

<<网络传播导论>>

图书基本信息

书名：<<网络传播导论>>

13位ISBN编号：9787300161181

10位ISBN编号：7300161189

出版时间：2012-8

出版时间：中国人民大学出版社

作者：钟瑛 编

页数：274

字数：358000

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>

<<网络传播导论>>

内容概要

《21世纪新媒体专业系列教材：网络传播导论》力图多角度、多层次、跨学科呈现网络传播的基本图景。

从角度看，既有微观上的网络传播技术、网民及其行为、网络新闻评价与管理，也有中观上的网站类型、网站商业运营，还有宏观上的网络管理、网络舆论、网络传播影响等知识点。

从层次看，既有初级的互联网历史脉络和网络传播技术等知识要点的梳理介绍，也有深度的网络舆论传播规律、有中国特色的网络管理机制构建、网络传播研究前沿理论与方法等知识要点的学理剖析。

从学科看，广泛涉及计算机科学、传播学、社会学、心理学、政治学、法学、经济学、管理学、文化学、伦理学等学科，体现了当前网络传播研究的跨学科、多视角的取向。

作者简介

钟瑛，华中科技大学新闻与信息传播学院教授、博士生导师、副院长。

中国网络传播学会副会长，中国传播学会常务理事，国家社科基金评委。

英国北伦敦大学信息传播学院、美国密苏里大学新闻学院访问学者。

涉猎的专业有中文、历史、信息管理、新闻传播，现在主要从事网络传播、媒体政策、传播史等领域的教学与研究工作。

在权威及核心以上的学术期刊发表论文60余篇。

独著、合著出版学术著作8部，其中《网络传播伦理》、《中国互联网管理与体制创新》代表了近几年的研究所得。

主持和主要负责不同类型的科研课题10余项，包括主持2007年国家社科基金重大项目“互联网管理与中国特色网络文化建设”。

<<网络传播导论>>

书籍目录

- 第1章 互联网发展现状及前景
 - 第1节 国外互联网发展简史
 - 第2节 国内互联网发展简史
 - 第3节 互联网发展前沿
 - 第2章 网络传播技术与发展前沿
 - 第1节 网络传播基本技术
 - 第2节 网络传播实践技术
 - 第3节 网络传播前沿技术
 - 第3章 我国主要网站类型及其特征
 - 第1节 商业门户网站
 - 第2节 新闻网站
 - 第3节 视频网站
 - 第4章 网民及其活跃分子
 - 第1节 网民的基本状况
 - 第2节 网民的特征
 - 第3节 网民中的活跃分子
 - 第5章 网络新闻的评价与管理
 - 第1节 网络新闻及其类型
 - 第2节 网络新闻的评价
 - 第3节 网络新闻的管理
 - 第6章 网络舆论及其传播规律
 - 第1节 网络舆论传播的形态
 - 第2节 网络舆论传播的渠道
 - 第3节 网络舆论的传播规律
 - 第7章 网络传播方式及影响
 - 第1节 网络传播的主要方式
 - 第2节 网络传播的政治影响
 - 第3节 网络传播的经济影响
 - 第4节 网络传播的文化影响
 - 第8章 网站的商业运营
 - 第1节 网站运营的内容与方式
 - 第2节 网站运营存在的主要问题
 - 第3节 改善网站运营的途径
 - 第9章 网络管理与中国特色
 - 第1节 我国互联网管理主要机构及其职能
 - 第2节 我国政府互联网管理阶段与评价
 - 第3节 我国互联网管理模式及其特征
 - 第4节 有中国特色的网络管理机制
 - 第10章 网络传播研究前沿理论与方法
 - 第1节 网络对传统传播理论的冲击
 - 第2节 网络传播研究前沿理论
 - 第3节 网络传播研究方法前沿
- 后记

章节摘录

版权页：插图：2012年4月27日，经过两年多的筹备，被称为“官媒第一股”的人民网在上海证券交易所成功上市。

这也标志着我国新闻网站转企改制之路取得实质性突破，也给被列入改制名单的重点新闻网站一个积极的示范。

当然，上市只是新闻网站市场化改革进程的一个步骤，如何面对市场竞争，取得经济效益和社会效益的双丰收，并成为网络舆论引导中的主导性力量，这将是上市后的新闻网站面临的更大难题。

其一，如何在商业逻辑下坚守宣传导向和公共利益？

我国政府充分意识到互联网在意识形态上的重要性，因此着力打造互联网的“国家队”。

政府积极推动重点新闻网站上市，一方面希望通过市场化手段来解决自身体制和资金匮乏问题，另一方面是希望增强活力，壮大实力，提高网络的影响力和引导力，抢占在互联网世界中的舆论高地。

新闻网站整体上市，将采编等内容资产打包进入市场，新闻网站能否继续承担宣传导向的任务而不陷入商业逻辑的槽模，新闻网站如何改制为公共企业维护公共利益，传统新闻理念、新闻尺度在商业环境下是否会逐步发生转变，编辑方针、管理层任命将由政府决定还是由董事会决定，如何在政治性、公共性、商业化之间寻求合理的边界等，这都是新闻网站转企、改制、上市的关键难题。

我国的新闻网站具有特殊的身份：既有事业性质，要坚持正确的舆论导向，又是企业单位，面临激烈的市场竞争。

它的双重身份与双重职能，决定了要完全市场化独立运作和全面与市场机制接轨具有相当的难度。

其二，新闻内容的核心竞争力还能保持多久？

依据2000年11月6日发布的《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》第五条和第七条规定，新闻网站最大的优势是拥有政府的政策资源和传统媒体的新闻资源，拥有新闻采访权和新闻发布权是政策、体制赋予新闻网站的“尚方宝剑”，也是新闻网站与商业网站展开竞争的先天特权，而商业网站只有转载新闻的资质。

短期内，特别是在新闻网站上市的前几年，政府不会轻易改变当前新闻资源分配的格局。

在新闻网站整体上市的背景下，商业网站和新闻网站进行全面竞争，仍然是在不对等的新闻资源占有下的竞争。

但是拥有新闻发布权，不等于能够拥有不可替代的核心竞争力。

随着市场机制的日益完善，一旦有关部门在某些领域将新闻发布权下放给商业网站，那么市场竞争将会全面激活，新闻网站的新闻垄断优势将被有限打破，新闻网站在新闻内容上的核心竞争力将被削弱。

这应该是未来我们需要关注的重要走向。

当前新闻网站作为母媒体的一个部门，可以用母媒体采制的新闻内容和商业网站进行有偿交易或资源互换。

新闻网站一旦整体上市，作为各自独立运作的网站企业和母媒体在新闻资源资产方面将发生转变。

作为独立法人的新闻网站和它的主办单位之间如何处理新闻内容版权的有偿交易或资源互换，也是新闻网站整体上市后面面对的重要问题。

一旦两者存在新闻内容版权上的协议，将进一步动摇新闻网站在新闻内容上的核心竞争力。

编辑推荐

《21世纪新媒体专业系列教材:网络传播导论》由中国人民大学新闻学院有几位多年来潜心研究新媒体的专家学者领衔撰写,《21世纪新媒体专业系列教材:网络传播导论》对新媒体的理论、技术、经营管理、业务流程、最新发展动态进行了全面深入的研究,反映了国内外新媒体研究的最新成果,对新媒体的管理者、研究者、学习者及业界从业人员都具有重要的参考价值。

《21世纪新媒体专业系列教材:网络传播导论》的出版,相信会有助于推动我国新媒体的快速健康发展。

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>