

» **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12期目次**◀ **理论视野**👂 **新媒体时代拟态环境建构的变化及其影响**

彭兰：

新媒体时代拟态环境可以分为个体性、群体性和公共性三个层面，其建构力量与机制出现了一些重要变化。社交媒体带来了全民参与的拟态环境建构，算法也在拟态环境建构各环节发挥作用，各类平台则通过掌控渠道、调控流量等方式影响着拟态环境的形成，而传统媒体的作用却受到一定削弱。新媒体时代的拟态环境呈现进一步窄化的趋向，人们在拟态环境中感知的时空也是对现实时空的分离与重组，而拟态环境也在越来越多地成为真实环境的一部分。

2022年12期 No. 156 4-9页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1041K\]](#)👂 **从数据主权到数据确权：数字时代传媒发展的创新路径**

杭敏；张亦晨：

数据作为基础生产要素之一，明晰其权利归属已成为构建全球数字治理体系、推动数据要素市场健康发展的重要前提。数据主权聚焦国家层面的数据权属，数据确权则在更广泛的层面上关注数据权利问题。从数据主权到数据确权，是数据治理在权属方面更为基础、更为系统的探讨。在数字时代，传媒发展在国家数据主权、企业商业利益和个人隐私保护等方面均面临确权困境。为此，本文通过梳理数据权属在宏观、中观和微观层面的具体表现来讨论数据确权问题，同时，基于非同质化代币（NFT）等技术逻辑，探索数据确权推动传媒发展的创新路径。

2022年12期 No. 156 10-14页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1035K\]](#)👂 **可供性视角下我国数字文化出海路径之新可能**

周翔；洪星月：

本文基于生态性的可供性视角探讨我国数字文化出海的创新路径，从场景可供性、感知可供性、认知可供性和社交可供性四个维度审视技术在数字文化传播中的生态性角色，并思考如何构建我国数字文化对外传播生态。场景可供性层面，布局数字传播体系，融入当地生活场景和文化生态；感知可供性层面，优化传播过程中的身体接触和感官体验，延展文化感知维度；认知可供性层面，通过AI形象、社交机器人等与用户建立连接，通过亲密关系的建立去深化认知，打造共通的文化意义空间；社交可供性层面，通过打通多级社交链实现文化的社会化和本土化，从而完成文化传播的“闭环”。

2022年12期 No. 156 15-20页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1042K\]](#)👂 **智能传播时代网络舆论生态变化及其治理**

苏宏元；王月琳：

5G与人工智能等技术的广泛应用引领智能传播时代到来，催生了新型的信息传播模式，促使舆论生态发生深刻改变，同时带来了治理的风险和挑战。舆论主体的界限被消解，构成更为多元复杂；舆论本体的碎片化、情绪化趋向加剧，内容愈发真假难辨。舆论传播过程的复杂性及多重偏差加剧舆论极化，增加了舆论共识形成的难度。由此，应构建新型“道德算法”，加强舆论的有效监管，推进舆论动态化引导，不断提升公众智能媒介素养，实现舆论共识的理性回归和重构。

2022年12期 No. 156 21-25+31页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1042K\]](#)👂 **中国故事出版传播的结构叙事、话语实践与路径创新**

李华君；王沛佳：

伴随全球文化交往日益密切，中国故事出版传播成为提升我国国际传播效能的重要途径。新的时代背景下，中国故事出版传播的话语表现可以归纳为文化景观叙事、蒙太奇组合、话语转译三个维度。但中国故事出版传播现有的文化话语体系并非可以完全应对当下错综复杂的国际交往语境，它所面临的传播困境是文化隔阂、历史偏见与贸易交往体系共同作用的结果。因此，中国故事出版传播的话语实践应在保持文化话语的交往优势基础上，扩充文化符号语料库生产、加强情感话语输出、营造文化自传播生态，拓展中国故事出版传播的话语空间，实现中国话语的时空延伸。

2022年12期 No. 156 26-31页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1040K\]](#)◀ **业界观察**👂 **分级阅读视角下构建少儿读物出版的本土模式**

