

封面人物

- 挑战与抉择:转型期新闻传播教育变革的思考与实践
——访河北大学白贵教授 王文娟(1)

传媒大讲坛

- 中华民族历经沧桑的伟大崛起
——纪念改革开放四十周年 张军孝(5)
- 习近平著作在汉语国际传播中的重大价值 张庆冰(7)
- 传播学视角下的国际新闻误读现象解析 徐利兰 商敏慧(9)
- 中国城市文化国际传播的框架建构
——以马拉松为例 车南林 李 弋(14)
- 新世代夏衍电影理论传播的再认识与新思考 马 婷(18)

新媒体研究

- 媒介流动性:身份认同与集体焦虑 刘 娟(23)
- 浅析自拍短视频的社交货币功能 吴圣华(26)
- 论微信朋友圈沉默行为成因 刘日照 程嫩生(29)
- 平台型媒体准确的构成逻辑
——以“人民号”为例 朱飞虎(32)

传媒与法

- 电视法治公共领域建构与演变 袁 侃(35)
- 中国共产党新闻舆论“四力”的关系探析 丁书娟(38)
- 移动互联网背景下新闻作品版权保护探析 王雪莹(41)
- 新媒体时代下基层派出所辅警沉默行为研究 郝宏历(43)

组织传播

- 慢电视传播受众分析 张宜弛 马 云(45)
- 个体感知行为对公共舆论的影响 余岩波(47)
- 利用海外问答平台 Quora 改善国际传播效果 何冰洁(50)
- 媒介传播的发展历史及作用研究 孔得兵(53)
- 品牌社群的形成与作用机理探析 张艺凡(55)

媒介批评

- 网红现象的审美危机 匡 华 易 媛(58)
- 微信朋友圈中的投票动员与面子意识浅析
——论大数据时代的“隐私悖论” 蔡雅雯(61)
- 浅议融媒时代地市级媒体“中央厨房”的局限 余晓冬(65)

传媒调查报告

- 中美医疗相关科技新闻报道伦理规约的差异 刘 玮 郝元涛(68)
- 基于用户需求调查的科技期刊微信平台建设
公益性议题的新闻实践 顾 璇 汤建军 李红影(74)
- 以媒体尘肺病报道为例 许 琳(77)
- 污文化:被污名化的传播形态
——基于我国大学生网络传播行为的分析 刘 泱 李奕雅 李 璐(80)
- 国产手游海外营销模式策略研究 王蔚宣(84)

媒介经营

- 用产品思维打造品牌电视节目的方法探析 赵 宇(88)
- 移动传播时代电视新闻内容创新探析 王 丽(91)
- 新媒体时代传统期刊的困境与出路
——以《中华武术》杂志为例 龚建新(93)
- 数字户外广告交易平台研究 印纪芳(97)
- 网络游戏的广告植入策略探析 张 鹏(101)
- 移动短视频对旅游者出游意向的影响 胡 榕 王光伟(104)

广播影视评论

- 电影《杰出公民》的空间叙事 宋 朝(106)
- 中日韩三版影视改编比较研究
——以《嫌疑人 X 的献身》为例 禹 慧(109)
- 被抛弃者:游本盛
——论《百鸟朝凤》电影的改编 董春平(112)
- 《肖申克的救赎》主要人物分析
——论电影人物形象刻画的重要性 张 楠(114)
- 论开心麻花话剧的电影化改编 辛 迪(116)

网络自制综艺节目开启全民制作新模式

——以《偶像练习生》为例

孙传云(118)

谈主持人特色对脱口秀节目的影响

——以《老梁故事汇》节目为例

张 静(121)

传媒实务

会议新闻接近性实践与思考

——《各界导报》5 年全国“两会”报道创新做法梳理

张宝勤(123)

传统媒体与热点融合传播初探

——基于《建筑设计管理》杂志选题研究

林 涛(127)

朗诵活动中朗诵者状态的探析

李 江(130)

浅谈责任编辑与图书装帧设计

彭 雯(132)

看见香港:浅析黄炳培的红白蓝设计

吴思攸(135)

文化传播与教育

借助民族志传播学对外讲述西藏故事

李 浩 袁爱中(137)

从《神秘巨星》看宝莱坞电影的跨文化传播

陈亦新(140)

文化“走出去”背景下影视剧文化负载词英译探究

陈德音(145)

校园自媒体对大学文化构建的影响研究

董 博(147)

工作室模式下《电视节目策划》课程的教学改革

张 彦(149)

乌镇蓝印花布旅游纪念品的创新

何 妨(151)

1900 - 1949 年间关于“兴”的研究

司 乐(154)

★ 投稿方式一:欢迎直接发至编辑部邮箱 jcmxsb@126.com 或分管栏目的责任编辑邮箱:

483974207@qq.com;2206428799@qq.com;2274578970@qq.com。

★ 作者登录本刊知网投稿系统 <http://bkzy.cbpt.cnki.net> 在线投稿,投稿成功后请 3 日内致电编辑部查询稿件处理结果。

★ 凡投本刊的稿件,作者未特殊声明的,本刊同时获得图书、电子版和信息网络的使用权。

★ 本刊反对一稿多投。作品如果在其他刊物先行刊出,请务必迅速告知本刊编辑部。

★ 本刊所发文章观点皆属作者个人观点,与本刊立场无关,文责自负。

★ 凡转载、引用本刊作品,请注明转自《今传媒》。

★ 本刊声明:对提供信息的网站、微信、微博、手机客户端的版权所有人表示感谢和欢迎。转发的有些资讯未征得版权所有人的同意,敬请理解。若有异议,请提出宝贵意见。欢迎提供资讯,欢迎参考信息。