

<<新传媒>>

图书基本信息

书名：<<新传媒>>

13位ISBN编号：9787504365637

10位ISBN编号：7504365637

出版时间：2011-12

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宫承波 编

页数：207

字数：220000

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>

<<新传媒>>

内容概要

本书设立了特稿、焦点话题、新媒体前沿、广播电视前沿、新闻与传播研究、文化创意产业研究、媒体创意与策划、创新传媒教育等栏目。
围绕网络舆论及其引导问题，对新媒体舆论展开研究。

作者简介

宫承波(1966—
)，山东章丘市人。

现为中国传媒大学电视与新闻学院教授、博士生导师，媒体创意专业委员会主任、媒体创意研究中心主任。

原毕业于山东大学文学与新闻传播学院文艺学专业，获文学博士学位；后曾于中央民族大学民族学与社会学学院从事博士后研究；进入新世纪以来，主要致力于新闻与传播理论、媒体创意及文化创意产业方面的教学与研究。

<<新传媒>>

书籍目录

主编絮语

焦点话题：直面自媒体

试论新浪微博“广场”生态的特性

从博客到微博：自媒体时代的机遇与挑战

郭美美事件中的微博围观效应

——“共景监狱”理论下公共舆论的生成机制分析

关于突发性公共事件中微博传播的思考

——以智利矿难中的微博传播为例

微博舆论的负面态势及其规制

新媒体前沿

“网络流行语”的编码方式和正负效应研究

媒介融合背景下的广播经营模式探讨

——基于经济学角度的豆瓣电台竞争优势分析

媒介融合背景下融合新闻的发展试析

——以“7·23”动车事故报道为例

浅析网络媒体对“央视春晚”的报道策略

——以腾讯网和央视官网为例

广播电视前沿

当代电视婚恋节目的性别形象及节目设定探析

——基于对江苏卫视《非诚勿扰》的内容分析

新闻与传播研究

统计学素养与传播学研究

论突发事件报道中视觉传播的不可替代性

女性的媒介呈现与中国国家形象之构建

文化创意产业研究

传媒产业研究路径述评

源流、动力与民族特色：英国动画发展的反思

香港动画发展概观

民族艺术特色对中国动画产业发展的重要性

媒体创意与策划

创意2012春晚(之一)

创意2012春晚(之二)

创意2012春晚(之三)

创意2012春晚(之四)

创意2012春晚(之五)

会议综述

国际话语体系中的海外华文媒体

——第六届世界华文传媒论坛综述

读书乐园

改变生活面目的新媒体

——读《消失的地域：电子媒介对社会行为的影响》

章节摘录

(一) 微博舆论中的信息虚假性 在微博上的信息传播极易发生偏离事实的现象,这一方面是由于140个字的碎片化表述方式无法全面地呈现事实,致使受众误解其内容;另一方面,用户快速“刷屏”的浏览方式也会产生记忆上的失误,以讹传讹的现象屡见不鲜。

此外,蓄意散布虚假信息的现象时有发生,有些人为了吸引眼球,提高关注度和点击率,有些人则是出于制造社会恐慌或发泄个人怨恨的目的。

虚假信息通过“粉丝关注”的关系网成放射状散布出去,求证事实的环节被有意无意地忽视,辟谣信息的发布也常有滞后,因此有大量的人被忽悠或蒙骗。

例如“浙江余姚一家砖厂幼童搬砖干活”、“港台艺人禁上内地娱乐节目信息”、“乌鲁木齐飞机遭劫持消息”在发布后均被证实为虚假消息。

虚假消息污染了公众的信息环境。

不合常理和耸人听闻的事件极易引起舆论热议,造成社会上的不满和恐慌,也给当事人和相关单位带来群体压力,影响了其正常生活和工作。

有些情况下,传统媒体失职于新闻信息“把关人”的角色,在自己的官方微博上将未经核实的信息传播出去,导致谣言为大众广泛关注并迅速扩散。

2010年12月6日,一条“金庸去世”的微博在用户之间疯狂转发。

这条未经核实的消息被《中国新闻周刊》新浪官方微博作为“即时新闻”发布,引爆了传播升级,直到著名记者间丘露薇在微博中击碎谣言。

从谣言的发起到辟谣相隔仅一个小时的时间,但是影响却波及整个微博公共空间,该消息甚至在被辟谣之后仍在不明真相的用户之间流传。

随后《中国新闻周刊》向公众致歉,其副总编辑和值班编辑还因此引咎辞职。

“金庸被去世”事件给《中国新闻周刊》树立的权威形象带来不利影响,由传统媒体误传的假消息更易造成微博舆论脱离事实轨道,该事件再次警示了传媒专业工作者对新闻真实性的把握。

.....

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>