

<<传媒时代>>

图书基本信息

书名：<<传媒时代>>

13位ISBN编号：9787306029850

10位ISBN编号：7306029851

出版时间：2007-11-1

出版时间：中山大学出版社

作者：金雁,郑穗平,李兵

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>

## <<传媒时代>>

### 内容概要

当人类的科技发明延伸到手机、网络泛滥的时代，“煲电话粥”、Email、短信替代了手写的情书，QQ、Messenger、视频的即时快捷联系，免除了翘首期待鸿雁传书的艰辛。

但键盘代替纸笔传递的“电子情书”，是否能如手写情书般感情细腻？

网上下载的“格式化”情诗情话，传情达意是否更加丰富？

全天候、全方位，几乎是同步进行的新闻播报，各种真人秀，《美国偶像》、《超级女声》……收视率暴涨。

泛娱乐现象蔓延，感性的“新闻娱乐化”，将媒体与受众进一步拉近的同时，是否也意味着传媒的深层次理性思考的空间受到了挤压？

博客、播客自媒体的出现，以及由无数个网站、论坛汇集成的直接快速的自由知识生产链，能否证明这就标志着中国社会公共领域开始形成？

……传媒时代的无数困惑，本书不可能一一作答，但作者愿意提醒读者，应该怎样用自己的头脑去过滤新闻，辨别资讯的真伪，明察由于传媒价值观的不同和利益集团影响而产生的信息传播偏差，从而了解事件的真相，判断传媒公信力的高低，在选择优良的传播媒介吸收资讯的同时，也参与到自由知识生产链之中，让中国公共领域快速成长。

#### 作者简介

金雁，1982年大学毕业后在高校执教并研究经济学。

1992年起先后在广州日报集团尝试另一种做学问的方式于实战中研究传媒品牌经营，并获广州市社会科学基金2004年立项资助，2007年出版研究成果《中外传媒品牌经营》丛书。

## &lt;&lt;传媒时代&gt;&gt;

## 书籍目录

总序前言第一章 媒介·受众 解析传媒时代的媒介依赖 传媒即“魔弹”，受众成了的靶子  
CNN镜头“引领”安理会话题 “911”为全球公众制造了交流关键词 人们认知世界往往被  
传媒左右 “惊恐”来自传播者还是惊恐者本身 《星球大战》引起百万人恐慌 受众的批判能  
力影响传播效果 总统选举验证“魔弹论” “使用与满足论”：受众成了“上帝” 网民为何  
成为《时代》周刊2006年度人物 公众认知对传媒系统的依赖 了解战争离不开半岛电视台 QQ  
、MSN：网民的即时传播工具 传媒依赖在传媒时代更为凸显 媒介融合：受众与传媒谁选择谁 将来  
还有没有人看报纸 围绕同心圆，争夺1/3 杰出的内容：传统媒体的生存法则 电视能锁住更多人群吗  
电视+网络+周刊+图书 媒体对温家宝访日的报道 “碎片化”的资讯消费导致媒介融合 Web2.0时  
代：传媒与受众谁依赖谁?第二章 感性·理性 从新闻娱乐化看传媒责任 追求感性，“新闻娱乐  
化”的启示 娱乐化也是一种风格 受众具有支配能力 .....第三章 真实·利益 新闻客观性  
与利益集团的冲突第四章 博客·播客 走进网络传媒的言论场

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>