

<<网络传播学导论>>

图书基本信息

书名：<<网络传播学导论>>

13位ISBN编号：9787220077517

10位ISBN编号：7220077513

出版时间：2009-2

出版时间：四川出版集团，四川人民出版社

作者：赵志立

页数：277

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<网络传播学导论>>

内容概要

《网络传播学导论》从新闻学、传播学入手，运用经典传播学的理论框架和研究范式，对网络传播的基本原理和特性；网络传播的控制理论；网络传播的工具理论；网络传播的受众理论；网络传播的效果理论进行了梳理和分析。

从而为构建网络传播学奠定了基础。

《网络传播学导论》从实证研究出发，注意“学”和“术”的关系，对网络新闻业务、网页设计制作、网络媒介经营、网络文化建设等应用理论与业务技能作了大量阐述，对指导网络传播的实践，推动网络文化健康发展具有现实意义。

《网络传播学导论》为国内第一部研究生“网络传播”专用教材，也适合新闻传播专业本科生、网络媒体从业人员和普通网民阅读。

作者简介

赵志立，重庆市人。

当过下乡知青、边防战士，作过多年记者、编辑。

先后就读于四川大学中文系和四川省社会科学院研究生学院，获法学硕士学位。

现任四川省社会科学院研究员、研究生学院教授、硕士研究生导师，四川省文化发展研究中心常务副秘书长、四川省巴蜀文化研究中心副秘书长，四川省网络传播学会（筹）副会长兼副秘书长、四川网络文化研究中心特约研究员，“四川新闻网”等多家新闻网站顾问。

主要从事新闻学、传播学、编辑学、文化产业和网络传播领域的研究，已出版相关学术专著《从大众传播到网络传播——21世纪的网络媒体》、《网络传播理论与实践前沿》、《网络传播学导论》、《中国网络文化研究》（合著）；在《光明日报》、《中国记者》、《当代传播》等报刊发表相关学术论文近百篇，多次承担国家及省相关研究课题，出席国际及全国相关学术会议；在西部地区第一个为新闻专业研究生开设《网络传播》专业课程，第一个招收网络传播研究方向硕士研究生。

<<网络传播学导论>>

书籍目录

绪论一 互联网与网络传播学的兴起二 网络传播学的研究对象和任务三 网络传播学的学科性质四 网络传播学的研究方法第1章 网络传播的技术原理1.1 人类传播工具发展的历史回顾1.1.1 口头媒介1.1.2 文字媒介1.1.3 印刷媒介1.1.4 电子媒介1.1.5 认识媒介生态的规律1.2 数字化——不只是与计算有关1.2.1 计算机的发明1.2.2 计算机在传播领域内的应用1.2.3 计算机与数字化生存1.3 互联网——带你走进网络时代1.3.1 从阿帕网到因特网1.3.2 互联网的基本概念1.3.3 互联网的服务方式1.3.4 全球信息高速公路1.4 多媒体——展示一个多彩世界1.4.1 什么是多媒体1.4.2 多媒体的技术特征1.4.3 多媒体是如何“突破境界”的第2章 网络传播的基本特性2.1 传播速度的时效性2.1.1 时效性上的革命2.1.2 网络传播的即时性2.1.3 网络传播的实时性2.1.4 网络传播的全时性2.2 传播范围的开放性2.2.1 信息共享是网络的本质2.2.2 互联网的时空压缩性2.3 传播内容的海量性2.3.1 海量性与数字化2.3.2 海量性与数据库2.3.3 海量性与超链接2.4 传受关系的交互性2.4.1 什么是传播的交互性2.4.2 “智慧可以存在于传播者和接受者两端2.4.3 变“一种声音”为“多种声音”2.5 传播环境的虚拟性2.5.1 “虚拟环境”与虚拟社会2.5.2 网络虚拟性的正面效应2.5.3 网络虚拟性的负面效应2.6 传播形态的综合性2.6.1 电子报纸2.6.2 电子期刊2.6.3 电子图书2.6.4 网络广播2.6.5 网络电视第3章 网络传播的传播方式3.1 网络传播与人际传播3.1.1 人际传播释义3.1.2 网上人际传播的方式3.1.3 网上人际传播的特征3.2 网络传播与群体传播3.2.1 群体传播释义3.2.2 网上群体传播的方式3.2.3 网上群体传播的特征3.2.4 网上非常态群体传播3.3 网络传播与组织传播3.3.1 组织传播释义3.3.2 组织传播的方式3.3.3 网络时代的组织传播3.4 网络传播与大众传播3.4.1 大众传播释义3.4.2 网上大众传播的特征3.4.3 横空出世的第四媒介3.4.4 网络媒体的主要类型3.4.5 网络媒体的社会功能第4章 网络传播的媒介分析4.1 不同服务方式的网络媒介4.1.1 用户网站4.1.2 垂直网站4.2 不同传播主体的网络媒介4.2.1 政府网站4.2.2 企业网站4.2.3 个人网站4.3 不同社会功能的网络媒介4.3.1 新闻网站4.3.2 商业网站4.3.3 教育网站4.3.4 娱乐网站4.4 不同媒介形式的网络媒介4.4.1 文字网站4.4.2 音频网站4.4.3 视频网站4.4.4 手机网站第5章 网络传播的控制研究5.1 社会控制与媒介规范理论5.1.1 自由主义的媒介规范理论5.1.2 社会责任的媒介规范理论5.1.3 马克思主义的媒介规范理论5.1.4 社会主义的媒介规范理论5.2 网络传播的社会属性5.2.1 网络媒介的社会作用5.2.2 网络媒介的所有制性质5.2.3 网络媒介的传播者5.3 网络传播的社会控制特征5.3.1 网络媒介的开放特征5.3.2 网络媒介的交互特征5.3.3 网络媒介的虚拟特征5.4 网络传播的社会控制途径5.4.1 政治控制5.4.2 经济控制5.4.3 社会监督第6章 网络传播的受众研究第7章 网络传播的效果研究第8章 网络新闻业务(一)第9章 网络新闻业务(二)第10章 新闻网站建设第11章 网络媒介经营第12章 网络媒介管理第13章 网络文明建设第14章 网络法制建设附录主要参考文献后记

章节摘录

第1章 网络传播的技术原理 1.1 人类传播工具发展的历史回顾 无论什么传播方式，都离不开一定的传播工具即传播媒介；人类传播的历史，就是人类发明创造和使用传播媒介的历史，也是传播媒介不断从简单到复杂的进化史。

媒介理论创造者马歇尔·麦克卢汉把传播媒介的作用看成是人体的延伸。

他认为人类最初只能通过自己的感官如眼、耳、口等来交流信息，有了文字以后，人们可以把文字书写下来或用以传递或流传于世，这是人的感官的第一次延伸；而随着造纸术和印刷术的发明，人们可以通过印刷书籍、报纸并进行大量的复制来传播信息，是人的感官的又一次延伸；在有了电话、电报、广播、电视以及以互联网为代表的新媒介以后，人的感官得到再一次延伸，成为几千年前人类向往的“千里眼”、“顺风耳”……总而言之，媒介的功能就是延伸人类传播和接收信息的能力，传播工具的演进在一定程度上反映出人类文明的进程。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>