

2021年总目录

卷首语

- 病毒与传播研究领域的“发酵”
..... 单波(第1期)
- 以人为本,传播才有意义
..... 陈昌凤(第2期)
- 建构基于技术发展现实的未来想象力
..... 喻国明(第3期)
- 从党史教育中汲取厚植马新观的智慧与力量
..... 童兵(第4期)
- 中国国际传播能力建设的当务之急
..... 程曼丽(第5期)
- 创新与超越:学术期刊高质量发展的必然选择
..... 《新闻与传播评论》编辑部(第6期)

马克思主义新闻观

- 中国共产党新闻理论的百年发展脉络与演进逻辑
..... 季为民 叶俊 刘博睿 李斌(第4期)
- 新时代马克思主义中国化路径中的批判传播研究
..... 陈鸣帆(第4期)

新闻传播学

- 从“占有”到“存在”:论弗洛姆的人本主义交往观
..... 郭旭东(第1期)
- 意见相符性与评论文明性对网络舆情传播行为的影响
..... 赖胜强(第1期)
- 中国当代文学书写中的新闻题材
..... 李松 吴婧(第2期)
- 内在性、外显性与隐蔽象征:传统文化的视觉表达——以纪录片《如果国宝会说话》为例
..... 张卓 张斌(第2期)
- 探究新时代国际传播的方法论创新:基于“全球中国”的概念透视
..... 史安斌 盛阳(第3期)
- “不在线是一种奢望”:断连的理论阐释与研究进展
..... 陈雪薇 张鹏霞(第4期)
- 被忽视的“盲点之争”:传播物质性研究的传播政治经济学缘起
..... 汪金汉(第4期)
- 中国新闻传播高等教育的困惑与走向
..... 黄升民 刘晓 刘珊(第5期)

新闻传播学类本科人才培养质量评价指标体系研究

..... 洪杰文 汤 恋(第 6 期)

新文科背景下新闻学专业核心课程设置现状与变革——基于 55 所院校本科培养方案的内容分析

..... 周茂君 郭 斌(第 6 期)

媒介化社会

听觉信息在媒介用户体验中的影响力研究维度

..... 喻国明 付 佳(第 1 期)

移动短视频新闻用户认知效果的比较实验研究

..... 王朝阳 魏杰杰(第 1 期)

身体、空间与城市:5G 时代智能城市的媒介化重构

..... 白 龙 骆正林(第 1 期)

演进与动向:人工智能在传媒领域的应用

..... 任瑞娟 王保超 赵雅倩(第 2 期)

社交媒体平台的第三人效果及其影响机制

..... 李 莹 林 萍 王 颖(第 2 期)

亲社会行为动机视角下公益众筹信息分享行为研究

..... 李 武 李 昕 毛远逸(第 2 期)

短视频“下乡”与老年群体的日常生活重构——基于一个华北村庄的田野调查

..... 何志武 董红兵(第 3 期)

短视频消费体验的复杂感受及其影响因素

..... 王建磊(第 3 期)

突发公共卫生事件中政治传播与健康传播的关系略论

..... 赵 洁 荆学民(第 3 期)

突发公共卫生事件中科学传播政治化的比较研究

..... 顾 超(第 3 期)

“一起打游戏”:城市青少年网络空间新型社交模式探究

..... 陶荣婷 翟光勇(第 3 期)

支持政府规制网络游戏的意向及其影响因素研究——基于不同群体的差异性分析

..... 任怡林 牛 静(第 4 期)

媒介技术演进中的具身性情感研究

..... 孙 强(第 4 期)

弱者的力量:生命历程视域下留守妇女的社交媒体赋权

..... 石义彬 邱 立(第 5 期)

社交媒体感知价值的量表开发及验证

..... 张鸣民 叶银娇 徐 萍(第 5 期)

社交媒体的社会资本属性考察

..... 周宇豪 杨 睿(第 6 期)

融合与反哺:B 站破圈的后喻文化解读

..... 赵 寰 侯清鹏(第 6 期)

中国媒介治理研究的历史演进与发展趋势

..... 胡远珍 吴诗晨(第 6 期)