常昕；翁梓王：

本文分析分级阅读与少儿出版之间的互动关系，提出分级阅读为少儿出版提供创新动力，而少儿出版为分级阅读提供支撑平台。童书出版社是分级阅读推广的重要参与者，在自主制定分级标准、出版内容建设、分级读物发行、推进科学阅读等方面积极作为，但同时也存在诸多实际问题。本文提出，中国本土语境下分级读物出版应以书香家庭建设为价值旨归，在增强文化自信的动力下进行内容创新，同时应促使多元主体协同参与，推进分级标准应用，建立资源共享机制，培育分级阅读读坛人。

2022年12期 No. 156 32-36页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1033K\]](#)👂 **融媒体出版下读者价值的创新**

黄倩：

传统媒体与新兴媒体的融合发展，为传统出版企业带来了机遇与挑战。出版企业只有深刻认识融媒体出版的趋势与特征，准确把握融媒体出版运营的底层逻辑，不断探索读者价值的创新，持续提升企业核心竞争力，才能在融媒体时代焕发新的活力，获得新的竞争优势，实现持续创新发展。

2022年12期 No. 156 37-40+44页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1035K\]](#)👂 **编辑出版创新之内容、形式及路径**

张金柱：

每一本图书的冷热兴衰均源于编辑出版创新的竞争。编辑出版创新分为编辑内容创新与出版形式创新两个场域，包含不同的层次与要求。编辑内容创新包括内容选择创新、文体模式创新、表达方式创新，出版形式创新包括介质符号创新、媒体形式创新、跨界融合创新和受众对象创新。文章提出内容创新占据出版创新的首位，进而对出版创新的实现路径作出分析。

2022年12期 No. 156 41-44页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1030K\]](#)◀ **人才培养**👂 **认知与赋能：图书编辑主体意识形态建设**

王守兵：

本文以编辑主体为考察对象，从编辑环节有关问题展开意识形态建设的探讨，找出编辑环节有关矛盾及其利益和认知根源，溯源马克思主义并明确意识形态的本质特征，以本源探求坚定政治信仰；明确解决问题的切入点和着力点，用政治信仰赋能编辑权力，探讨编辑主体意识形态建设的责任使命。

2022年12期 No. 156 45-49页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1034K\]](#)◀ **编辑实务**👂 **故事与话语：少儿绘本叙事的基本范式**

周子渊：

故事与话语是少儿绘本叙事研究的基本范式。少儿绘本通过故事叙事，不仅架起了少儿认知和把握世界的桥梁，而且在游戏本性、种族记忆和文化展演等方面使故事达到传承流转的目的；通过话语表达，利用图像、文字、声音以及由此三者共同形成的场域向孩子讲述绘本故事，使故事在时间与空间的交织中达到言、象、意的统一。

2022年12期 No. 156 50-54页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1026K\]](#)👂 **中小学特色教材融合出版的模式、策略和路径**

汪琳；徐丽芳：

中小学特色教材出版是地方教育出版社的主要业务。中小学特色教材融合出版提升课程服务能力的模式主要有两种：围绕纸质出版，进行资源深度开发和应用；围绕课程实施，提供全流程服务。通过参与标准制定、搭建共享平台、重视课程评价等方式为学校、区域提供课程实施的整体解决方案，是解决地方课程和校本课程实施质量不高、课时不够、师资不足等问题的有效策略。基于定制服务的精品内容开发、基于线上线下相融合的出版形式、基于区域统筹的出版管理、基于创新链理念的资源整合，则是打造高质量“开放的课程资源”、推动纸质出版向课程服务转型的创新路径。

2022年12期 No. 156 55-58+76页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1049K\]](#)👂 **推进项目组模式改革创新 优化融合出版一体化流程——以人民卫生出版社医学教育纸数融合项目组为例**

郭洁：

随着新媒体技术应用的不断深化，融合出版的发展创新为出版转型升级和高质量发展注入了新的动力。融合出版是一项系统工程，涵盖内容的数字化、生产模式和运作流程的数字化、传播载体的数字化以及学习形态和阅读消费的数字化，涉及产业链全流程的一系列变化。人民卫生出版社通过成立医学教育纸数融合项目组，积极探索融合出版流程优化，聚焦提升数字教学内容质量、拓展数字出版产业链、打通全媒体教学资源各个环节，践行全流程融合出版一体化理念，服务高等医学教育教学改革需求。

