

## » 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

## » 2024年02期目录

## » 深入学习贯彻习近平文化思想

## » 人类文明新形态视域下的出版现代化进路：主流化、数字化与国际化

张涛甫：翁之颢：

中国式现代化是中国共产党领导的社会主义现代化，是中华文明的现代形态，创造了人类文明的新形态。出版活动与人类文明关系密切，作为文明的根基与载体，出版业在全面推进中国式现代化、创造人类文明新形态进程中，承担着对内引领主流意识形态、对外壮大中国话语的重要使命。建构新时代的出版现代化理论，需要重新审视出版业与文明的相互关系，强化出版业在促进文明交流互鉴与文明多样性发展中的主体性地位，以主流化、数字化与国际化作为内部驱动出版业变革的动力，分别在语境、技艺和观念三个层面推动人类文明新形态的阐释、建构与传播。

2024年02期 No. 170 4-10页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 878K\]](#)

## » 短视频平台传播中华优秀传统文化的媒介逻辑

王晓红：魏韬：

中华优秀传统文化源远流长、生生不息，其传播与传承离不开媒介的作用。本文以短视频、直播为例，探究以分享与共创为核心的新型视听媒介之于中华优秀传统文化传播的实践价值，并从“可见”“可感”“可及”“可融”四个层面分析其助力中华优秀传统文化传播的实践价值与媒介逻辑，进而为新时代建设中华民族现代文明提供借鉴。

2024年02期 No. 170 11-15页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 872K\]](#)

## » 纪录片铸牢中华民族共同体意识的逻辑理路与实践策略

戚亚生：

中国纪录片的中华民族共同体意识经历了从改革开放初期聚焦地理特征与风土人情的“民族—自然”萌芽期，到世纪交替市场力量介入下融入社会议题的“民族—社会”成长期，再到新时代以来政策、产业、技术等加速驱动下刻画民族生活全景的“民族—人民”转型期，逐渐形塑现代化、多元化、融合化的中华民族共同体内容主题与审美形态。植根历史脉络，面向未来发展，纪录片可以通过打造兼具人本意识、家园意识、民族认同意识三元结构的“民族共同体影像”，以植根社会现实发展的共时性内容题材、契合民族集体志趣的共通性创作手法、立足用户视听需求的共融性传播路径，聚焦民族共同关注，汇集民族共同情感，推进铸牢中华民族共同体意识。

2024年02期 No. 170 16-22页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 882K\]](#)

## » 理论视野

## » 社会化媒体视角下主题出版物出版的三重辩证关系

李颀：赖义美：

微信、微博、网络直播等社会化媒体具有传播成本低、时效快、受众参与度高、覆盖面广等优势，为主题出版物的出版提供理想的平台。近年来，出版机构纷纷构建社会化媒体矩阵促进主题出版物的出版，但在出版实践中取得突出成效者仅为少数。本文运用辩证思维探讨主题出版物特质与社会化媒体出版优势深度结合之道，寻找内在规律，以期为主题出版物的出版创新提供有益参考。

2024年02期 No. 170 23-28页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 898K\]](#)

## » 能力跃升与战略重构：生成式人工智能驱动媒体深度融合的路径探析

韩晓宁：周恩泽：

生成式人工智能以其创造性的技术逻辑带来内容生产的能力跃升，深化智能机器与从业者价值互构的生产流程，大幅提高驱动媒体深度融合的实践潜力。借此机遇，媒体可围绕管理思维、产品创新、业务经营和社会治理四个方面重构组织战略：适应生成式人工智能对媒体竞争优势和生产观念的更新；将新技术嵌入生产环节，扩大应用领域，支撑虚拟人、元宇宙等内容产品；打造专注媒体业务的大语言模型，协调全媒体传播体系建设；以生成式人工智能升级综合信息服务，参与社会治理。同时，媒体也需提升风险防控意识，完善技术治理能力。

2024年02期 No. 170 29-35页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 915K\]](#)

