



(总第306期)月刊

2022

第 | 期

国家社科基金资助期刊
教育部“名刊工程”入选期刊
全国高校社科名刊
全国中文核心期刊
中文社会科学引文索引(CSSCI)来源期刊
中国人文社科综合评价(AMI)核心期刊

现代传播

中国传媒大学学报

Modern Communication

现代传播

中国传媒大学学报

1979 年 9 月创刊

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 8000-20000 字均可，
行文层次符号用一（一）1.（1）。

4
本刊引用采用文尾注释，注释格式
参考 GB/T 121-2015 标准，注释
序号请使用 Word 插入尾注功能。

5
本刊欢迎省部级以上基金项目
的研究成果。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，
以增加用稿机率和减少稿件采
用后的修改工作。



目 录

★本刊专稿

视频天下：语言革命与国际传播秩序再造

廖祥忠 / 1

★本刊专稿·学习党的十九届六中全会精神

论新闻舆论“四力”发展的动力建构

沈正赋 / 9

★新闻学与传播学

以“乡土”为媒：熟人社会内外的信息传播

李红艳 冉学平 / 19

传播十要素论

韩立新 杨新明 / 29

数字社会媒体治理的系统重塑与价值诠释

李建刚 / 37

论媒介时间与互联网产业中的劳动控制

吴鼎铭 许天敏 / 43

论亲子媒介教育的双向社会化

曾秀芹 战泓玮 / 50

★繁荣哲学社会科学前沿

中国广告知识生产模式演进(1979—2021)

宋红梅 丁俊杰 / 59

认知盈余视角下短视频平台内容创新生产研究

郭新茹 康璐玮 / 66

★国际传播

中国电影海外网络受众接受度的实证研究

——2021 年度中国电影国际传播调研报告

黄会林 黄昕亚 祁雪晶 / 74



现代传播

Journal Of
Communication
University Of China

2022 年第 1 期
(第 44 卷总第 306 期)

本刊声明

国际性共同媒介仪式:体育精神与国家形象的建构

罗坤瑾 许嘉馨 / 82

★传媒艺术

中国电影新基建的技术神话与工业美学

范志忠 于欣平 / 91

身体、遮蔽与新中区:对 AI 合成主播技术具身的反思

郭建中 / 98

中国演播艺术的创作、受众与媒介变迁

曾志华 孔 亮 / 104

从“横屏”到“竖屏”:论影像符号表意机制的变革

张 骋 / 111

创造意义产消者:论纪实影像跨文化传播的情感主动性

田 浩 / 118

★新媒体研究

重新定义智能媒体

黄升民 刘 珊 / 126

无中介性:触觉媒体的功能、研究及实践

梁德阔 / 136

推荐算法的社会责任评价指标建构

薛 可 李亦飞 / 146

权力的莫比乌斯游戏:网络社会媒介场域中的流动性之争

胡 海 魏海平 / 153

扩展的场域:新媒体影像装置的时空构建与感知体验

邓 尚 / 160

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”等期刊数据库,并将同步发布微信版。如不愿刊入以上电子出版物者,请提前书面声明,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,本刊从来收取任何版面费、审稿费以及其他名目的费用。根据要求,特刊登全国社科工作办举报电话:010-55604027,欢迎监督。

Modern Communication

Journal of Communication University of China

Vol.44 No.1 (Serial No.306) Jan . **2022**

Main Contents

——Language Revolution and Reconstruction of International Communication Order	<i>Liao Xiang-zhong / 1</i>
——Driving Forces for Communication, Guidance, Influence and Credibility of News and Public Opinion	<i>Shen Zheng-fu / 9</i>
——“Rurality”: Information Dissemination of Acquaintance Societies	<i>Li Hong-yan, Ran Xue-ping / 19</i>
——Evolution of Production Models of Advertising Knowledge in China (1979-2021)	<i>Song Hong-mei, Ding Jun-jie / 59</i>
——Research Report of International Communication of Chinese Films in 2021	<i>Huang Hui-lin, Huang Xin-ya, Qi Xue-jing / 74</i>
——Technical Myth and Industrial Aesthetics: New Infrastructure Construction of Chinese Film Industry	<i>Fan Zhi-zhong, Yu Xin-ping / 91</i>
——Redefining Smart Media	<i>Huang Sheng-min, Liu Shan / 126</i>

现代传播

Modern Communication

主管 / 中华人民共和国教育部

主办 / 中国传媒大学

编辑出版 / 《现代传播—中国传媒大学学报》编辑部

主编 / 隋岩

副主编 / 张国涛 潘可武

编辑部主任 / 刘俊

责任编辑 / 张国涛 潘可武 刘俊 杨旭东 张毓强 (特约)

地址 / 北京市朝阳区定福庄东街1号

邮编 / 100024

电话 / (010)65779586

邮箱 / journalcuc@163.com

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

国外发行 / 中国国际图书贸易总公司

发行代号 / BM3872

网址 / <http://www.cuc.edu.cn/xsqk>

定价 / 30.00 元

ISSN 1007-8770



ISSN1007-8770 (国际标准连续出版物号)

CN11-5363/G2 (国内统一连续出版物号)