

<<新媒体传播>>

图书基本信息

书名：<<新媒体传播>>

13位ISBN编号：9787565701597

10位ISBN编号：7565701599

出版时间：2011-10

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：马办公，罗青 主编

页数：305

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>

<<新媒体传播>>

内容概要

2004年一位19岁的哈佛大学学生在他的宿舍里开通了一项社交网络服务，七年以后这项改名为Facebook的服务新增了5.5亿用户，成为“改变人类生存方式”的人口位列全球第三的“虚拟王国”。

不仅如此，数字技术、卫星技术、互联网的飞速发展使得信息可以在全球范围内超越时空自由流通，基于云计算和开放共享的网络融合正在逐步走向集图文、影音、视频为一体的富媒体，这在口语传播时代、印刷传播时代和电子传播时代都是无法比拟的。

本书《新媒体传播》勾勒了新媒体传播的发展背景、趋势、产业结构、评价体系以及国际媒介集团的新媒体实践案例，从传播创新的角度总结了新媒体全球传播的发展规律。

《新媒体传播》由马为公和罗青主编。

<<新媒体传播>>

作者简介

马为公，中国国际广播电台副总编兼国际在线网总编辑，中国人民大学国际关系学院和中国传媒大学新闻传播学院兼职教授，全国百佳优秀新闻工作者和百佳优秀广播电影理论工作者。

1980年毕业于上海外国语学院阿拉伯语专业，1981年至1983年在科威特大学文学院学习。

曾任国际台阿拉伯语翻译、播音员、记者。

1990年至1994年任国际台驻中东记者；1998年负责创办国际在线网站。

主编《互联网的新时代》一书。

罗青，中国传媒大学国际台作与交流处副处长兼传媒高等教育国际联盟秘书长，博士、副教授、硕士生导师，瑞士卢加诺大学传播学院客座教授，欧盟伊拉斯谟传播学客座教授。

曾担任欧洲委员会视听传媒研究中心、国际奥委会奥林匹克研究中心、意大利佛罗伦萨大学高级访问学者，国际奥委会奥林匹克国际传播效果研究联盟主持人。

作为北京人民广播电台资深新闻评论员，曾先后应邀出席布鲁塞尔欧广联公共传播年会、雅典奥林匹克传播论坛、剑桥大学体育传播论坛等国际传媒合作会议。

研究领域：国际传播、传媒公共政策及产业机制、新媒体传播、体育传播。

<<新媒体传播>>

书籍目录

总序

导论 新媒体传播的兴起：从地球村理想到全球传播的实现

第一章 新媒体传播的界定及特征

第一节 新媒体的概念

第二节 新媒体的传播特征

第三节 新媒体的分类

第四节 新媒体传播形态

第二章 新媒体传播的主体构成

第一节 国家及国际组织的新媒体传播

第二节 传统媒体的新媒体传播

第三节 新媒体机构的自传播

第三章 新媒体的跨域传播

第一节 传播媒介的多媒体化

第二节 传播的多终端时代

第三节 从单媒体到多媒体，从单终端到多终端

第四节 新媒体的内容跨域

第四章 新媒体传播与通信的媒体化

第一节 互联网产业及媒体化应用

第二节 移动互联网产业及媒体化应用

第三节 云计算背景下的通信媒体化

第五章 电视的新媒体形态

第一节 有线数字电视

第二节 地面数字电视

第三节 卫星数字电视

第四节 IPTV

第五节 手机电视

第六节 网络电视

第六章 三网融合环境下的新媒体业态

第一节 中国三网融合的发展

第二节 三网融合下的产业边界消融

第三节 三网融合催生新媒体形态

第七章 新媒体传播的内容产业与效果评估

第一节 数字内容产业的成型

第二节 数字媒体的内容形态

第三节 移动数字媒体的内容形态

第四节 互动电视的跨媒体内容平台

第五节 新媒体内容价值评估体系

第八章 传媒集团的新媒体传播实践

第一节 西方传媒集团的新媒体传播实践

第二节 国际通讯社的新媒体传播实践

第三节 中国国际广播电台(CRI)的新媒体传播实践

第九章 新媒体传播的理论创新

第一节 传统传播模式的延伸和颠覆

第二节 全新传播特征的成型

第三节 新媒体传播的理论建构

<<新媒体传播>>

第四节 新媒体传播的辩证思考

第十章 新媒体传播的发展趋势

第一节 互动传播

第二节 富媒体特征

第三节 非线性传播规制

第四节 新媒体创新营销

参考文献

后记

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>