

<<新媒体蓝皮书2012>>

图书基本信息

书名：<<新媒体蓝皮书2012>>

13位ISBN编号：9787509736104

10位ISBN编号：7509736102

出版时间：2012-7

出版时间：社会科学文献出版社

作者：尹韵公 编

页数：381

字数：428000

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>

<<新媒体蓝皮书2012>>

内容概要

《中国新媒体发展报告(2012版No.3)/新媒体蓝皮书》编著者尹韵公。

作为国内唯一的新媒体蓝皮书，《中国新媒体发展报告（2012）》全面盘点新媒体发展现状，分析新媒体大势。

纵论新媒体之道。

当前新媒体发展进入一个极为特殊的成长阶段。

一方面，新媒体在全面而深刻地影响着人类的社会生活，成为推动社会发展的新力量；另一方面，新媒体的“双刃剑”功效凸显，新媒体治理成为世界普遍难题。

专家解读新媒体热点：网络对谣言是否真有自净化作用，微博传播为何具有中国特色，社交媒体如何影响世界政治，全球新媒体发展动向，中国网络舆情的特征……新媒体在与现实社会的冲突和融合中成长。

作者简介

尹韵公，现任中国社会科学院中国特色社会主义理论体系研究中心主任，研究员，博士生导师，享受政府特殊津贴。

1998年至2012年2月任中国社会科学院新闻与传播研究所所长，长期关注网络新媒体并发表《论网络文化》等多篇具有较大影响力的论文。

其他兼职有：国务院学位委员会新闻学科评议组成员兼召集人，国家社科规划办新闻学科评审组评委，中央实施马克思主义理论研究和建设工程新闻学科首席专家，中央“四个一批”人才工程首批入选人才，中央“四个一批”人才工程新闻界评审专家，教育部高校哲学社会科学重点教材评审组评委，中国新闻史学会第一副会长，中国新闻文化促进会第一副会长，《中国大百科全书·新闻出版卷》（第二版）副主编，国务院应急办公室专家组成员，北京大学、清华大学、中国人民大学、武汉大学、上海交通大学等三十余所大学的兼职教授、研究员、客座教授。

<<新媒体蓝皮书2012>>

书籍目录

BI 总报告

- B.1 成长中的新媒体：虚拟和现实社会的冲突与融合
 - 一 发展态势：新媒体成为推进中国社会成长的新力量
 - 二 传播转型：虚拟和现实社会的冲突与融合
 - 三 成长特征：具有中国特色的新媒体生态
 - 四 应对策略：中国特色的新媒体发展战略和治理之道

B 热点篇

- B.2 网络对谣言的自净化作用研究
- B.3 微博的发展态势、传播特征及治理策略
- B.4 微博舆论形成与互动机制的实证研究
- B.5 微博对新闻报道的影响
- B.6 社会化媒体：网络时代的关键转折
- B.7 世界政治中的社交媒体与数字行为主义
- B.8 三网融合背景下建设中国广电网的宏观战略思考
- B.9 2011年中国网络舆情指数年度报告
- B.10 2011年中国社交网络舆情发展态势
- B.11 社会转型风险与网络舆论——对网络舆论发生机制的实证研究
- B.12 中国网络舆情监测产业发展状况、问题与对策
- B.13 全球新媒体的发展动向
- B.14 中国新媒体产业园区发展报告

B 网络媒体篇

- B.15 2011年的中国网络媒体与网络传播
- B.16 中国主流媒体网站管理现状调查分析
- B.17 “2012年两会”互联网专题报道效果分析
- B.18 2011年新媒体视频发展报告
- B.19 2011年中国网络游戏发展报告
- B.20 2011年数字音乐发展报告
- B.21 2011年中国网络广告发展报告

B 移动与电子媒体篇

- B.22 新闻网站移动化发展报告
- B.23 《前线手机报》：党刊的移动化传播探索
- B.24 移动APP应用状况调查报告
- B.25 2011年中国IPTV发展报告
- B.26 2011年中国手机电视产业发展报告
- B.27 2011年中国手机报发展概况

