国际经验与我国实践相结合，提出完善我国智能内容治理体系的四个着力点，即细化算法透明标准、具化分级分类管理、强化社会组织参与、激发技术创新活力。

2022年05期 No. 149 17-22页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 978K📖 **智媒体时代网络内容生态治理——用户算法素养的视角**

许加彪·付可欣：

随着人工智能技术嵌入社会传播网络，平台通过大数据算法对用户进行画像，从而精准推荐满足用户个性需求的信息内容。但由于算法机制的先赋缺陷，网络内容生态恶化的乱象频出，如平台推送无原则迎合用户口味、谣言在热搜榜单中病毒式传播、明星负面新闻屡屡成为舆情热点、大数据下隐私泄露泛滥成灾等。网络内容生态治理是一个系统工程，用户算法素养的提高成为关键环节，应该遵循用户价值导向的实践性、多维性、崇高性、人文性等维度，大力提升用户在增强偏好标签的洞察力、增强信息环境的批判力、增强低俗信息的脱敏力、增强个人隐私的保护力等方面的算法素养，避免用户沦为技术的客体和附庸。只有社会各方力量对网络内容进行协同治理，才能营造清朗、健康、绿色的网络内容生态。

2022年05期 No. 149 23-27页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 972K◀ **理论视野**📖 **另一道风景：新闻媒体创意产品的学术考察**

杨保军·樊攀：

新闻媒体创意产品是指在新兴媒介环境中，由新闻机构主导并主要运用数字技术生产制作的新闻属性较弱而舆论引导属性较强的、优先适宜于社交媒体传播的内容。在媒体融合的进程中，经过多年发展，创意产品形成了自身独特的生产机制，在内容生产方式及舆论引导方式创新方面进行了新的探索，逐步成为新闻媒体内容生产中的另一道风景。但创意产品在生产制作与传播过程中也出现了诸多问题，对新闻媒体的职能观念、新闻自主性等带来了一定的影响，这些问题背后反映出当前我国媒体融合进程中依然存在一些结构性困境。因此，从重新创意生产与创意产品观念出发，探索创意生产的规律，并注重创意产品的新闻属性，延展创意产品的独特性，成为未来新闻媒体创意生产的可能方向。

2022年05期 No. 149 28-34页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 936K📖 **“去蔽”的警示：算法推荐时代的媒介偏向与信息素养**

陈昌凤·吕娜：

随着算法技术的广泛应用，信息的智能分发给用户的信息素养带来了新的挑战。本文从媒介偏向论出发，在揭开算法推荐机制中的传播偏向问题的基础上，对算法推荐时代用户的信息素养作出警示。算法推荐机制在空间偏向、感官偏向、意识形态偏向、场景偏向等方面都表现出可能导致伦理风险、有碍信息安全的特殊偏向性。算法推荐时代应正确认识并警惕算法推荐中的隐蔽性偏向，通过人与技术和算法理性的互动，促进媒介偏向的平衡，并提升用户的新型信息素养。

2022年05期 No. 149 35-39页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 927K📖 **数字生态下新型主流媒体的平台生产与价值增效**

蒋晓丽·王博：

新型主流媒体的平台生产映射出互联网时代时空分离、技术主导、媒介轻量、主体多元的数字化特征。平台生产实践以基础设施升级掌握数字主动权，以组织优势与组织力量的结合激发平台新动能，以对分享、连接、行动等规则的检视匹配数字社会的特征，从而实现新型主流媒体在主流价值引领、优化信息服务、嵌入社会治理上的价值拓展。

2022年05期 No. 149 40-45页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 935K📖 **良性互动与价值同构：网络舆论情感表达与主流媒体内容生产**

王仕勇·陈超：

情感表达已成为网络舆论的显著表征，但当前我国学界对网络舆论情感表达多持批判立场，将其负面意涵简单归因于情感的滥觞。本文从情感表达的价值面向切入，系统梳理了情感表达的正向意涵，即认知性与指向性、道德性与社会性、共情性与凝聚力，并将情感表达视作舆论引导的契机，探讨主流媒体的内容生产如何与日益情感化的网络舆论更好地互动是本文的落脚点。

2022年05期 No. 149 46-50+56页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 932K📖 **全媒体背景下的网络视频内容评估：现实基础与体系建构**

周灵·卢桂：

全媒体背景下的网络视频内容市场不断发展，存在着内容生产的无限化和用户需求的个性化等显著特点，网络视频平台需要对海量网络视频内容进行评估与价值衡量，而现有网络视频内容评估体系的缺失是数据指标、用户体验与商业价值匹配之间无法实现最优解的主要原因。文章从市场层面和技术层面分析了全媒体背景下网络视频内容评估的现实基础，并在此基础上建构了基于用户视角的网络视频内容评估体系，确立了权威性、完整性、时效性、有效性和新颖性五个方面的网络视频内容价值评估指标，以及涵盖内容生产流程评估模块、定量数据评估模块及定性经验评估模块在内的综合评估方法，以期与网络视频内容产业发展相匹配，并为网络视频内容行业的良性发展提供参考。

2022年05期 No. 149 51-56页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 926K◀ **业界观察**📖 **著作权集体管理制度的反思与回应——信托视角下**

