

<<新媒体的强制性传播研究>>

图书基本信息

书名：<<新媒体的强制性传播研究>>

13位ISBN编号：9787010086064

10位ISBN编号：7010086060

出版时间：2010-3

出版时间：人民出版社

作者：陆地，高菲 著

页数：236

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>

## <<新媒体的强制性传播研究>>

### 内容概要

《高校社科文库》是教育部高等学校社会科学发展研究中心组织各高等学校和出版单位共同建立的学术著作出版平台，旨在推动高校哲学社会科学的繁荣发展，为高校哲学社会科学工作者出版优秀学术著作创造条件。

《高校社科文库》将坚持“广泛动员、集中征集、严格评审、精心编校”的工作原则，致力于通过资助优秀学术专著出版、推动学术成果交流推广等形式，让更多的哲学社会科学优秀科研成果和优秀工作者走进交流空间，进入公众视野，发挥应有的影响力和辐射力，为繁荣我国哲学社会科学做出积极贡献。

## <<新媒体的强制性传播研究>>

### 作者简介

陆地 中国人民大学新闻学博士，中国首位新闻传播学博士后，全国“十佳”广播电视理论工作者。先后任中国青年报、北京电视台等新闻媒体的记者、主任编辑，清华大学新闻与传播学院教授。现为北京大学新闻与传播学院教授、博士生导师，中国广播电视协会学术委员，中国节庆文化研究会常务副会长。

1998年以来，承担国家级和省部级科研项目十多项，在省级以上刊物发表广播电视与新媒体等方面的论文一百四十多篇，出版广播电视、文化产业等方面的学术著作十余部。

## <<新媒体的强制性传播研究>>

### 书籍目录

绪论 第一节 研究的意义和目的 第二节 研究的主要内容、基本思路和方法第一章 中国新媒体发展的现状 第一节 新媒体的含义 第二节 网络媒体发展的现状和特点 第三节 手机媒体发展的现状和特点 第四节 交通媒体发展的现状和特点 第五节 楼宇媒体发展的现状第二章 新媒体强制性传播的类型和特点 第一节 强制性传播的含义 第二节 新媒体强制性传播的类型和特点第三章 新媒体强制性传播的内容和方式 第一节 网络媒体强制性传播的内容和方式 第二节 手机媒体强制性传播的内容和方式 第三节 户外新型媒体强制性传播的内容和方式 第四节 新媒体强制性传播的共同特征第四章 北京地区新媒体强制性传播情况 第一节 调查的目的与方法 第二节 北京市新媒体强制性传播的基本情况及其分析第五章 沪穗蓉汉新媒体强制性传播情况 第一节 沪穗蓉汉新媒体强制性传播的基本情况 第二节 公众对强制性传播的感受与接受状况分析 第三节 四城市强制性传播的总体接受度测算与分析 第四节 沪穗蓉汉调查的主要发现和结论第六章 新媒体强制性传播的动因和效应 第一节 新媒体强制性传播的影响因素 第二节 新媒体强制性传播的效应分析 第三节 如何加强对新媒体强制性传播行为的管理结语 本项研究的局限与进一步研究的建议附录 中国新媒体强制性传播案例 第一部分 新媒体强制性传播的负面案例 第二部分 新媒体强制性传播的正面案例 第三部分 新媒体强制性传播的中性案例参考文献后 记

## <<新媒体的强制性传播研究>>

### 章节摘录

在平面媒体时代和传统电子媒体时代，即便是号称最自由的欧美国家，在技术和物质条件的局限下，也无法做到传播的自由。

而今天，人们可以轻而易举地利用网络媒体、手机媒体自由地传播信息、交流思想。

这已不仅仅是信息技术的进步，也不仅仅是传播媒体的进步，而是人类社会思想和人类文明的进步。

即使不考虑新媒体技术在经济上为人类创造的成千上万亿财富，仅其在生活上、学习上和工作上为人类带来的巨大便利，就足以让新媒体跃上人类媒介发展史的巅峰。

因此，无论赋予其多少赞美和殊荣，新媒体都当之无愧。

然而，无论是自然辩证法还是社会辩证法都在证明，世间并无十全十美之物。

有阳光必有阴影。

随着数字技术的发展，媒介的形态在不断翻新，对我们日常生活的影响也无所不在。

我们无论是坐在家中，走进电梯，转过楼角，在上下班的车上，人在旅途，都会被形形色色的新媒体紧紧包围，犹如穿越一个没有尽头的“媒介走廊”。

我们在惊喜新媒体造福人类的同时，也在承受着新媒体带来的各种烦恼甚至恐惧。

强制性传播有时候就是众多烦恼和恐惧的来源之一。

而随着新媒体形态的不断增多和影响的不断扩大，强制性传播的现象也越来越普遍。

其中最常见的有：（1）计算机病毒、流氓软件、垃圾邮件和广告以及其他信息的强制下载、安装或扩散；（2）软件或信息、数据、图片与广告的捆绑销售；（3）手机短信或广告的强制接收；（4）移动（车载或机载）广播电视或广告的强制视听；（5）楼宇广播电视或广告以及电梯广告的强制接受；（6）数字有线电视的强制性整体平移。

上述传播行为绝大多数不是受众主动寻求或愿意接受的，但却不得不接受，而且是没完没了地接受，这就是强制性传播。

（二）新媒体的强制性传播行为对公民和社会造成的危害越来越大 新媒体的强制性传播行为当然有对社会和个人有利的一面，但是其危害性也是显而易见的。

我们不能因为其有利就忽视其有害的一面。

由于历史短暂，新媒体的强制性传播行为对社会和公民的危害目前尚未充分显现。

<<新媒体的强制性传播研究>>

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>