

<<新传媒2012.2>>

图书基本信息

书名：<<新传媒2012.2>>

13位ISBN编号：9787504366689

10位ISBN编号：7504366684

出版时间：2012-6

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宫承波

页数：206

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>

内容概要

在剑桥大学校园里，那一片片绿毡式的草坪，一般人是绝对禁止践踏的，但人们却经常会看到一些低头沉思的老先生信步走过……原来，学校有一条不成文但却延续了几个世纪的传统：教授可以践踏草坪。

应当如何看待这一现象呢？自然是仁者见仁智者见智，笔者在此不想去评价其正误，只是想说，透过这一现象，我们看到的是一所大学对教授的尊重，对学术的推崇。

其实中国的大学也有尊重教授、推崇学术的传统，只是表现形式不同罢了。

五四时期，当象征着屈从清朝政府统治的男子长辫在华夏大地几尽绝迹的时候，在激进的北大校园里，却有一位拖着长辫子的著名教授，这便是辜鸿铭。就是这样一位封建遗老，大力倡导科学与民主的“革命”派校长蔡元培却还要宠着他，原因即在于他学贯中西，无人能比。

在后来的南京中央大学，也有一位著名的怪杰：黄侃。

难以想象的是，黄居然与校方有这样一条约定：下雨不来，降雪不来，刮风不来——因此被时人称之为“三不来教授”。

有一天，风和日暖、阳光明媚，黄仍不肯去教室。

教务处不得不派人去请：“黄大师，上课时间到了，该上课了。”

黄却两眼望着天花板说：“时间到了，钱还没到呢。”

原来，学校没有及时发他薪水，他闹情绪了！

几十年甚至近百年过去了，今日之中国怎样了呢？很遗憾，不要说辜鸿铭这样的遗老教授和黄侃这样的大爷教授了，如今的大学甚至连有点个性的教授都难以容下了！许多大学领导都以“官”自居，都喜欢哈腰点头、唯命是从的“哈”派教授和擅长拉关系、拉选票、拉项目的“拉”派教授，顺我者昌，利我者荣，逆我者则要靠边站甚至走人！岂不知，凡有大才干者往往也必有其缺点或局限，容不下人家的缺点和局限，又如何留得下人家的学术和才干？如此之胸怀，润物细无声，不知不觉中也把大学之灵魂和生命力给断送了……

作者简介

宫承波(1966 ~

), 男, 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, 任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。

书籍目录

主编絮语

特稿

焦点话题：网络文化建设

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

章节摘录

然而，发挥更大作用的还不是互联网本身，而是其被经济、投资领域所依赖的新闻信息传播功能。

互联网成为人们获取新闻信息的重要途径。

据统计，80%以上的网民主要依靠互联网获取新闻信息。

网络媒体的发展不仅提高了新闻传播的时效性、有效性，而且在报道重要新闻事件中也发挥了独特作用，充分满足了人们的信息需求。

与此同时，公民在互联网上有言论自由，可以通过各种形式在网上发表言论。

一份2010年的报告显示，中国的网站十分注重为网民提供发表言论的服务，约80%的网站提供电子公告服务，中国现有上百万个论坛，2.2亿个博客用户，据抽样统计，每天人们通过论坛、新闻评论、博客等渠道发表的言论达300多万条，超过66%的中国网民经常在网上发表言论，就各种话题进行讨论，充分表达思想观点和利益诉求。

互联网带来的新型传播方式及其优势，为投资领域带来了新的辅助器。

尤其是近几年微博的走红，各种言论与信息以更加迅捷的速度与全面的形态展示在人们面前，这些信息也给予了金融市场越来越广泛的关注。

它们既可能是已有信息的公开者，也可能是公司丑闻的揭露者，既可能是金融市场变化的预测者，也可能是重大事件的新闻调查者，或是某种观点的大肆渲染者。给投资者提供了更加丰富的参考。

本文抛开媒体作为“第四权利”在公司治理中起到的外部舆论监督作用不谈，仅从网络媒体提供信息的角度分析，可以初步得到这样的结论：随着投资业的发展和媒体影响力的增强，迅捷、全面、渗透力强大的网络传播及其所带来的丰富信息，是造成当前投资市场不稳定的一个重要原因。

根据“投资者注意力分类聚焦假说”，信息的集中披露会分散投资者的注意力，导致市场面对大量信息不能及时做出充分反应。

当市场和板块层面的信息在市场定价中起主导作用时，信息竞争性披露的增加将提高投资者市场反应。

有结果显示，多信息日投资者对于未预期盈余的及时市场反应显著强于少信息日；从盈余公告后的漂移程度方面看，在多信息日公告盈余信息的企业，盈余公告后的漂移程度显著低于在少信息日公告的企业。

.....

编辑推荐

学术为何难以独立 “网络推手”的传播学批判 四类重大突发事件中网络舆论的特殊性探析
解构传播霸权：战争宣传中的网络媒体传播特点分析

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>