张惠彬·王怀宾：

从法律行为属性来看，我国著作权集体管理行为的性质应为信托。当前，我国著作权集体管理运行不畅的根源在于制度设计与信托属性相背离。在此前提下，我国著作权集体管理的重塑可参照信托制度进行三个方面的尝试：放宽集体管理组织准入门槛，实行“宽进严出”的许可制度；允许集体管理组织同著作权人约定收取一定比例报酬，并接受行政机关监督约束；规定集体管理组织“忠实义务”“注意义务”等信托义务。同时，积极采用数字时代的新技术与创新治理方式，结合反垄断与反不正当竞争规制，以防止集体管理效益流失和实现利益平衡。

2022年05期 No. 149 56-61页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 928K📖 **知识服务背景下对教育类出版社开展教学拓展服务的思考**

姬琳·田梦·郭金录：

随着各种知识付费产品及平台的兴起，出版社也积极投身业态转型浪潮。其中，教育类出版社因其特有的教育类知识型产品属性，不仅要面对TO C市场，也须兼顾TO B需求，因而在业态转型中表现出向教学拓展服务方向发展的鲜明特点。本文以高等教育出版社相关教学拓展服务探索为例，尝试对教育类出版社从事教学拓展服务的可行方向加以梳理，并通过聚焦转型过程中的痛点与难点，为教育类出版社的业态升级提供参考。

2022年05期 No. 149 62-65+70页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 925K◀ **人才培养**📖 **学术期刊编辑身份定位困境及其解决路径**

孟令梅：

学术期刊编辑的身份定位问题的实质，从期刊内部来看是如何正确处理科研与编辑的关系以确定工作重心的问题，从外部因素来看是如何正确处理编辑与学者的关系以获得学术共同体认同的问题。学术期刊编辑“学术人”和“出版人”的双重身份定位与编辑结合的工作模式是统一的，关键是编辑自身对于职业特点要有正确的认知，并在学术界和出版界恰当地进行身份切换。此外，从长远来看，学术期刊管理体制和经营体制的变革是解决学术期刊编辑身份定位问题必不可少的外部条件。

2022年05期 No. 149 66-70页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 921K◀ **编辑实务**📖 **大型地方文化丛书出版质量管理与提升路径——以《荆楚文库》为例**

胡新·朱金波：

近年来，一些省市先后启动了大规模地方文献整理出版工程，以期能全面反映地方历史文化内涵和价值，其成败之关键在于能否保障出版质量。本文以《荆楚文库》为例，分别从总体规划制定、体制机制保障、具体措施等方面，论述了大型地方文化丛书出版的质量管理与提升路径。

2022年05期 No. 149 71-75页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 919K📖 **数字出版背景下电子书平台运营模式及发展趋势探究**

张昭：

伴随数字技术的发展，我国数字出版产业进入蓬勃发展阶段，数字出版代表的新文化业态发展持续向好。在数字出版环境下，电子书阅读市场发展迅猛，读者对于电子书阅读习惯不断巩固、市场需求不断增加。本文通过对国内主流的电子书平台运营模式进行分析，提出电子书发展过程中存在的问题和优化策略，对电子书的未来发展趋势作出展望。

2022年05期 No. 149 76-80页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 915K◀ **融媒致远**📖 **科技期刊产业链的数字化融合发展：目标与路径**

许洁·田继宇：

科技期刊是传播科技信息和学术研究成果的重要载体，承担着知识传播和科学教育的重要功能，是衡量一个国家综合国力和科技创新能力的重要标志之一。本文通过分析当前我国科技期刊产业融合发展取得的成效和存在的问题，在探讨科技期刊产业链数字化融合必要性的基础上，提出融合发展的目标在于构筑科技期刊大型统一平台，并从学(协)会、科技期刊出版集团、数据库平台商三类主体出发，探讨科技期刊产业链数字化融合发展的三种不同路径和具体举措，以期为科技期刊产业的融合发展提供可行性参考。

2022年05期 No. 149 81-85页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 945K◀ **媒介全景**📖 **2021年国内原创文化类节目发展回顾及趋势分析**

范明献·邱雅诗·谭慧娟：

聚焦人文题材、挖掘文化资源的原创文化类节目，是国内电视媒体与网络视频平台的重要节目类型。2021年国内原创文化类节目守正创新，契合时代主题，挖掘红色文化资源，进行“经典化”内容策划，采用多元综艺形式与流行视听元素创新节目形态，将先进和精良的制作理念和制作手段融入文化类节目的策划制作中。综艺与文化连接，技术与表达相融，“小屏”与“大屏”联动，通过文艺赋能和技术赋能，形塑文化节目的品质底色与创制风向，建构中国荧屏的高品质文化景观，提升中华文化的传播力与影响力。

2022年05期 No. 149 86-90+96页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 931K📖 **新闻短视频著作权权益合理抑制探讨**

周诗婕·陈堂发：

移动5G时代，新闻短视频逐渐成为新闻报道的主要形式。新闻短视频兼具新闻性和互联网传播环境支持的分享性两重属性，为了实现著作人利益与公共利益平衡，应当设立更低的传播门槛抑制作品权益。从立法层面，适度扩张新闻短视频著作权的法定免责情形，将单纯事实消息、创作性程度等作为其法定抑制的考量要素，界定不同新闻短视频类型的可版权性层级，同时对新闻短视频尤其是时事性短视频的合理使用情形给予适度扩张解释；从版权流通层面，适度降低新闻短视频的版权许可门槛，引入更高效的版权许可模式；从维权层面，尽量保护新闻短视频的物质权，适度限制其专有传播权，通过资源互换、一揽子协议等形式促进信息传播。

2022年05期 No. 149 91-96页 [\[查看摘要\]](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载\]](#) 939K[下载本期数据](#)