

<<手机新媒体概论>>

图书基本信息

书名：<<手机新媒体概论>>

13位ISBN编号：9787106032579

10位ISBN编号：7106032573

出版时间：2010-11

出版时间：中国电影出版社

作者：李丹丹

页数：280

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>

<<手机新媒体概论>>

内容概要

《手机新媒体概论》是系统深入探讨手机这一新型媒体的学术专著，全面介绍了手机新媒体的发展过程，从传播学角度、管理学角度等理论高度对手机媒体的发展过程进行了梳理，不仅有对手机新媒体的基本理论的辨析，还有对手机新媒体传播、经营的每一个环节的关注。

<<手机新媒体概论>>

作者简介

李丹丹，女，1985年10月生人。
北京电影学院硕士研究生，国家奖学金获得者。
论文《手机——打开电影创作的另一扇大门》曾入选“第十一届中国传播学大会”宣讲、“第五届中国艺术管理教育年会”论文集，并被《新媒体：从被时代到我时代》收录入书。
承担“好莱坞电影机制研究”、“农村电影放映补贴发放机制研究”、“艺术文化学科群建设首都文化产业研究”等多个国家级研究课题的研究和撰写工作。

<<手机新媒体概论>>

书籍目录

序绪论第一章 手机媒体概况第一节 手机的兴起及现状分析一、手机发展史二、基于3G平台的手机媒体的兴起第二节 3G催生手机媒体热一、世界各国目前手机媒体的发展情况二、中国目前手机媒体的发展情况第三节 手机媒体概念辨析一、媒体与手机媒体二、传统媒体、新媒体三、新媒体与手机媒体四、第五媒体和手机媒体五、手机短信与手机媒体六、手机媒体定义第二章 媒介融合中的手机媒体第一节 媒介融合定义第二节 媒介融合的发展状况一、传统媒体从竞争走向互通二、网络媒体与传统媒体联姻三、手机媒体大规模整合媒介资源第三章 手机媒体的传播学特征第一节 手机媒体的传播类型研究一、手机媒体中的传播分析--“人际传播”二、手机媒体中的传播分析--“大众传播”第二节 手机媒体传播媒介个性特征一、带体温的媒介--便利的依赖症二、媒介“地球村”--打破时空界限三、以人为本--个性化媒介趋势四、公民新闻学--人人都是自媒体第三节 传播效果理论分析手机传播一、手机时代“知沟”的新形势--缩小“数字鸿沟”的负面效应二、手机媒体中的“议程设置”理论第四章 突发公共事件传播中手机媒体的独特价值分析第一节 手机媒体介入突发事件传播一、突发事件应急信息传递是关键二、手机媒体与传统媒体传播方式比较三、手机媒体特性和突发事件的契合第二节 突发事件传播中传统媒体的传播特点和手机媒体的传播策略分析一、媒体突发事件传播模式图二、突发事件传播中的四阶段传播比较分析三、负向效应及产生原因第三节 突发事件状态下手机媒体引导舆论策略一、通过媒体“议程设置”理论构建舆论核二、利用媒体“沉默的螺旋”理论改善舆论场三、通过“培养理论”控制舆论波第五章 手机媒体传播中的安全问题第一节 手机媒体传播中的信息安全一、手机信息安全关乎国家安全二、手机中的垃圾信息三、手机媒体传播中的“毒瘤”--手机病毒第二节 手机媒体中的隐私问题一、手机成了窃听器二、手机成了偷拍王第三节 手机媒体中的“黄赌”问题一、手机涉黄二、手机赌球第四节 手机实名制一、坎坷手机实名制二、手机实名制的调研分析三、国外手机实名制实施情况以及对中国的启示第六章 手机媒体赢利模式及营销策略分析第一节 手机媒体运行机制分析一、手机媒体产业链二、手机媒体运营模式第二节 手机媒体赢利模式的类型一、内容赢利模式二、广告创收模式三、服务赢利模式第三节 手机媒体营销模式分析一、基于营销角度的手机媒体产业链二、手机媒体的营销模式第四节 总结和建议一、健全手机媒体产业链二、拓展多元化的赢利模式三、从一次销售到N次销售第七章 手机媒体监管体制研究第一节 手机媒体管理制度的演变一、手机媒体监管体制的沿革二、手机媒体监管的法制建设第二节 现行手机媒体监管体制问题分析一、手机媒体监管缺乏法律保障二、手机媒体监管体制不健全第三节 国外手机媒体监管体制改革及其经验借鉴一、完善电信监管立法二、建立独立手机媒体监管部门三、培育有效竞争的手机增值市场四、完善许可证发放制度参考文献后记

<<手机新媒体概论>>

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>