



# 新闻与传播评论

Journalism & Communication Review

冲突与融合：从媒介帝国主义到“新媒介帝国主义”

◎ 熊澄宇 郑玄

计算机中介传播视野下网络视频直播的技术可供性分析

◎ 刘锐

中国社交媒体广告态度的影响因素研究

◎ 林升栋 陈瑞 宣长春 程红

微治理：城市社区营造中的社交媒体实践

◎ 吴义东

2022 No.1

第1期 总第378期

2022年1月8日出版

Publishing on Jan. 8, 2022

ISSN 2096-5443

CN 42-1900/G2

# 新闻与传播评论

Journalism & Communication Review

2022 No. 1

第 1 期 总第 378 期

2022 年 1 月 8 日出版

Publishing on Jan. 8, 2022

中文社会科学引文索引(CSSCI 扩)来源期刊

中国人文社会科学引文数据库来源期刊

国家哲学社会科学学术期刊数据库收录期刊

## 编委会

主 任: 强月新

编 委: (以拼音字母为序)

陈 刚 胡百精 刘丽群 吕尚彬

冉 华 单 波 隋 岩 唐绪军

徐开彬 姚 曦 周光明 张涛甫

主 编: 姚 曦

副主编: 刘金波

编辑部主任: 刘金波

编辑部副主任: 汪晓清

责任编辑: (以拼音字母为序)

关天如 廖秉宜 刘 娜 吴世文

肖劲草 肖 珺 闫 岩 张春雨

周丽玲

# 目 录

## 新闻传播学

+++++

冲突与融合:从媒介帝国主义到“新媒介帝国主义” 005

熊澄宇 郑 玄

扎根理论在新闻传播研究中的应用 017

——基于中英文新闻传播学术期刊的分析

徐开彬 叶春丽

## 媒介化社会

+++++

计算机中介传播视野下网络视频直播的 032

技术可供性分析

刘 锐

日本青少年的短视频自我呈现特征和文化因素分析 047

——以抖音日文版 Tik Tok 为例

王朝阳 吴 可

基于“消费文化”视角的社交媒体“小众退潮者”研究 061

唐嘉仪

## 广告与媒介经济

+++++

中国社交媒体广告态度的影响因素研究 076

林升栋 陈瑞 宣长春 程红

中国传媒上市集团竞争力集成评价研究 089

谢媛 李本乾

## 传播与文化

+++++

### · 城市传播专题研究 ·

微治理:城市社区营造中的社交媒体实践 105

——一项媒介人类学研究

吴义东

后疫情时代武汉城市文化形象的重塑 115

彭雷霆 曾嘉怡

主管单位:中华人民共和国教育部

主办单位:武汉大学

编辑出版:《新闻与传播评论》编辑部

国内订购:全国各地邮局(所)

国内发行:中国邮政集团公司湖北省分公司

国内邮发代号:38-340

海外总发行:中国国际图书贸易集团有限公司

海外发行代号:C9417

国际标准连续出版物号:ISSN 2096-5443

国内统一连续出版物号:CN 42-1900/G2



官方公众号



订阅通道

本期执行编辑:刘金波 英文编辑:郎岩岩

期刊基本参数:CN42-1900/G2 \* 1930 \* b \* 16 \* 128 \* zh \* P \* ¥ 28.00 \* 1500 \* 09 \* 2022-01

# CONTENTS

- Conflict and Fusion:from Media Imperialism to "New Media Imperialism"  
*Xiong Chengyu,Zheng Xuan*(005)
- Grounded Theory in Journalism and Communication Research: An Analysis Based on Chinese and English  
Communication Journals *Xu Kaibin,Ye Chunli*(017)
- Analysis of the Technical Affordance of Video Live-streaming from the Perspective of Computer Mediated  
Communication *Liu Rui*(032)
- The Self-presentation Characteristics of Japanese Adolescents on Short Video and Analysis of Cultural Factors:  
Taking Japanese Version Tik Tok as a Case *Wang Chaoyang,Wu Ke*(047)
- A Study on“Non-users of Social Media” Based on the Perspective of Consumption Culture *Tang Jiayi*(061)
- The Factors Influencing Chinese Response to Social Networking Advertising  
*Lin Shendong,Chen Rui,Xuan Changchun,Cheng Hong*(076)
- Evaluation of Competitiveness Portfolio of Listed Media Groups in the Big Data Era  
*Xie Yuan,Li Benqian*(089)
- Micro-governance——Social Media Practice in Urban Community Construction: A Study in Media Anthropology  
*Wu Yidong*(105)
- The Reconstruction of Wuhan’s Urban Cultural Image in the Post-pandemic World  
*Peng Leitong,Zeng Jiayi*(115)