

|                 |
|-----------------|
| <b>» 在线办公系统</b> |
| 专家审稿系统          |
| 编辑办公系统          |
| 作者投稿系统          |
| <b>» 在线期刊</b>   |
| » 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        |
| <b>» 下载中心</b>   |
| » 投稿须知          |
| » 论文模板          |
| <b>» 访问量统计</b>  |
| 访问量 :20052      |

## » 2022年11期目次

### « 学习贯彻党的二十大精神 铸就社会主义文化新辉煌

#### 🔊 以党的二十大精神统领编辑出版事业大繁荣

李红岩：

在全面建设社会主义现代化国家的新征程中，促进编辑出版事业大发展大繁荣，助力文化强国建设，是编辑出版人的时代使命。必须坚持不懈用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。中国式现代化是当代中国的时代主题、实践主题，编辑出版界应从编辑出版业的特质出发，在中国式现代化的大潮中积极进取、奋发作为。践行党的二十大精神，要自觉坚持中国特色社会主义文化发展道路，推进文化自信自强，围绕举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象建设社会主义文化强国。

2022年11期 No. 155 4-6页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 914K\]](#)

#### 🔊 锻造高素质编辑队伍的思考

乔迁田、杨建华：

文章旨在深入学习领会党的二十大精神提出的新观点、新论断、新思想，全面阐述在新时代新征程中如何锻造高素质编辑队伍的理论思考和实践路径。在“推进文化自信自强，铸就社会主义文化新辉煌”的总体部署下，编辑应明确新时代所赋予的使命，必须情系编辑出版事业，必须强化政治把关意识，必须提升学术文化素养，必须开拓增强创新能力，必须增强“四力”综合实力。党的二十大精神擘画了新时代中国特色的宏伟蓝图，新时代的编辑一定要牢记使命，为铸就社会主义文化新辉煌作出新贡献。

2022年11期 No. 155 9-15页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 924K\]](#)

#### 🔊 构建网络内容建设的新形态、新样态、新生态

林如鹏、罗坤瑾：

党的二十大精神提出以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴。网络空间是亿万民众共同的精神家园，网络内容建设是中国式现代化的重要领域。网络内容建设应坚守人民价值、社会价值、时代价值，以法治保障和德治引领实现制度样态创新，在内容生产层、触达层、解码层加速创新突破，实现生态革新，呼应时代要求，踔厉奋发、勇毅前行，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴展现更为主动的精神力量。

2022年11期 No. 155 16-21+27页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 932K\]](#)

#### 🔊 奋进新时代 推进新闻舆论工作开新局

周勇、吴晓虹：

党的二十大精神为中国式现代化背景下推进新闻舆论工作新局面指明了方向，形成了新闻舆论工作参与中国式现代化的基本架构；以推进媒体融合向纵深发展壮大主流舆论引导能力，通过全媒体传播体系的构建形成健康有序的舆论生态，达成对内（国家治理）、对外（国际话语权）两大任务。中国式现代化为新闻舆论实践提供了无尽的想象空间和叙事动能，也创造了历史性机遇。

2022年11期 No. 155 22-27页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 929K\]](#)

#### 🔊 基于中国式现代化实践建构新闻传播学自主知识体系

涂爱波：

实践是知识创新的源泉，中国独特的新闻传播实践是中国式现代化进程的一部分，为建构新闻传播学自主知识体系提供了基本参照。建构新闻传播学自主知识体系，应以中国化时代化的马克思主义为指引，阐释并推动中国式现代化的实践进程，凸显文化自觉，推进文化自信自强，在中华优秀传统文化的创造性转化与创新性发展中发掘知识资源。在知识体系建构的基本姿态上，以党的二十大精神为基本遵循，应把握好自主性、原创性、系统性、融通性，实现历史逻辑、理论逻辑和实践逻辑的统一。

2022年11期 No. 155 28-32+37页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 943K\]](#)

### « 理论视野

#### 🔊 动之以“情”：国家形象传播的情感回归

张昆、张晶晶：

随着媒介技术深度嵌入社会互动，人类的情感感知与体验比以往更加强烈而丰富，情感效应在媒介化社会中愈加放大。社会互动中情感传播主体趋向多元，风险社会下国际公众的情感感知强化，媒介环境为国家间情感互动赋能，情感对国家形象塑造的效能凸显。由此，国家形象传播的情感回归成为可能。实现国家形象的情感传播，需要立足情感认同，以“同伴”立场突破“自说自话”；升级情感资源，以需求定位开展内容供给侧改革；强化情感联结，以国民叙事促进民心相通；统合情感旨归，以人类共同理念实现情感共振。