2022年12期 No. 156 59-63页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1025K\]](#)👂 **融媒体背景下学术期刊跨平台传播：态势、问题与进路**

禹卫华；黄阳坤：

在融媒体发展背景下，我国学术期刊跨平台传播呈现四位一体、三类方式以及效果联动的基本特征。本文主要探讨融媒体技术对学术期刊跨平台传播的影响，并从基本形态、传播特点以及影响力评估等方面分析学术期刊跨平台传播的基本态势，结合当前主要问题从定位布局、内容供给、社群运维、人才培养、影响力评估、经营策略等方面提出发展进路。

2022年12期 No. 156 64-70页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1033K\]](#)◀ **传媒教育**👂 **出版强国战略背景下中国特色出版学科共建**

黄先蓉；李若男：

“文化强国”与“出版强国”是我国现阶段重要的发展战略。文章从“出版强国”战略提出的时代背景和战略意义入手，对中国特色出版学科所应承担的历史使命和现实差距进行了分析，并从加强对中国特色出版学科共建的顶层设计、落实“政产学研”协同共建、推动中外场域协同共建、促进学术集群协同共建等方面提出了具体建议，以期推进中国特色出版学科发展，并服务于出版强国建设。

2022年12期 No. 156 71-76页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1073K\]](#)◀ **融媒致远**👂 **听觉复兴：从“媒介四定律”看中文播客的解构与重构**

李雪娟；胡咏：

本文以麦克卢汉提出的“媒介四定律”为理论基础，按照媒介发展所遵循的提升、淘汰、恢复、逆转的规律，分析中文播客的功能、意义、价值和媒介角色。中文播客通过用户生成内容模式提升大众话语权，以个性化、互动性的媒介特点解构传统广播线性单向的传播模式，使其成为新的流量入口，不断吸引用户和资本的注意力。中文播客继承了广播所具有的伴随式特点和作为社会情感纽带的功能，通过基于认同的圈层传播搭建起理性对话、深度交流的数字化公共空间，为形成文化共同体和公共领域提供可能。未来，中文播客或许可以在智能化传播和“耳朵经济”中找到现实出路，从而完成新媒介的逆转过程，引发更强烈的媒介技术变革。

2022年12期 No. 156 77-81+91页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1096K\]](#)👂 **游戏化传播对区域形象的建构研究**

秦静；薛孟杰；邓元兵：

游戏化传播引发传播理念的变革，建构着当代的传播景观。本文分析了游戏化传播建构区域形象的实践特点。研究发现具有沉浸性和互动性的游戏化传播通过游戏场景、游戏机制、游戏角色等传达丰富的区域信息，建构区域景观，凸显区域特色，强化用户对区域的情感依恋，促进用户对区域的访问。基于此，提出通过游戏化传播建构区域形象时要重视区域元素在游戏开发中的运用，深化游戏IP与区域文旅的合作，倡导多元媒介联动等策略。

2022年12期 No. 156 82-86页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1057K\]](#)◀ **编辑史话**👂 **近代通俗报刊的编辑风格与传播策略**

马春霞；卢会影：

清末以降，在中西文化交汇、社会革故鼎新的转型背景下，知识精英纷纷通过创办报刊的方式开启民智、化民成俗。当主流综合性报刊逐渐成为士绅阶层和知识分子的日常读物时，大量针对普通民众的通俗报刊也应运而生。为更加有效地实现大众传播，这些通俗报刊秉持浅近易懂、贴近日常的编辑风格，实行经济简约、切合大众的传播策略，颇受底层民众的欢迎。通俗报刊的广泛流通，开辟了一条宽广的传播路线，极大地促进了大众的启蒙开智与社会的文明开化。

2022年12期 No. 156 87-91页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 1057K\]](#)👂 **《中国编辑》2022年总目录**

〈上〉

2022年12期 No. 156 92-96页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 950K\]](#)[下载本期数据](#)