

<<新媒体论纲>>

图书基本信息

书名：<<新媒体论纲>>

13位ISBN编号：9787306033093

10位ISBN编号：7306033093

出版时间：2009-6

出版时间：中山大学出版社

作者：王长潇 主编

页数：235

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>

## 前言

近年来，伴随着网络传播技术的日新月异，新型传播媒体如雨后春笋般层出不穷，一种新媒体问世后刚刚为市场及消费者认识，马上又有另一种更新的媒体形式开始进入人们的视野，其更替速度之快，用“令人眼花缭乱”来形容并不过分。

作为传媒领域里的一名资深从业者和研究者，作者对新媒体发展的关注从未松懈过，记录整理这些新的媒体形式，并将其功能、特点、影响编辑成文告知大众，是作者的研究方向所在，也是工作兴趣使然。

连续多年的关注，使得作者可以不断形成和整理关于新媒体发展及新媒体特征效用的资料和数据，为本书的写作提供了整体思路和基本框架。

而多年来与各类媒体组织的接触和合作，大量来自业界一线的现实问题和个案实例，不仅丰富了作者对新媒体的理解，也为本书的写作提供了丰富的一手资料和鲜活案例。

作为跟踪研究新媒体的阶段性成果，本书重点论述当前新媒体最新发展状况，这个领域里更深更远的目标有待本研究进一步深入后逐步达成，后续的研究成果将为本书的下一步修订与完善提供素材。

本书由王长潇拟定整体框架和写作大纲，并对全书进行总纂和定稿，以下人员参与了前期资料的收集以及相关章节初稿的写作：王辉，第一章、第十二章；陈璐，第二章；魏晋，第三章；张草、王长潇、张懿奕，第四章、第五章、第六章；王长潇、刘永涛，第七章；王长潇、高瑞，第八章、第九章；张晓达、王长潇，第十章、第十一章；赵艳，第十三章、第十六章；高原，第十四章、第十七章；姚佳，第十五章、第十八章。

在成书过程中，中山大学出版社副编审邹岚萍做了大量细致入微的工作，对本书进行了妥善组织和精心协调。

这里，作者对邹岚萍以及中山大学出版社表达由衷的谢意。

同时，还要感谢那些新媒体研究领域里的专家学者，他们的研究成果为本书的写作提供了极有价值的参考，书中许多观点和数据直接或间接来自他们公开发表的学术成果，有的已在书中注明，有的或许存有遗漏，在此一并说明并表示由衷的感谢。

由于作者掌握资料及写作时间的有限性，加上新媒体发展及研究尚处在起步阶段，本书或有不全之虞，欢迎有识之士批评指正。

## 内容概要

本书从媒介学、大众传播学等视角，通过对各种新媒体的界定归类和案例分析，探讨其内在本体特征以及与传统媒体之间的比较特征，旨在让读者对各种新媒体的传播特点、传播过程、传播效果和传播功能，及其对传统媒体的影响有一个全面系统的了解。

在此基础上，进一步揭示并总结新媒体的传播规律、发展趋势、面临挑战及其日益强大的社会影响。

本书内容包括四编，共计18章，第一编以新闻网站、门户网站、IPTV为例，论述了以网络为传播渠道的新媒体；第二编全面系统地论述了能随身携带的手机新媒体；第三编以车载移动电视、楼宇电视为例，论述了户外新媒体及户外分众影像传播的发展与社会影响；第四编基于网络科技Web 2.0的指向与应用，以博客、播客、RSS、即时通讯、维客、搜索引擎、SNS、社会书签、虚拟社区为例，全面论述了从网络媒体衍生发展而来的各种新媒体。

