

<<传媒新视界>>

图书基本信息

书名：<<传媒新视界>>

13位ISBN编号：9787501194513

10位ISBN编号：7501194513

出版时间：2011-1

出版时间：新华

作者：喻国明

页数：243

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>

<<传媒新视界>>

前言

社会之进化如同生物进化一样：每一种进化与发展都是不可逆的。

这便意味着，一旦做出了某种“路径选择”，便永无回头路可走。

因此，在每一个发展的关键点上的选择都是“紧要关头”。

而我们所处的时代，在历史发展的大坐标系上，恰正处在这样一种必须做出某种选择的“紧要关头”

。如果说，在非“紧要关头”时，我们尚可以将关注的重点放在“如何做”这类战术性问题上的话，在“紧要关头”时，我们必须将我们的关注重点放在“在哪做”、“做什么”这类战略性的问题上，因为它是“系好衬衣的第一个纽扣”。

在这个意义上，我赞成这样一句话：“对于发展和进步而言，方向比速度更重要。”

比照我们这个时代危机爆发的频度和强度，我们不能不认识到，这是一个危机空前频繁、剧烈的时代，世界充满不确定性、不可靠性和不安全感。

危机随时随地挑选它的牺牲品，而人们则无处可逃，因为已经失去了泊于过去的锚，也找不到驶向未来的帆。

所以从容的战略不见了，我们所能够见到的理论和实践都不过是应急管理和救火行动。

而危机所造成的灾难“选择不同的日子，敲开每一扇门”，“灾难不是仇人所为，受害者无法叫出它们的名字，它们隐身于诸如全球化、市场竞争、金融体系和食品安全等光怪陆离的名目之下”；经济、政治、文化和个人生活仿佛都安插了导火索，在漂浮中寻找点爆的星火，“脚下的大地并不可靠，没有一块坚硬的基石，可以让人驻足一跃。

”因此，行动已不再代表任何进步，而行动之后的幻灭感则反映着既往历史的终结投射于文化上的情绪。

<<传媒新视界>>

作者简介

喻国明，1957年9月生，现为中国人民大学新闻学院副院长、国家二级教授、博士生导师、中国人民大学舆论研究所所长。

同时兼任：中国传媒经济与管理学会会长、中国传播学会副会长、中国电视艺术家协会高校委员会副会长、《中国传媒发展指数（蓝皮书）》主编、《中国社会舆情年度报告（蓝皮书）》主编等，其主要研究领域为新闻传播理论；传媒经济与社会发展；传播学研究方法。

已经出版的学术著作19部，另有400余篇公开发表的学术论文和调研报告。

书籍目录

第一章 中国传媒大势与竞争方略第二章 关于媒体创新第三章 新型传播形态：微博第四章 网络
輿情：民意表达的渠道构建第五章 关于神经传播学研究

章节摘录

2.暴力与性等特定传播内容的影响 暴力与性始终是媒介不可回避的问题，也引发了心理学、社会学的高度兴趣，而互联网等新传播工具的发展又为暴力与性的内容的生产和传播制造了更丰富的空间，媒介暴力与性方面的内容与公众普遍认知之间的关联究竟是怎样的？哪种媒介使用和参与形式更可能引发暴力与性内容和公众行为举动之间的因果关系？经验式的观察和被试自我报告的研究虽然在一定程度上证明了二者的关系，但终究带有隔靴搔痒之感。

神经科学研究则为暴力与性内容和公众认知的研究提供了可靠支撑，例如，有研究者研究发现，当个体观看暴力场景时，将激发与观看普通场景不同区域的脑活动，证明了观看媒介的暴力内容能够引起已经存在的暴力相关记忆和感受，潜在地，也有可能引发暴力行为。

同样，研究者对于网络成瘾等类似问题的研究，也可借助神经科学的手段展开，媒介如何“培养”了受众，受众又如何选择和依赖上特定的媒介，这一系列的问题都有可能从神经科学研究中寻求到更有力的证明。

3.媒介体验中的情感 情绪是情感的外部表现，它的产生不是自发的，而是由内部或外在的刺激引起的，在传播学研究中，情绪比一般的认知活动更为复杂，神经科学手段则可以敏感地反映出情绪活动在脑内的活动过程。

编辑推荐

中国传媒业发展的现实逻辑与未来走势 中国传媒业的基本发展逻辑面临转型；传媒发展：要从追求市场占有率到追求个人占有率；传媒竞争：要从“内容为王”到“产品为王”；从“巨内容”到“微内容”：要知道如何从传播“碎片化”的现实中重新构建传播的力量。

严峻的经济形势与中国传媒的“突围”之道 ——兼论传媒产业未来发展的关键词 中国传媒未来的经营形势不容乐观；深化传媒之于社会生活的嵌入度：传媒影响力在社会关系维度上的拓展

。 微博：一种蕴含巨大能量的新型传播形态 信息的即时性；信息的共享性；动态信息传播网络

。 神经科学（Neuroscience）是使用脑部活动成像技术或其他手段来推测判断人脑工作状况的细节的学科，本项研究所进行的ERP（英文全称event - related potentials，中文名称为“事件相关电位”）。

关于恐惧诉求的传播效果的ERP测定的分析报告。
通过ERP实验我们确定和描述了恐怖启动信息与主信息的关系、被试的幸福感受差异与恐怖启动信息加工的关系、三类恐怖启动信息的加工差异以及对于目标信息的加工特点进行了测定。

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>