

现代传播(中国传媒大学学报)杂志社

HOT

[杂志介绍](#)

[期刊简介](#)

[最新目录](#)

[投稿须知](#)

[新闻中心](#)

[联系方式](#)

[我要投稿](#)

[首页](#) > [最新目录](#)

最 / 新 / 目 / 录

《现代传播(中国传媒大学学报)》2022年12期

目录

学习贯彻党的二十大精神专栏

给全球社会以确定性:以政治传播让党的二十大精神惠及人类荆学民;1-9

新闻学与传播学

清末民初“报纸”类词语的选择和定型过程郭利霞;10-17

第三方效果:影响受者解码的第四种因素章浩;18-26+47

“北京调查”四十年:中国受众研究的起源神话、逻辑悖论与经验反思曹培鑫;宋启明;27-37

与信息偶遇:媒介化社会中乡村老年群体的在线健康信息获取行为研究熊皇;梁亦昆;38-47

叙事构建与技术共生:中华数字文化出海新逻辑周敏;赵晨雨;48-55

国际传播

人类命运共同体视域下社会组织的国际公共传播研究宋奇;李智;56-64+88

国际传播中的文化共享、文化折扣与解读偏移——基于中国历史文化纪录片海外观众解读的分析陆敏;陈燕;65-69

繁荣哲学社会科学前沿

“看”与“被看”:网红谱系的视觉文化分析秦红雨;董小玉;70-78

媒介感知与话语翻译:非洲媒体有关中国减贫理念报道的研究黄敏;廖威;79-88

传媒艺术

“新国风”综艺节目的叙事路径与美学特质冷松;刘旭;89-96+113

红色影视接受对我国大学生国家认同的影响机制——基于多重中介效应检验视角的实证分析李城;欧阳宏生;97-105

倍速播放:智能复制时代的视频消费焦宝;江静洁;106-113

地方感·体验式·非表征:新世纪以来青年导演的影像空间吴青青;肖依;114-120+127

论“场所精神”视觉化在文化记忆重塑中的媒介功能——当代故宫建筑摄影研究丁艳华;121-127

新媒体研究

数字灵工与短视频平台之间的控制与博弈——以团购达人为例燕道成;李采薇;128-135

可供、可见与可接纳:移动短视频用户的旅游意向生成机制邓秀军;关越;136-145

液态社会视域下虚拟趣缘社群的情感互动——以全民K歌为例甘露;关博韬;146-153

短视频中的国家形象及其建构:基于海外用户的调查分析刘建萍;罗江;154-160

元宇宙品牌营销生态系统的重构逻辑与策略李安;刘冬璐;161-168

《现代传播——中国传媒大学学报》第44卷|2022年总目录1-8

[点击在线投稿](#)

(c)2008-2018 聚期刊

本站产品最终解释权归JUQK.NET

免责声明:本站仅限于整理分享学术资源信息及投稿咨询参考;如需直投稿件请联系杂志社;另涉及版权,请及时告知!