

<<中国新媒体传播学研究前沿>>

图书基本信息

书名：<<中国新媒体传播学研究前沿>>

13位ISBN编号：9787300113173

10位ISBN编号：7300113176

出版时间：2010-3

出版时间：中国人民大学出版社

作者：彭兰 编

页数：280

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>

<<中国新媒体传播学研究前沿>>

前言

此时此刻，我的心情非常激动，因为这么多研究新媒体与网络传播的学者和业界的专家汇集在一起，召开“2008中国新媒体传播学年会”。

我作为一个老年的新媒体传播的爱好者，在表示祝贺的同时，我想有必要为大家回顾一下我们年会所走过的历程。

自1994年我们中国正式全面接入互联网，到2004年正好走过了10年。

在这个关键的时刻，为了适应新媒体迅猛发展的需要，全国研究新媒体的学者通过种种方式云集在一起，交流心得，分享研究成果。

当时全国主要有两个学术平台，一个是“新媒体与传播革新论坛”，简称“新新论坛”，一个是“中国网络传播学年会”。

2004年4月，我和当时的清华大学传播学院副院长熊澄宇教授在武汉和北京的中间城市郑州进行磋商，鉴于新媒体对传播学学科的巨大影响，我们倡导我们两所都是以理工科为背景的学校，联合举办一个“新媒体与传播革新论坛”，并商定这个会议以小规模、高层次为基本思路。

首届论坛由华中科技大学承办，论坛共收到论文82篇。

经过论文筛选，清华大学、中国人民大学、南京大学、中国传媒大学、济南大学、中国社会科学院、人民网、武汉电信局等30多家高校和信息传播机构的42位代表应邀参加论坛。

论坛的主题是“新媒介、新机遇、新挑战”。

论坛采用主题报告和专题演讲相结合的形式，参会嘉宾从宏观和微观的角度各自畅谈对新媒介的独到见解。

<<中国新媒体传播学研究前沿>>

内容概要

我们可以看到，很多论文都是国家重大课题成果的一部分，可以说，这本论文集是中国新媒体研究的一扇窗口。

透过这个窗口，我们可以看到今天中国新闻传播学界在新媒体研究方面的多元性，以及在研究领域与研究方法方面的不断拓展。

这本论文集也让我们感受到，中国新闻传播学界在新媒体领域方面的研究，正处在一个质的飞跃过程中。

书籍目录

创新——新技术条件下的研究拓展 用户自创内容的可持续性：新浪博客发帖趋势的描述研究 绘制人的社会关系的信息图景的尝试和意义——“人立方关系搜索”预示了什么 网络信息挖掘：能力及其对社会科学可能的影响 从社区到社会网络——一种互联网研究视野与方法的拓展 多样性议题偏好与有限议题影响——互联网朋S论坛意见领袖舆论参与特征研究 浅议网络谣言的传播与控制——以汶川地震中的网络谣言为例 网络媒介事件的特征和构成要素——一种认识网络事件的新视角 变革——新技术条件下的社会变迁 对中国网络民族主义的观察、分析——以中日、中韩关系为对象 政府危机管理中的新媒体舆论管理探析 中国网络社会调查报告(节选) 新媒体中的公共领域是否可能 网络和谐管理的目标与路径 网络传播与地方政府的社会控制 新媒体环境下公共领域的建构——从“黑砖窑事件”谈起 想象的狂欢：“人肉搜索”的文化学分析 新媒体语境、危机话语与社会性格 融合——新技术条件下的媒介发展 媒介融合前景下的新闻传播变革与新闻教育改革 3G技术对我国新闻媒体发展的影响 数字网络媒体环境下出版概念及特征探析 新媒介生态的关系条件——报纸提价与网站唱衰的深层寓指 我国网络报料的现状及发展——以腾讯·大楚网为例 数字内容产业的形成及对媒体角色的重塑 后记

章节摘录

插图：本研究从全球最大的博客网（新浪）中随机抽取了近两万个博客作者。该样本的随机性质和较大规模，使我们有足够的信心认为其能够代表新浪博客网的总体行为特征。通过对样本作者发表第一个帖子的日期的分析，我们发现新浪博客的扩散进程与经典的S-曲线有明显差别。

具体说来，新博客的加盟速度在2005年10月至2007年2月之间高于S-曲线的预测（这一现象应该与同期徐静蕾博客点击率超过一千万、博客版权归属和广告分成的争议等事件有关），而在此前后的各个阶段均低于S-曲线的理论值。

我们知道，S-曲线是一个在各种创新扩散过程中被反复验证的普遍规律。

如果一个博客网的增长呈现S-曲线，不足为奇；相反，如果其明显背离S-曲线，反而值得引起注意。

高明和有效的推广促销，能制造出短期的超常增长，但往往不能持久，高潮过后一切回归“自然”规律（即S-曲线）。

当然，这一趋势是新浪博客独有，还是适用于其他博客网以及其他用户自创内容，有待我们继续研究。

我们还通过分析作者发表最后一个帖子的日期，发现有四分之一左右（24%）的博客在最近三个月内发表过帖子，另外一半左右（47%）一年之内没有任何新作，剩下四分之一多的（29%）属于休眠状态，其进退前景尚难判断。

如何解读这一分布，自然涉及主观判断。

很显然，博客不是一个人人参与并持之以恒的大众运动。

所谓“Web2.0时代人人都是记者”的说法是过分高估了草根运动的规模及其可持续性。

但是，如果四分之一的博客能持续发帖，也是一个不容忽视的社会运动。

中国互联网络信息中心发现，中国内地的2.6亿网民中工亿拥有博客或私人空间。

我们也许可以据此推测，全球的2亿博客相当于5000万家业余或专业的“媒体”，而中国内地则有2500万左右的活跃博客。

后记

今天的新媒体发展已经进入一个新的时代，在这个时代的变化中，始终回荡着几个方面的主旋律：其一是创新。

创新是媒体发展的永恒动力，在以Web2.0等为主要指征的新媒体时代，技术创新的特征是把人的关系、人的需求作为更重要的指向，技术的目标是着力于激发人的能力，整合人的能力。

当新媒体的焦点从人与内容的关系演进为人与人的关系时，它的景观必然会发生质的变化。

新媒体自身的创新必然导致应用上的创新和研究上的创新。

这些创新实质上也是我们对一个不断形成中的新媒体世界的探索过程。

这个世界会变得多广阔，在一定程度上取决于我们的探索有多深远。

其二是变革。

创新使得新媒体作为新的社会形态的意义进一步显现。

这个新的社会形态不是虚拟的，而是实际存在的，并且与现实世界交织在一起，共同构成了人类社会。

这个社会虽然还遵循着人类社会固有的那些本质运行规律，但是，新技术也为社会运动带来了内在和外变化的可能。

无论是从外部评估这些社会变革的意义，还是从内部探询这些社会变革的动力要素，都是必要的。

其三是融合。

媒介融合与新媒体的发展既是交叉的，又不是完全同一的。

它们有各自的原始动力。

但是，其背后的逻辑是一致的，走向也是相同的。

媒介融合的挑战既是针对传统媒体的，也是针对新媒体的。

对于新媒体的研究，如果不关注媒介融合这个背景，那就会是残缺的。

<<中国新媒体传播学研究前沿>>

编辑推荐

《中国新媒体传播学研究前沿》由中国人民大学出版社出版。

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>