

2021/02



QK2108118

现代传播

MODERN COMMUNICATION

中国传媒大学学报

■ 新文科建设背景下戏剧与影视学科创新发展的若干思考

胡智锋

■ 中国品牌成长的结构因素及其变革动力

张 驰 黄升民

■ 媒介化社会中城市品牌形象的感知与管理

——基于群体感知与城市管理二维视角

段 鹏

■ 中国传播学的不惑之惑

——写在传播学引入中国 40 年之际

张国良

■ 中苏纪录电影理论同构性论述考释

阎春来

■ 现代政治广告的内涵与边界辨析

查灿长 解 伦

■ 科学家在“新冠疫情”议题中的社交媒体参与和权力博弈

彭华新

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: journalcuc@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来源、名称和编号。

6. 来稿请务必遵照本刊格式要求,以增加用稿几率和减少稿件采用后的修改工作。

本刊专稿

新文科建设背景下戏剧与影视学科创新发展的若干思考 胡智锋(1)

传媒观察

中国品牌成长的结构因素及其变革动力 张 驰 黄升民(6)

作为公共服务平台的县级融媒体中心:一种基层治理的视角 蒋 锐 俞 虹(13)

传播文化

媒介化社会中城市品牌形象的感知与管理

——基于群体感知与城市管理二维视角 段 鹏(17)

人工智能焦虑的成因、机理与对策 何 勤 朱晓妹(24)

新闻学与传播学

中国传播学的不惑之惑

——写在传播学引入中国 40 年之际 张国良(30)

榜样的力量何以无穷?

——以雷锋形象变迁为中心的考察 俞 凡 王妍慧(36)

在想象与实践之间的媒介

——抗战前夕民国儿童刊物的身份构建考察 李 敬 常泽昱(44)

回返“生存”:超越媒介技术迷思 陈 蕾(49)

试问情为何物:先秦士人“情理交融”传播价值取向 束秀芳(57)

在西方发现中国:论达拉斯·斯迈思的东方马克思主义想象 盛 阳(63)

一种儒家传播学思想中的自我观:兼与芝加哥传播学派自我观比较 赵妍妍(67)

繁荣哲学社会科学前沿

跨越情感与文化的鸿沟:国际传播受众接受度研究 陈 功(72)

作为一种新叙事方式的人工智能 唐忠敏(78)

传媒艺术

论游戏表意的四体演进:一个符号修辞学分析 陆正兰 李俊欣(82)

纪录片研究

中苏纪录电影理论同构性论述考释 阎春来(112)

环保题材纪录片中的生态主义与纪录精神 苗元华(117)

传媒经营与管理

现代政治广告的内涵与边界辨析 查灿长 解 伦(121)

雇主品牌的信息及其认知如何影响内部雇员?

——基于自治性理论视角的解释 皇甫刚 李 璐(127)

时间压力与任务复杂度对网络广告回避的影响

——基于情境理论的路径 段秋婷 吴 婷(135)

新媒体研究

科学家在“新冠疫情”议题中的社交媒体参与和权力博弈 彭华新(141)

后真相时代新闻的拟真化转向 陈响园 刘 鑫(147)

论区块链对网络用户知识分享行为的影响 苏可馨(151)

传媒教育

北京市社区居民媒介素养现状调查及提升路径探析 路 鹏 李翰哲(156)

变量与驱动:智能技术对新闻教育的影响 王欢妮(162)

学术动态

全球共情·文明互鉴·大学创新

——第九届世界大学女校长论坛综述 黄 璇(167)

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。

5.作为国家社科基金资助期刊,本刊从来不收取版面费、审稿费以及其他名目的费用。根据要求,特刊登国家社科办举报电话:010-55604027,欢迎监督。

Modern Communication
Journal of Communication University of China
Vol.43 No.2 (Serial No.295) Feb.2021

Main Contents

- Innovative Development of Drama, Film and Television
Studies:From the Perspective of New Liberal Arts
Hu Zhi-feng(1)
- Structural Factors for Growth of Chinese Brands
Zhang Chi, Huang Sheng-min(6)
- Perception and Management of Urban Brand Images
in Media Society
Duan Peng(17)
- 40 Years of Communication Studies in China
Zhang Guo-liang(30)
- Similarities in Theoretical Discussions of Documentary
Films in Soviet Union and China in 1950s
Yan Chun-lai(112)
- An Interpretation of Modern Political Advertising
Zha Can-chang, Xie Lun(121)
- Social Media Engagement of Scientists in COVID-19 Issues
Peng Hua-xin(141)

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 王林林 薛华斐 徐 畅
本 期 统 筹 张国涛
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 - m a i l 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



扫描二维码可直接订阅

ISSN 1007-8770



9 771007 877216

02>

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