

《自媒体时代中国对外传播能力建设》

图书基本信息

书名：《自媒体时代中国对外传播能力建设》

13位ISBN编号：9787511516378

出版时间：2013-6

作者：相德宝

页数：257

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《自媒体时代中国对外传播能力建设》

内容概要

《自媒体时代中国对外传播能力建设》采用内容分析的研究方法，选取博客（WordPress和Technorati）、掘客（Digg和Reddit）、微博（Twitter）、社交网站（Facebook）、视频网站（YouTube）、网络论坛（Topix）和公民网站（NowPublic和CNNI—Report）、群组网站（Flickr）8种自媒体形态11种具体自媒体类型对自媒体上的中国国家形象进行了分析。

《自媒体时代中国对外传播能力建设》

作者简介

相德宝，上海外国语大学新闻学院副教授，上海外国语大学中国国际舆情研究中心研究员，清华大学新闻与传播学院、澳大利亚麦考瑞大学联合培养博士。主要研究领域为新媒体、国际传播和国际舆情。主持国家社科青年项目、教育部回国留学人员基金、上海浦江人才计划、上海市教委科研创新项目、中国博士后基金等国家级、省部级项目，发表中英文论文二十余篇。

《自媒体时代中国对外传播能力建设》

书籍目录

第1章 引论	1.1 研究背景及问题的提出	1.2 研究问题	1.3 研究意义	1.4 本书架构
第2章 基础理论与研究综述	2.1 自媒体相关研究	2.2 中国对外传播研究综述	2.3 对前人研究的评析和本研究的提出	
第3章 研究设计	3.1 研究方法	3.2 研究对象	3.3 数据收集	
第4章 博客(一) 案例: WordPress	4.1 博客	4.2 WordPress	4.3 研究设计	4.4 研究发现
第5章 博客(二) 案例: Technorati	5.1 Technorati	5.2 研究设计	5.3 研究发现	5.4 结语
第6章 掘客(一) 案例: Digg	6.1 掘客	6.2 Digg	6.3 研究设计	6.4 研究发现
第7章 掘客(二) 案例: Reditt	7.1 Reditt	7.2 研究设计	7.3 研究发现	7.4 结语
第8章 微博案例: Twitter	8.1 微博	8.2 Twittel	8.3 研究设计	8.4 研究发现
第9章 社交网站案例: Facebook	9.1 社交网站	9.2 Facebook	9.3 研究设计	9.4 研究发现
第10章 公民网站案例一: NowPublic	10.1 公民网站	10.2 NowPublic	10.3 研究设计	10.4 研究发现
第11章 公民网站案例二: CNN I-Report	11.1 CNN I-Report	11.2 研究设计	11.3 研究发现	11.4 结语
第12章 视频网站案例: YouTube	12.1 视频网站	12.2 YouTube	12.3 研究设计	12.4 研究发现
第13章 网络论坛案例: Topix	13.1 网络论坛	13.2 Topix	13.3 研究设计	13.4 研究发现
第14章 网络群组案例: Flickr	14.1 网络群组	14.2 Flickr	14.3 研究设计	14.4 研究发现
第15章 总报告: 主要研究发现与建议	15.1 国际自媒体上的中国国家形象	15.2 自媒体时代中国对外传播能力建设	15.3 主要创新点	15.4 研究不足及未来研究建议
参考文献	附录	编码表		

《自媒体时代中国对外传播能力建设》

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:www.tushu111.com