2022年11期 No. 155 33-37页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 884K\]](#)

#### 🔊 中国出版国际传播能力建设研究——基于人才、品牌、渠道维度的思考

戚德祥、孙虹：

文章从人才、品牌、渠道三个维度，探讨中国出版国际传播能力建设问题。文章提出，出版国际传播人才队伍建设应创新培养机制、使用机制、合作机制、管理机制、持续优化机制，构建新发展格局下的出版国际传播人才培养体系；出版国际传播品牌建设应适应新媒体时代内容表现形式与传播方式的多元化，创新品牌生产与传播的模式、机制，通过塑造新品牌、加强精准传播，创造和提升出版品牌价值；出版国际传播渠道建设应优化全球战略布局，构建全球化的国际出版市场生态，拓展多维立体的国际传播渠道，形成覆盖广、效率高、多元化的国际渠道网络。

2022年11期 No. 155 38-44页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 890K\]](#)

#### 🔊 学术表达推动下中华文化国际传播的创新发展

孙玮：

以学术表达推动中华文化传播能力建设，是出版“走出去”的重要功能，也是提升国际传播话语权的内在要求。中华文化研究类学术成果可以打破海外汉学家评价中华文化的单一视角，以国际通用的科研方法和话语表达客观展现中华文明的思想智慧，与世界分享中华优秀传统文化的现代意义和价值。学术表达推动下中华文化的国际传播具有传播周期久、传播效果强和传播效率高等特点，是中国出版界推动中华文化传播的重要发展途径。

2022年11期 No. 155 45-49页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 882K\]](#)

#### 🔊 公共传播视域下新闻核查的缺位风险与实践逻辑

李弘强、穆沁阳：

在公共传播领域，新闻核查意识普遍薄弱，因缺少核查环节而导致的公共信息中的认知偏差、社交圈层中的信息污染、流量狂欢中的真相缺失、群体极化中的偏见聚合等问题，严重影响公共传播质量。新闻核查需通过建立多元协作体系、拓展客观事实层次、提升公共服务能力、突破技术依赖局限等探索，实现理论创新和实践创新。

2022年11期 No. 155 50-54+67页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 901K\]](#)

### « 业界观察

#### 🔊 立法规制新书打折的途径探析

庞沁文：

文章综述了支持与反对立法规制新书打折的正反两方面的代表性意见，梳理了以往书价立法的理论与实践探索，提出了通过修订《出版管理条例》使规制新书打折合法化的设想。

2022年11期 No. 155 55-60页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 887K\]](#)

#### 🔊 中国互联网生态治理的演进脉络、内在逻辑及基本经验

王江蓬：

中国互联网生态治理经历了治理互联网基础设施、治理作为新媒体的互联网、治理网民及其集体行动、治理网络社会及治理互联网平台与技术运用的演进路径，以此构筑了中国互联网生态治理模式和体系。在此过程中，政府管理与媒体赋权博弈的权力逻辑、法律规范与政策规约协同的规制逻辑、内容生产与价值引领平衡的社会逻辑，成为中国互联网生态治理发展演进及其调整变革的必然遵循。中国互联网治理主体在互联网生态治理实践过程中，始终坚持党的领导、倡导多主体协同参与及科学认识互联网发展规律，成为中国互联网生态治理得以持续探索和变革创新的力量源泉。

2022年11期 No. 155 61-67页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 888K\]](#)

#### 🔊 技术赋能：数字教育出版新路径探索

郑志高、连叶媛：

新技术赋能下，出版过程、出版资源等出版要素得到内部重构，搭建了数字出版的基础框架和内容。数字教育出版亟需开展相关研究，探索“十四五”时期数字教育出版在内容建设、业态创新、人才培养等方面的新路径，以高质量出版助推高质量教育发展，加快构建全民终身学习体系，助力教育强国、文化强国建设。

2022年11期 No. 155 68-71+85页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 916K\]](#)

