QK2247652

（总第314期）月刊

2022

第9期

现代传播

中国传媒大学学报

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

Modern Communication

万方数据

现代传播
中国传媒大学学报
1979年9月创刊

Catalogue

目　录

★传媒观察
媒体深度融合的“大融合”思路及实施关键
郭全中 / 1

★新闻学与传播学
话语与媒介:新冠疫情期间我国社交媒体“非典”集体记忆的再生产
邢梦莹　陈安繁　黄　瑚 / 8
算法可见性:平台参与式传播中的注意力游戏
易前良 / 16
信息维度:理解冷热媒介的认知转向
白旭晨 / 26
生死叠合:离场记忆的情感仿真、拟化同在与数字永生
刘　琴 / 33
边界的更迭:新流动范式视域下的后电视图景
刘永昶　冯　笑 / 43

★繁荣哲学社会科学前沿
自媒体“注意力”政治舆论功能极化与共识性改进
张爱军 / 55
新疆棉花污名化事件背后的多重传播机制研究
宁　娜　刘庆华 / 65

★国际传播
气候新地缘政治下国家形象重构与我国对外传播策略框架
王积龙 / 75
媒体国际传播能力建设中“国际—国内”议题互构研究
郑　亮　夏　晴 / 83

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CY/T 121-2015标准,注释序号排列请使用Word插入尾注功能并自动排序。

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,以增加用稿几率和减少稿件采用后的修改工作。

万方数据

Catalogue

现代传播
Journal of Communication University of China

2022 年第 9 期
（第 44 卷总第 314 期）

★传媒艺术

论大众文化时代的“假肢记忆”
陶东风　吕鹤颖 / 89

影像创作的器物迷恋与文化研究的物质转向
陈晓云　李之怡 / 97

媒体制造与欲望消费：“明星现象”的媒介审美文化批判
施旭升 / 104

狭义媒介论视角下的沉浸式媒介叙事研究
图　拉　关　玲 / 113

主体间性视域下艺术教育“传播者意识”的构建
周艳霞 / 122

★新媒体研究

媒介化、群体化、审美化：生活分享类社交媒体改写的“消费”
彭　兰 / 129

作为标签与规训的隐喻
——对网络流行语“社恐”的批判性话语分析
蔡　骐　赵嘉悦 / 138

互联网协同治理：理论溯源、底层逻辑与实践赋能
顾　洁　栾　惠 / 146

具身、想象与共情：人工智能音乐生成与传播的技术现象学研究
萧　萍 / 155

学术出版机构直播的特征、困境与优化路径
刘甜甜 / 162

本刊声明

1
本刊已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、中国科技论文在线等多家期刊数据库，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和技术性修改，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。凡投稿后三个月未见用稿通知者，请作者自行处理稿件。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，本刊从不收取任何版面费、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：010-63098272，欢迎监督。

万方数据

Modern Communication

Journal of Communication University of China

Vol.44 No.9(Serial No.314) Sep . 2022

Main Contents

——The"Big Fusion" Ideology of In-depth Media Mergence and Four Fundamental Factors

Guo Quan-zhong/ 1

——Reproduction of Collective Memory of SARS During Covid-19 on Social Media in China

Xing Meng-ying, Chen An-fan, Huang Hu/ 8

——Function and Consensus:Political Opinion of Self-media "Attention"

Zhang Ai-jun/ 55

——National Image Reconstruction and Chinese International Communication Strategies in the Context of New Geopolitics of Climate Change

Wang Ji-long/ 75

——A Study of "Prosthetic Memory" in the Era of Popular Culture

Tao Dong-feng, Lyu He-ying/ 89

——Mediatization, Collectivization, and Aestheticization: "Consumption" Reconstructed by Life-sharing Social Media

Peng Lan/ 129

万方数据

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 / https://periodical.cuc.edu.cn/
定价 / 30.00 元

ISSN 1007-8770
09>
9 771007 877223

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）

万方数据