BV 借鉴篇

- B.28 欧盟的数字化战略与新媒体发展
- B.29 2011年中外电子书产业发展报告
- B.30 2011年度中外数字报纸发展报告
- B.31 中外新媒体教育发展报告

章节摘录

版权页：插图：意见气候营造者。

意见领袖对于社会化媒体平台上的意见的形成与传播，作用也是明显的。

这不仅因为他们的个人意见更容易影响到相当规模的网民，还因为他们可以凭借自己对于信息流向与流量的控制，在他们周围形成一个强势的“意见气候”，使那些持不同意见的网民逐渐“沉默”下去。

当然，并非所有意见领袖都一定会扮演上述所有的角色。

由于个人背景和资源优势的差异，他们起的作用也可能不尽相同。

社会化媒体的议程设置也会受到如政府、平台运营商等其他力量的干预。

另外，正如前文所分析，并非在所有的社会化媒体平台上都有非常明显的权力落差。

但是如果从整个社会化媒体时代来看，意见领袖所扮演的角色及其影响，将是长远的。

（三）“自组织”的协同机制——社会化媒体自我修正与进化的基础 从系统论的观点来说，“自组织”是指一个系统在内在机制的驱动下，自行从简单向复杂、从粗糙向细致方向发展，不断地提高自身的复杂度和精细度的过程。

自组织存在于自然界和人类社会的各个层面。

人类社会的形成与发展，就是一个典型的自组织的进化过程。

网络是一个新型的社会系统，社会化媒体也是如此，它们的发展，会在一定意义上反映着人类社会进化的规律。

在社会化媒体中，无论是常态的自组织（如稳定的论坛）还是应急性的自组织（如一次人肉搜索的网民协作），都已经出现，而且将不断发展。

自组织的视角，可以让我们对于社会化媒体中出现的混沌现象及其可能的走向有一个新的认识思路。

社会化媒体赋予了每个人发布信息权利，因此，信息质量良莠不齐的现象难以避免，谣言现象也必然与社会化媒体相生相伴。

但这个平台对于谣言并非完全束手无策，网民自发形成的协同工作，可以在一定程度上完成对谣言的辨识与纠正。

当然，自组织机制不可能解决一切问题，但是，从近两年微博中的一些辟谣事件来看，网民的内部协作的力量，是不容小视的。

五 社会化媒体如何改变传媒业 社会化媒体时代的全面到来，是传统媒体真正的危机时代的一个开始。

社会化媒体对于传媒业的影响是多方位的，但以下两个方面的挑战更为突出。

（一）信息生产模式——UGC与专业媒体平分秋色 社会化媒体是UGC的平台，社会化媒体时代，UGC的力量必然不断上升，最终与专业媒体相抗衡。

这将使得未来传媒业的生产模式发生质的变化。

尽管很多研究者与从业者对UGC的碎片化持否定态度，但在某种意义上，网民带来的碎片化的信息，是对由大众媒体垄断带来的信息不平衡状态的一种补充。

它们之间也存在着相互参照、相互校正的可能。

虽然每个网民只是提供一些零散的“碎片”，但是，当那些关键的碎片拼贴在一起时，当它们与专业媒体所提供的图景组合在一起时，最终呈现的景象，会比仅仅由专业媒体所描绘的景象要更为丰富、立体、真实。

在这样一个形势下，专业媒体需要重新定义自己的“专业优势”，才能找到与UGC平分秋色的理由。

<<新媒体蓝皮书2012>>

编辑推荐

《新媒体蓝皮书:中国新媒体发展报告No.3(2012版)》指出作为世界新媒体发展最快、用户最多、应用最丰富的国家,中国也拥有最庞大和最为复杂的新媒体虚拟空间,形成了独具中国特色的新媒体传播生态。

尤其是处于社会发展的关键期,新媒体与中国社会的融合和冲突效应都日益凸显。

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>