## » 大语言模型在学术出版应用中的失范风险与应对策略

徐宏宏：张如坤：

学术出版是出版业的重要组成部分，也是知识生产的关键环节。本文聚焦大语言模型如何赋能学术出版的参与者，既包括作为主体的作者、审稿人和编辑，也包括作为客体的出版工具和出版产品。研究发现，大语言模型凭借强大的内容生产能力，可以帮助作者、审稿人和编辑提高产出和工作效率，使出版工具和出版产品朝着更加智能化、个性化的方向发展。与此同时，大语言模型也可能存在侵害著作权、制造学术垃圾、传播虚假信息、夹杂偏见歧视、增加隐私和信息安全隐患等问题。因此，学术出版机构需要加强人工把关，健全问责体系；同时要求作者增加有关大语言模型的使用声明，并将其纳入出版常态；在建立学术规范、完善操作指南的基础上，倡导学术诚信，鼓励公开透明。

2024年02期 No. 170 36-42页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 924K\]](#)

## » 人工智能时代内容生产与资讯分发分离下的版权利益冲突与平衡

赵双润：李霞霞：

人工智能在传媒产业中的运用目前已经从最初的节省人力成本、提高效率延伸到促进传媒产业分离。内容生产与资讯分发的分离，使生产与分发流程被重构，原本由媒体统一负责内容生产与资讯分发的模式被技术催生的分发平台所代替，平台的精准分发成为主流的资讯分发模式。本文聚焦传媒产业化下版权利益失衡的格局，梳理这种格局下盈利模式与媒体版权控制力的变更、版权的“地域性”与资讯分发的“跨地域性”之间的矛盾，以及侵权责任归属和信息采集边界不明确下的版权利益冲突，从法律环境与媒介环境两个层面提供版权利益格局的平衡路径，为我国人工智能时代内容生产与资讯分发分离下传媒产品的版权保护提供认知上的借鉴。

2024年02期 No. 170 43-49页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 916K\]](#)

## » 编辑实务

## » 图书出版类视频的知识生产与出版增值

王欢妮：罗豪杰：

在图书出版类视频的生产实践中，多元主体共同参与拓展了知识生产关系网络，互动参与赋能公众情感共在与知识聚合，图书出版机构针对自身特色的垂直化运营具有明显的知识导向和服务性质。在角色关系上，作者、编辑、图书出版机构、内容需求对象等群体的主体边界逐渐模糊，角色功能和关系的拓展体现出主体从隐蔽的“幕后”走向“台前”，以及由知识生产到知识服务的转变。从行业发展的视角看，图书出版机构通过聚合资源优势、注重用户意识的培养，实现了知识增值与知识服务价值，而视频生产也为图书营销探索出跨平台、多渠道融合的模式，进而实现经济效益的增值。

2024年02期 No. 170 50-55页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 868K\]](#)

## » 社科类图书翻译出版高质量发展问题及对策

阎伟萍：张洪：

随着从业者增多和新技术应用，翻译效率和翻译质量明显提升，近年来社科类图书译者愈发引人关注，市场规模不断扩大。与此同时，重复出版、专业术语翻译不规范、机器翻译痕迹较重等问题给读者带来了负面体验。本文从编辑出版角度提出提升社科类翻译图书质量的具体办法，促进社科类图书翻译出版高质量发展。

2024年02期 No. 170 56-60页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 860K\]](#)

## » 教育类学术期刊助推教育强国建设的使命与担当

吕允英：

在建设教育强国成为时代强音的历史方位上，教育类学术期刊当心之所向、素履以往，肩负使命、挺膺担当。应主动发挥平台作用，在建设什么样的教育强国问题上凝聚思想共识，对何为中国特色社会主义教育强国作出响亮回答；应积极发挥阵地作用，在如何建设教育强国问题上激扬行动智慧，为坚实发挥全面建成社会主义现代化强国的战略先导作用而群策群力；应努力成为重要力量，以国际视野和开放姿态，在增进交流互鉴中发出教育强国建设的中国声音。

