

<<新媒体环境下企业该怎么“说”>>

图书基本信息

书名：<<新媒体环境下企业该怎么“说”>>

13位ISBN编号：9787811359817

10位ISBN编号：7811359812

出版时间：2011-11

出版时间：暨南大学出版社

作者：兰祝刚，黎颖欣 编著

页数：142

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>

<<新媒体环境下企业该怎么“说”>>

内容概要

本书编者从企业形象传播的观察者和实践者的角度，结合目前中国媒介传播现状，分析新媒体发展对企业形象传播的影响。

编者认为在新媒体环境下的企业形象传播呈现企业信息“三快”和危机信息“三大”的特点，并在“使用-9满足”的理论框架下，探索企业发挥新媒体优势，开展形象传播的新模式。

编者提出当前与企业相关的敏感信息传播呈现出“NT交替”现象(N指New Media, T指Traditional

Media),且大多数敏感信息来源于新媒体,继而由传统媒体和新媒体交替地、递进地推进,信息传递呈“几何式”递增,敏感信息可以在短时间内成为传播焦点。

<<新媒体环境下企业该怎么“说”>>

书籍目录

| | |
|-------------------|--|
| 序 | |
| 前言 | |
| 第一章 传统媒体的演进及生存现状 | |
| 第一节 中国传播活动溯源 | |
| 第二节 传统媒体的演进 | |
| 第三节 传统媒体的特性及存在意义 | |
| 第四节 媒体传播效能对比 | |
| 第五节 传统媒体的生存现状 | |
| 第二章 新媒体的出现及其传播规律 | |
| 第一节 新媒体的定义 | |
| 第二节 新媒体的分类 | |
| 第三节 新媒体的属性对比分析 | |
| 第四节 新媒体的特征 | |
| 第五节 新媒体的传播优势 | |
| 第六节 新媒体的局限性 | |
| 第七节 新媒体发展的意义 | |
| 第八节 新媒体产业发展特点 | |
| 第九节 新媒体与传统媒体的竞合 | |
| 第三章 新媒体的发展环境与传播形态 | |
| 第一节 新媒体的传播环境分析 | |
| 第二节 互联网发展环境现状分析 | |
| 第三节 移动互联网发展环境现状 | |
| 第四节 新媒体的传播形态 | |
| 第四章 新媒体对传统媒体的影响 | |
| 第一节 传统媒体发展的挑战 | |
| | |
| 参考文献 | |
| 跋 | |

章节摘录

第一节 中国传播活动溯源 传播活动起源于远古人类的群居时代。远古的人类结群而居，共同生活，共同劳动，这样的生存方式使人们有了互相沟通信息的需要，传播活动也因此产生。

中国古代的传播手段中，最早和最常用的是口头传播，即口耳之间的传播。谣谚就是其中的一种，但是这种传播形式往往受交通条件的限制，也很容易因为传闻异辞而失实。在文字出现以前，能够作为口头传播的辅助手段的还有结绳、图画、雕刻、标识、烽火、旗鼓等。

在中国，最早的文字传播载体是甲骨、金属铸件和岩石等。早在两汉时期中国就进入了以文字传播为主的时期，文字传播的载体以竹简、木牍和绢帛为主。造纸术出现以后，文字传播才逐渐进入以纸为载体的阶段。而在三国和魏晋南北朝时期，主要的传播媒介是布告和露布。被社会普遍采用的传播手段则有童谣和谣言。在这期间，信息传播的载体是多元化的，既有包括木简、竹简、木牍在内的简牍，也有帛和纸等软质书写工具。

据记载，中国的报纸出现在唐代，最早的报纸是在封建官僚机构内部发行的政府官报，以“开元杂报”和“敦煌进奏院状”为代表。这种报纸是一种与后来的“邸报”很相似的新闻传播工具，它主要用于传报来自朝廷的信息，由地方一级军政单位在首都的派驻机构向地方传发，带有一定的官方性质，但还不是中央政府统一审定的正式官报。

在宋代，在政府中枢部门统一管理下统一发布的正式官报——“邸报”出现了。负责“邸报”发布工作的机构是上都进奏院。与唐代的“进奏院状”相比，宋代的“邸报”具有更多封建政府官报的色彩，也更接近现代报纸。首先，它已不是一种新闻信，而是一种在封建中枢部门统一管理下，按一定制度统一编发给诸路州郡，向地方官员传报朝廷信息的中央一级官报。其次，它已经完全从官文书中分离出来，成为一种官方的新闻传播工具，是当时传播朝廷政事信息的重要载体。最后，它已经由不定期发行转为定期发行。

到了元朝，流行于民间的传播媒介主要是“小本”。这种“小本”由民间私自雕印发卖，内容主要是来自朝廷方面的政事消息。进入明代，官报发布和抄传等事宜由封建中央政府统一安排，发自首都的官报仍被习惯性地称为“邸报”。

随后在清朝，朝廷参考明朝官报发行体制，继续在全国范围内，发行“邸报”。除了利用官报外，清朝的封建统治者还广泛地使用过榜、帖示、告示等传播媒介来发布官方消息。此外，由于雕版和活版印刷技术的发展，清初到清中叶这一时期的书籍、年画、历书、商业传单、商品包装纸等出版印刷品，也作为文化和经济信息的载体大量问世，为清代中叶以后商品广告的发展作了铺垫。

.....

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>