



2019/10

现代传播

MODERN COMMUNICATION

中国传媒大学学报

■ 媒体融合运作体系构建方法与实现路径

——以新华社全球视频智媒体平台与相关运作体系为研究样本

陆小华

■ 微信对歌中的互动、交往与意义生成

——对石龙村微信山歌群的田野考察

孙信茹 王东林

■ 中国对外报道的“方法—目的”之惑

——基于新华社对外报道的历史考察

单波 林莉

■ 从文化折扣到文化对冲：新全球化与中国电影的国际传播

颜纯钧

■ 当代营销传播行业的知识生产力及其运行机制

万木春

■ 记者群体在网络社群中“公共性”想象：职业身份、社会关系、网络行为

彭华新

■ 计算意志的聚集和人的无保护性：互联网本质与教育的沉思

周廷勇

目录

来稿要求

1. 本刊欢迎作者以电子邮件方式投稿。编辑部的唯一投稿邮箱: journalcnc@163.com。

2. 来稿内容应包括题目、作者姓名、内容摘要、关键词、正文、注释等;作者工作单位和职务职称;作者详细通信地址、邮编、联系电话和电子邮箱。

3. 来稿篇幅 5000—20000 字均可,行文层次符号用——(一)1.(1)。

4. 本刊一律采用文后注释,注释方式为用阿拉伯数字置于文字右上角。

5. 本刊欢迎省部级以上基金项目研究成果。凡获基金资助的论文,请在首页注明基金项目的正式名称和项目编号。

6. 来稿请务必遵照本刊格式要求,以减少稿件采用后的修改工作。

传媒观察

媒体融合运作体系构建方法与实现路径

——以新华社全球视频智媒体平台与相关运作体系为研究样本 陆小华(1)

轻传播:短视频引领的后媒体浪潮 林克勤(12)

传播文化

微信对歌中的互动、交往与意义生成

——对石龙村微信山歌群的田野考察 孙信茹 王东林(19)

网络直播的共鸣效应:群体孤独·虚拟情感·消费认同 王艳玲 刘 可(26)

政治仪式推进政治认同的逻辑与路径

——基于建国以来阅兵仪式的考察 杨 惠 戴海波(30)

新闻学与传播学

中国对外报道的“方法—目的”之惑

——基于新华社对外报道的历史考察 单 波 林 莉(36)

“媒介融合”:电视开播的技术政治意义 李 煜(42)

近代中国报业发行困境与“联合版”的发生 齐 辉 赵 冉(49)

身份、信任与情境:跨文化归因下的欧洲想象

——基于中国公众的世界观念调查(2017—2018) 陈 薇 王中字(55)

生态政治哲学视阈下环境传播的话语实践创新 李玉洁(63)

从议程设置到情绪设置:中美贸易摩擦期间《人民日报》的情绪引导

..... 高 萍 吴郁薇(67)

繁荣哲学社会科学前沿

汉语教科书话语实践的功能维度与中国形象的传播 樊小玲(72)

劝服知识模型在健康传播领域的应用

——以合肥市垃圾分类公益广告为例 秦美婷 杨丽娟 潘 磊(77)

传媒艺术

从文化折扣到文化对冲:新全球化与中国电影的国际传播	颜纯钧(85)
跨学科视野下的音乐传播认识论	赵志安(91)
说服的艺术:华夏“察言观色”论的意蕴、技巧与伦理	谢清果 米湘月(98)
故事品性、原型基因与功能释放:影视剧故事的价值分析	陈晓春(105)
“新媒体冒险家”奥斯邦的中国广播创业历程	刘书峰(110)
论短视频对传统电视新媒体化赋能的独特性	冷 淞(115)

纪录片研究

预设性、去精英与宽幅化:网络时代专题片的符号传播特征新论	陆 涛(120)
------------------------------------	----------

传媒经营与管理

当代营销传播行业的知识生产力及其运行机制	万木春(124)
中国品牌建构国家形象作用机制研究	
——基于“一带一路”沿线消费者深访的研究	宫月晴(131)

新媒体研究

记者群体在网络社群中“公共性”想象:职业身份、社会关系、网络行为	彭华新(138)
特朗普的“推特执政”:美国政治极化与社交媒体政治上位	胡文涛 吴 茜(145)
陌生共鸣、虚拟认同与社交疲惫:“夸夸群”蹿红背后的情绪传播	郭 森(152)
本质性互动视域下新媒体用户的主体性建构	包圆圆(156)

传媒教育

计算意志的聚集和人的无保护性:互联网本质与教育的沉思	周廷勇(159)
目标重构、情景融合与资源优化	
——行动者网络理论视阈下高校网络课程的悖论与消解	杨维东 董小玉(164)

本刊声明

1.本刊入编国家哲学社会科学学术期刊数据库、中国知网、中国核心期刊(遴选)数据库和“中国科技论文在线”,并将同步发布微信版。如不愿刊入以上电子出版物者,请书面声明,以便处理。

2.编辑部有权对来稿进行文字技术性修改,文中学术观点仅代表作者个人意见,文责自负。严禁抄袭、剽窃及一稿多投,如若查实,本刊将拒绝该作者所有投稿。

3.本刊恕不退稿,请作者自留底稿。凡三个月内未见用稿通知者,请作者自行处理。本刊不对未采用稿件提出修改意见,敬请谅解。

4.本刊刊登的文字、图片作品,未经许可和授权,不得做任何形式的转载、摘登。如需转载,请联系编辑部,电话:010-65779586。

Modern Communication Journal of Communication University of China Vol.41 No.10 (Serial No.279) Oct.2019

Main Contents

- The Operation System of Media Convergence:
A Case Study of Xinhua News Agency's Global
Video Intelligent Media Platform
Lu Xiao-hua(1)
- A Field Study of Shilong Village Mountain Song
WeChat Group
Sun Xin-ru, Wang Dong-lin(19)
- A Historical Review of Xinhua News Agency's
Reports on China for Foreign Audience
Shan Bo, Lin Li(36)
- The International Communication of Chinese
Films in the New Globalization Era
Yan Chun-jun(85)
- The Knowledge Productive Force of Contemporary
Marketing Communication Industry
Wan Mu-chun(124)
- The Publicness of Journalists Groups in Network
Community
Peng Hua-xin(138)
- The Will of Calculation and the Unprotectiveness
of Human Beings
Zhou Ting-yong(159)

现代传播

MODERN COMMUNICATION

中国传媒大学学报

主 管 中华人民共和国教育部
主 办 中国传媒大学
编 辑 《现代传播—中国传媒大学学报》编辑部
出 版 中国传媒大学学术期刊中心
主 编 隋 岩
编辑部主任 张国涛
责任编辑 潘可武 刘 俊 杨旭东
特约编辑 张毓强
编 务 张惠云
版面设计 卜希霆
英文翻译 麻争旗
校 对 刘 莉 张雨嫣 王香力
本期统筹 刘 俊
网 址 <http://www.cuc.edu.cn/xsqk>
国内发行 北京市报刊发行局
读者订阅 全国各地邮局
邮发代号 2-753
地 址 北京市朝阳区定福庄东街1号
邮 编 100024
电 话 (010) 65779586
传 真 (010) 65779150
E-mail journalcuc@163.com
国外发行 中国国际图书贸易总公司
发行代号 BM3872
印 刷 中国电影出版社印刷厂
定 价 20.00 元



ISSN 1007-8770



9 771007 877162

ISSN 1007-8770 (国际标准刊号)
CN11-5363/G2 (国内统一刊号)

万方数据