2024年02期 No. 170 61-65页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 867K\]](#)

## » 人才培养

## » 编辑继续教育：成人学习的挑战、缺失及效能提升策略

刘火奇：

编辑作为成人学习者，有着很强的问题解决能力、丰富的编校经验和良好的学习习惯，但也面临视野局限阻碍发展、理性认知转化困难、对话水平有待提升三重挑战。当前，编辑继续教育成效不彰的一个重要原因在于缺失对编辑作为成人的学习心理的关注，导致教学活动中出现低参与度、低选择性，教学与需求脱节等问题，严重制约了继续教育效能的发挥。为此，编辑继续教育工作需要回归成人学习视角，立足编辑是一个完整成熟的能动个体，从直面问题、优化经验、创建学习共同体、增强对话四个层面寻求契合成人学习特点的编辑继续教育策略，以纾解编辑继续教育工作的现实困境。

2024年02期 No. 170 66-70页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 863K\]](#)

## » 智媒时代媒介素养培育的再适应与新发展

梁敏：张颖：

在万物皆媒的移动互联时代，媒介生态的变迁深刻影响并改变着人类社会的运行方式，媒介素养的内涵和外延都得到极大拓展。为了适应媒介化的生存状态，增强人们在媒介认知、安全、情感、使用等方面的素质与能力，媒介素养培育成为必然选择，其不仅关乎个人的发展，也关乎和谐社会的建设。基于时代要求，媒介素养培育可以从视角、对象、范式和体系等方面着力，在助力个体应对智媒时代种种挑战的同时，推动媒介的使用与发展朝着更加人性化的方向演进。

2024年02期 No. 170 71-76页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 871K\]](#)

## » 业界观察

## » 面向高质量发展构建数字出版企业创新生态系统

国秋华：

构建创新生态系统是驱动我国数字出版向高质量发展的新路径。数字出版企业的创新生态系统由创新主体、创新资源及创新环境等基本要素构成，这三种要素只有在互利共生理念下相互依赖、相互协作、相互演化，形成协同共生关系、组成价值共创体系，才能驱动数字出版企业持续成长和持续价值创造，最终实现高水平、高层次、高效率的社会价值和经济价值。

2024年02期 No. 170 77-83页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 864K\]](#)

## » 媒介全景

## » “人—机”关系视角下AIGC的可版权性与版权分配路径刍议

刘斌：杨志鹏：

生成式AI在知识生产中地位的上升与AIGC版权保护缺失之间的矛盾推动对AI主体地位认识论的范式转变。在“人—机”协同创作中认定AI的主体地位与AIGC的可版权性，有助于对人类认知风险和复杂利益关系进行道德与利益调节。以“人—机”贡献比率为依据、以作品形式与内容为前提、以训练数据合法性为准绳三种方式界定版权，通过技术供给侧与技术使用侧的协商制界定版权分配，有利于以开放的态度对待“人—机”协同创作的兴起，进而就建立健全链条版权保护体系、生成式AI身份等问题进行广泛探讨，开拓AIGC版权的监管与保护思路。

2024年02期 No. 170 84-91页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 889K\]](#)

## » 编辑史话

## » 传统词学的现代转型与传播构建——以《词学季刊》为考察对象

陆有富：

20世纪30年代，词学专家龙榆生在词学衰微不振的背景下创办《词学季刊》，其目的是要联动词坛，流布新知，重振旧学，使传统词学在发展的困境中顺利完成现代转型。在刊物创办中，龙榆生编辑结合、邀约名家、联通互动的编辑传播策略，使得《词学季刊》在传统词学的传播构建上独具面目。其具有时代感的创刊理念和富有现代特色的编辑传播策略，对于今天小众化专业期刊的编辑出版仍然有着重要的启示意义。

2024年02期 No. 170 92-96页 [\[查看摘要\]](#) [\[在线阅读\]](#) [\[下载 880K\]](#)[下载本期数据](#)