



中国人文社会科学A类期刊

今传媒

中国人文社会科学引文数据库(CIISOD)来源刊

国家哲学社会科学学术期刊数据库收录期刊

中国学术期刊综合评价数据库来源期刊

中国期刊全文数据库(CJFD)期刊

中国核心期刊(遴选)数据库期刊

RCSSE准核心(B+)学术期刊

中文科技期刊数据库来源期刊

中国学术期刊(光盘版)来源期刊

CNKI中国知网数据库来源期刊

龙源期刊网数据库全文收录期刊

万方数据数字化期刊群入网期刊

新媒体环境下国家领导人形象建构与传播

——以“人民日报抖音号”对习近平的报道为例

杨益天 田力

新媒体时代马克思主义大众化传播的路径

张伟红

马克思主义新闻观指导下的疫情舆论引导研究

吴玥影

2020.10
<http://www.masscm.com>



国际刊号：ISSN 1672-8122 国内刊号：CN 61-1430/G

传媒大讲坛

- 新媒体环境下国家领导人形象建构与传播
——以“人民日报抖音号”对习近平的报道为例 杨益天 田 力(1)
- 新媒体时代马克思主义大众化传播的路径 张伟红(6)
- 马克思主义新闻观指导下的疫情舆论引导研究 吴玥影(10)
- 新时代全媒体治理及智能化干预研究 王 东 孙 彬(13)

新媒体纵横谈

- 互联网群体传播概念的理论初探 谈 和 郑诗雨(17)
- 政务短视频的传播策略探析 洪 雨(20)
- 高校微信传播效果计量分析研究
——以华东理工大学为例 周霜菊 顾轶洋 路晓璇(23)
- 角色理论视阈下短视频主体角色建构透析 王姝媛(27)

融媒体探究

- 党媒新闻传播中的情感叙事与价值传达
——以《人民日报》微信公众号为例 蒋 琳(30)
- 基于 5W 模式的 Vlog 新闻报道传播特征研究
——以康辉 Vlog 系列报道为例 张子涵(33)
- 社交媒体与中国博物馆信息传播模式研究 周希璞(36)
- 重大突发公共卫生事件中媒体服务功能探析
——以新冠肺炎疫情为例 刘永俊(40)
- 短视频在重大新闻事件中的传播效力研究 朱贤为(44)

广播电视音像

- 突破与融合
——朔州广播电视台融媒发展案例分析 赵香花(47)
- 全媒体时代新闻评论员要站稳立场守正创新 岳燕林(50)
- 撕裂与重构:河南媒介形象再塑
——基于主流媒体对“河南”的报道研究 宁艳纳(53)
- 用解说词讲好电视成就报道故事 韩 萌(57)
- 新冠肺炎疫情期间新闻报道伦理失范现象 罗家慧(60)

图书报刊出版

- “一带一路”背景下我国学术期刊的国际传播 崔国平(63)
- 对我国传播学近 20 年来研究议题的探讨
——基于 CSSCI 期刊论文的文献计量学分析 张 剑 温进浪(66)
- “凯叔讲故事”儿童有声读物营销策略研究 宋淑蕊(70)

影视作品欣赏

- 对《中国机长》的冷思考 张靖悦(73)
- 论融合媒体时代法制新闻的创新策略
——以央视“社会与法”频道为例 夏琛迪 曾馨然(76)
- 融合媒体时代下声音微剧的创作趋向研究 张玉龙(79)
- 正能量短视频对大学生文化心理的劝服价值 饶浩芸(82)

文化艺术传播

- 重庆红岩文化品牌的开发与传播策略探析 贺心颖 刘红梅(85)
- 文化议题的媒介记忆建构研究
——以郴州古堡群为例 彭可馨 陈可意 李开才(88)
- 浅论红色文化与高校学生活动的有机结合
——以新疆大学为例 宋 璞 谢雨雨 戴冠月(93)
- 新媒体环境下传统文化植入广告的新路径 姜晓秋(95)
- 浅析柯尔内留巴巴《圣殇》的艺术风格 于雪儿(98)
- 新文创背景下老字号品牌年轻化模式的探索 季如意(101)
- 符号学视野下拼贴图片的表意机制分析 王 梁(105)
- 基于花卉节事活动的公共休闲空间研究
——以上海顾村樱花节为例 刘鑫鑫(109)

媒介经营与管理

- 淘宝名店粉丝运营中的公共关系研究
——以库茵品牌店为例 顾歆怡 朱爱敏(113)
- “情绪传播”
——社会化媒体开发和维系新用户的关键 李 曼(116)

数字经济时代传媒产业的发展趋势探析

——以新闻传媒业为例

忻琪颖(119)

社会化媒体对身体意象的影响

——以大学生微信使用为例

谢红焰(122)

新冠肺炎疫情中微博谣言的“后真相”特征分析

张文艺(129)

教育传播与思考

重大疫情中的谣言传播与协同辟谣研究

谢海华 李培维(133)

云南旅游形象污名化的根源和形成机制研究

于春波 张文娟(138)

高校传媒专业大学生职业认同状况研究

——以天津市“部校共建”四所高校为例

赵欣悦 高 杨(141)

抗疫标语的话语策略及动员效果

唐 娟(148)

疫情防控期间线上教育教学模式探析

——以西安外事学院综合英语课程为例

李雪婷(151)

探究基于创客教育理念的艺术人才培养模式

——以“CAFAM 未来展”为例

张雨昕(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;3618530487@qq.com。

★ 投稿方式二:作者登录本刊官网投稿系统 <http://www.masscm.com> 在线投稿,投稿成功后
请次日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。