广告与媒介经济

- 广告智能化研究的知识图谱
 段淳林 崔钰婷(第1期)
- 配额之争:韩美电影三轮“贸易摩擦”纠纷及启示
 许欢欢(第1期)
- 大数据时代传统广告公司业务战略转型研究
 马二伟(第2期)
- 代言人性别匹配性及其视线方向对广告效果的影响
 郑苑仪 王 霏(第2期)
- 沉浸营销的渊源与发展刍议
 龚思颖 沈福元 陈 霓 彭雪华 赵心树(第3期)
- 中国企业在美形象的影响因素研究
 陈欧阳(第3期)
- 利用信息扩散确定广告活动的最佳持续时间
 Eyüp Çetin 著 张方圆 丁俊杰 吴正鹏 译(第4期)
- 感知暴露、感知倾向和感知相似性对第三人效果的影响研究——以青年人对香烟类广告的感知效果为例
 吕尚彬 吴星漫(第4期)
- 计算技术背景下广告产业形态演进研究——基于“技术-供需”的分析框架
 冉 华 刘 锐(第5期)
- 广告学研究的问题意识与方法选择——基于2016~2020年刊登广告学论文的68种期刊的实证研究
 李雪枫 姚 洁(第5期)
- 消费者伦理感知对互联网医疗广告购买意愿影响研究
 杨先顺 张良悦(第5期)
- 体验与迁移:在线社群与品牌契合的概念与测量
 王 佳 王晓梅(第6期)
- 2020年西方公共关系学术前沿
 陈先红 秦冬雪(第6期)
- 广告诉求对旅游广告效果的影响机制研究
 吴 恒 曹 靖(第6期)

传播与文化

- 手机使用对春节文化观念的影响研究——基于仪式感和参与感的中介作用
 晏 青 付森会 冯广超(第1期)
- 来自“对立”的认同:战争隐喻中的社会治理逻辑
 黄 芸 胡 阳(第1期)
- 媒介融合背景下乡村“大喇叭”的重建及其机制研究
 张雪霖(第2期)
- 虚拟聚合与精准解码:农村广播大喇叭在突发疫情传播中的政治功能
 郭 森 郝 静(第2期)
- “快手”中的乡土中国:乡村青年的媒介呈现与生活展演
 徐 婧 汪甜甜(第2期)

“场景复制”时代博物馆的“社区性”探析
 李红艳 冉学平(第 3 期)

传播学视域下的博物馆研究——基于 CiteSpace 的数据挖掘与对比分析
 周夏宇(第 3 期)

“Emoji 社交”:视觉语言媒介的入场与数字交流方式重构——青年群体在微信中的 emoji 实践解析
 姚文苑(第 3 期)

网络里的甘愿劳动:秀场女主播的建制民族志研究
 周孟杰 徐生权 吴 玮(第 3 期)

传播学中社会文化分析的方法论研究
 司景新 药 琦(第 4 期)

认同、差异与抵抗:偶像媒介形象的呈现与受众解读
 燕道成 谈阔霖(第 5 期)

劳动化叙事构建乡村品牌新价值——以“川香秋月”VLOG 为例
 陈 凌(第 5 期)

突发公共危机中地方政府新闻发布的对话公关实践
 侯迎忠 杜明曦(第 6 期)

突发公共卫生事件中短视频的情感动员机理研究
 李 娜 曹 茹(第 6 期)

跨文化传播

新媒体跨文化传播的难点及其理论回应
 肖 璐 胡文韬(第 1 期)

华人形象与华人文化的媒介镜像——基于美国电视剧《初来乍到》的接受话语考察
 杨嘉博 田 浩 常 江(第 1 期)

英国公众眼中的中国环保形象——基于图式理论的访谈研究
 赵 莉 叶 欣(第 2 期)

论新公共外交视域下中国网红对国家形象构建的作用——以 YouTube 平台中国网红李子柒为例
 张举奎 王 琪(第 5 期)

中国传统文化符号跨文化叙事研究——基于杜甫在英文世界传播的考察
 王 鑫 黄皓宇(第 5 期)

新闻传播史

抗战时期孩子剧团的政治宣传
 付冬生(第 4 期)