### « 编辑实务

#### 🔊 传统品牌期刊出版融合发展的三重维度——以《青年文摘》现代纸书项目为例

袁蕾：

传统媒体与新兴媒体深度融合发展，是“十四五”时期品牌期刊高质量发展的基本方向。以“青年文摘·好课”现代纸书项目为代表的期刊融合出版实践，以优质内容生产为核心，技术平台赋能为纽带，开创了传统期刊全新的内容生产方式和运营模式。产品融合上，线上线下渐为一体；身份融合上，进一步打破读者、作者和编辑的边界；最终通过渠道融合带动传统品牌期刊商业模式从“出版”向“出品”全面转型，为传统期刊出版的深度融合发展提供了典型案例。

2022年11期 No. 155 72-76+91页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 901K\]](#)

#### 🔊 科技创新视域下出版企业科普工作机制探析

李国昌、周豪：

当前，科普创作的生态环境日益改善，科普出版已初具规模且贡献日益突出，但有效供给明显不足。我国出版企业亟待进行科普工作的有组织、有规模、有差异、本土化的顶层设计，建立健全科普出版的管理机制、育才机制和激励机制，实现科普出版从被动到主动、从无序到有序、从个人到团队、从引创并举到以创为主、从纸质出版到融合出版的转型发展。同时，出版企业科普工作机制建设应把握系统性、渐进性、特色性三个原则。

2022年11期 No. 155 77-80页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 869K\]](#)

### « 融媒致远

#### 🔊 VR/AR童书出版的内容价值维度与实践

万新娜：

VR/AR技术场景化特征与童书价值需求的高契合度使VR/AR童书具有广阔市场前景，成为出版业数字化探索的先行者。全新媒介生态下内容的内涵与外延已有巨大拓展，内容的场景价值、关系价值与情感价值将成为VR/AR儿童出版物内容价值的重要维度。未来VR/AR童书的内容价值实践，要遵循媒介新生态下的内容生产逻辑，在场景价值实践方面，形成以儿童为中心的场景区生产、链接与推送机制，盘活、融通各类场景资源；在关系价值实践方面，通过植入多元互动场景与培育主题社区，实现亲子关系与同伴关系在虚拟与现实场景交融中的互构与互动；在情感价值方面，借助社交媒体强关系资源让渡、强化知识服务和打造儿童主题IP，完成用户情感资源与价值的迁移、维系与拓展。

2022年11期 No. 155 81-85页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 904K\]](#)

### « 媒介全景

#### 🔊 智慧时代有声出版的作用机理及优化路径

沈悦、金圣勃：

声音承载着信息传递、人际沟通、知识传播、文化传承等多种功能。以声音为载体的有声出版已从过去纸质书籍的外围副产品，转变为基于人工智能和沉浸式技术的出版新形式。有声内容生产的多样性、传播的全域性以及内容接受的场景性，形塑了智慧时代有声出版的作用机理。同时，质量管理和营销难题、新技术运用缺陷难以粘连用户、出版渠道局限性尚存、版权体系薄弱是有声出版所面临的困境。提升出版场景的智能适配、完善有声内容的功能延伸、打造私域流量营销链、加强有声出版业与区块链的动态衔接，是未来有声出版实现良性发展的路径。

2022年11期 No. 155 86-91页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 894K\]](#)

### « 编辑史话

#### 🔊 “学和受教育”：现代出版的时代启示——兼论夏巧尊与开明书店高质量发展

庄艺真：

夏巧尊等开明人突出出版的育人功能，秉持为读者的“学和受教育”服务的出版理念，为读者出版了众多高质量书刊，使开明书店在赢得口碑的同时也赢得了市场，获得了高质量发展，在我国现代出版业发展史上享有盛誉。其成功的出版人实践证明，出版可以为读者的“学和受教育”提供更多的条件。新时代出版人要从国家社会文化发展的高度，通过高质量书刊出版自觉向社会提供“引人向上的精神食粮”，真正让读者“开卷有益”，在一切为了读者的“学和受教育”的优质书刊出版实践中，培育堪当民族复兴重任的时代新人，为文化强国建设贡献力量。

2022年11期 No. 155 92-96页 [【查看摘要】](#)[\[在线阅读\]](#)[\[下载 903K\]](#)

[下载本期数据](#)