## 书籍目录

第一编 网络新媒体 第一章 新闻网站 第一节 新闻网站的界定及发展概况 第二节 新闻网站的传播特点 第三节 新闻网站的发展前景与面临的挑战 第二章 门户网站 第一节 门户网站的内涵及发展概况 第二节 门户网站的传播特点及功能 第三节 门户网站与新闻网站的关系 第四节 门户网站的发展前景与面临的挑战 第三章 IPTV 第一节 IPTV的内涵及发展概况 第二节 IPTV的传播特点 第三节 IPTV的发展前景与面临的挑战 第二编 手机新媒体 第四章 手机新媒体的兴起与发展 第一节 手机新媒体产生的社会语境 第二节 手机新媒体传播的比较特性 第五章 手机新媒体传播的形式及其作用 第一节 手机文字传播 第二节 手机影像传播 第三节 手机摄影与摄像 第四节 手机影像传播的作用 第六章 手机新媒体的社会影响 第一节 身陷新部落时代 第二节 手机对大众媒体的历史性总结 第三节 手机新部落文化的形成、特色及反思 第三编 户外新媒体 第七章 车载移动电视 第一节 车载移动电视的发展概况 第二节 车载移动电视的传播特点 第三节 车载移动电视面临的问题及发展前景 第八章 楼宇电视 第一节 楼宇广告电视 第二节 楼宇数字电视 第三节 楼宇数字电视与楼宇广告电视经营模式比较 第四节 楼宇电视传播的社会影响 第九章 户外分众影像传播 第一节 户外分众影像传播的成因及发展趋势 第二节 户外分众影像传播塑造的社会映像 第四编 衍生新媒体 第十章 博客 第一节 博客的内涵、兴起与发展状况 第二节 博客的传播特征及功能 第三节 博客发展面临的问题及对策 第十一章 播客 第一节 播客产生与发展的社会语境 第二节 播客的传播内容及其特性 第三节 从大众媒体到公民时代的影像 第四节 传统媒体应对播客挑战的策略 第十二章 RSS 第一节 RSS的内涵与应用 第二节 国内外RSS的发展状况 第三节 RSS的传播学解读 第四节 RSS的传播功能及社会影响 第十三章 即时通讯 第一节 即时通讯的兴起与发展历程 第二节 即时通讯的传播特征与功能 第三节 即时通讯的发展趋势 第十四章 维客 第一节 维客的诞生与发展现状 第二节 维客的应用与传播特点 第三节 维客的传播学解读 第十五章 搜索引擎 第一节 搜索引擎的兴起与类别 第二节 搜索引擎的传播特征及功能 第三节 搜索引擎的发展前景与社会影响 第十六章 SNS 第一节 SNS的内涵、发展与功能 第二节 SNS的拓展与社会影响 第十七章 社会书签 第一节 社会书签的产生与应用 第二节 社会书签的服务功能及影响 第十八章 虚拟社区 第一节 虚拟社区的兴起与类别 第二节 虚拟社区的传播特点及功能 第三节 虚拟社区的发展前景与社会影响 主要参考文献 后记

## 章节摘录

第一编 网络新媒体 第一章 新闻网站 20世纪90年代以来，互联网以超乎寻常的速度由信息传播工具演变为一种媒体形态。

在演变过程中，互联网吸取了传统媒体的一切优点并用新的手段和功能挑战传统媒体，压缩传统媒体的生存空间，其强大的社会影响力促使报刊、广播、电视等传统媒体发挥自己的特长，寻找适合的出路。

其中最突出的表现就是传统媒体与互联网融合发展，纷纷上网建站，以新的传播形态扩大自己的影响力，在更大的范围内争夺受众和市场。

从此，新闻网站成为了新闻传播领域中一道独特的风景。

第一节 新闻网站的界定及发展概况 一、新闻网站的界定 根据由国务院办公厅和信息产业部联合颁布的《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》所作的解释：新闻网站即“中央新闻单位、中央国家机关各部门单位以及省、自治区、直辖市和省、自治区人民政府所在地的市直属新闻单位依法建立的互联网站”。

目前，国内新闻网站分三级布局，即中央级的国家重点综合性新闻网站如人民网、新华网、央视国际等；省级地方新闻网站如东方网、红网、南方网、浙江在线等；依托传统媒体建设的大型新闻网站如大洋网、山西新闻网、广西新闻网等。

本书涉及和讨论的新闻网站指的是由传统主流媒体承办，通过提供高质量的新闻信息服务，能够对受众和舆论产生重大影响，并能通过独立运作取得较大社会效益的综合性新闻网站，如人民网、新华网、央视国际、中国广播网、国际在线等主流媒体新闻网站。

#### 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>