

<<全球网播>>

图书基本信息

书名：<<全球网播>>

13位ISBN编号：9787302214618

10位ISBN编号：7302214611

出版时间：2009-12

出版时间：清华大学

作者：(美)哈筱盈//理查德·甘那|译者:杭敏//刘丽群

页数：308

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>

<<全球网播>>

内容概要

《全球网播》(Webcasting Worldwide)一书致力于探讨当今大众传媒研究领域的前沿话题：网播，即视频与音频内容通过互联网的传播，并以全球视野透视网播的传播与发展。本书以创新而缜密的理论框架研究和分析了新兴媒介网播的经营模式。来自不同国家和地区的研究人员调研了世界宽带网市场最发达国家和地区的领军型网播媒体(公司)的经营实践，为正处于加速发展时期的世界网播产业提供了可借鉴的经验，并指出了网播未来发展的方向。

本书的研究对象是世界宽带网市场最为发达的国家和地区，因此其结论具有较强的指导性，对世界各地的网络研究者和实务人士均具有较高的参考价值。

《全球网播》一书是传播学、经济管理学者和业界实务人士的有用读物，也可选作媒介技术、媒介管理和国际传播教育的研修教材。

作者简介

哈筱盈(Louisa Ha)博士为美国保林格林大学教授、电信传播系主任、美国《新闻与大众传播》季刊副主编。

其研究领域为传媒管理与融合、传媒经营模式、新媒体技术、网播、网络广告、媒体多样性和国际广告与受众研究等。

<<全球网播>>

书籍目录

第一部分 全球网播概观：网播运营模式的分析框架 第一章 正在兴起的全球媒介：网播及其商业模式的三重分析框架 一、网播—全球互联网传播新模式 二、居于前列的宽带市场与全球宽带接入现状 三、互联网媒介商业模式研究评述 四、ACR模式：分析网播作为新媒介的商业模式三重分析框架 参考资料 第二章 ACR框架适用性检验：对13个国家/地区大型网播媒体的研究 一、领军型网播媒体的判定 二、变量的测量 三、13个国家/地区网播媒体类型概况 四、领军型网播媒体的易联性分析 五、领军型网播媒体的内容策略分析 六、收入来源与传输方式 七、网播媒体的全球性特征 八、ACR分析框架的优点与缺陷 参考资料 第二部分 北美网播经营实践及其动态 第三章 美国：世界最大的宽带市场 一、网播市场环境 二、领军型网播公司的所有权与商业表现 三、网播商业模式 四、美国网播产业的前景展望 参考资料 第四章 加拿大网播：嵌入式媒介 一、背景 二、加拿大的互联网产业 三、领军型网播公司 四、名网录 五、概观 六、结论与展望 致谢 参考资料 第三部分 欧洲网播经营实践及其动态 第五章 英国：发展态势最强劲的欧洲网播市场 一、网播市场环境 二、传媒产业结构 三、网播商业模式 四、结论 参考资料 第六章 荷兰：公共广播环境下的网播媒介 一、荷兰媒体概览 二、从广播到网播 三、研究方法 四、结论 参考资料 第七章 德国：为动态增长做好准备 一、定义网播 二、政治、经济、社会和技术(PEST)分析 三、使用波特的五力模型分析网播产业 四、德国的宽带网播 五、广对Deutsche Welle的个案分析(WWW . DW-WORLD . DE) 六、结论 参考资料 第八章 西班牙：正在起步的网播市场 一、网播市场环境 二、西班牙多媒体集团的发展 三、传媒产业的自由化和私有化 四、网络的应用 五、领军型网播公司的所有权和经营方式 六、讨论 参考资料 第九章 意大利：欧洲发展最快的宽带市场 一、意大利媒体市场环境 二、意大利网播：从自由广播到互联网广播 三、个案研究：两个网播媒体的历史 四、从空中电波到互联网：私人商业化广播媒体 五、网上的公共广播服务 六、意大利的互联网电视：产业存在的问题 七、意大利的宽带接入 八、案例研究：两个互联网电视 九、网播运营模式 十、结论 附录 参考资料 第十章 希腊：缓慢成长型的网播产业 一、网播市场环境 二、网播经营模式 三、收益来源——经营模式 四、结论 参考资料 第十一章 挪威：网上网下型网播媒体一马当先 一、网播的市场环境 二、电脑、互联网和宽带使用 三、网播受众研究 四、领军型网播媒体的所有权及经营绩效 五、网播经营模式 六、网播产业展望 附录A 附录B 参考资料 第十二章 丹麦：平稳翱翔——公共服务传统在丹麦网播中的传承 一、概述 二、网播市场环境 三、丹麦的网播业 四、丹麦网播产业展望 参考资料 第四部分 亚洲和大洋洲网播经营实践及其动态 第十三章 中国：亚洲最大、世界第二的宽带市场 一、网播产业的市场环境 二、中国的互联网使用状况与宽带扩散率 三、网播产业实践 四、网播消费者行为调查 五、网播产业的发展前景 六、总结 参考资料 第十四章 中国香港：宽带普及率世界第二——中国宽带之王冠 一、网播的市场环境 二、互联网和宽带在中国香港的扩散 三、未来展望 参考资料 第十五章 中国台湾：台湾网播商业模式分析 一、前言 二、中国台湾网播服务发展现状分析 三、分析与讨论 四、结论 参考书目 第十六章 韩国：世界宽带普及率最高的国家——视频网播流行与用户自产内容的模式 一、网播市场环境 二、媒体市场概述 三、韩国网播者的特性 四、网播经营模式 五、领导型网播的所有权和表现 六、网播产业的前景 参考资料 第十七章 日本移动和宽带——世界第三大宽带使用者的两种新兴商业模式 一、日本的网播市场环境 二、影响网播服务的因素 三、日本的网播商业模式 四、主要门户网站的商业策略 五、电脑门户网站的网播商业模式 六、结论 参考资料 第十八章 澳大利亚：果真死气沉沉的网播市场？ 一、澳大利亚传媒产业结构 二、网播的受众研究 三、讨论 四、未来方向 五、结论 参考资料 第五部分 阿拉伯地区网播经营实践及其动态 第十九章 阿拉伯世界：宽带市场启动了，网播还有多远？ 一、阿拉伯世界概览 二、阿拉伯媒介市场：走向国际 三、互联网连接和宽带状况 四、主要网播媒体纵览 五、网播媒介的技术和商业实践 六、结论：向

有前途的产业发展 参考资料 第二十章 世界领先网播媒介经验以及网播作为新兴全球媒介的展望
一、影响网播发展的主要因素 二、研究分析 三、未来研究方向 参考资料 译后记

编辑推荐

网播为我们一睹一个新兴媒介产业从发展到渐趋成熟的过程提供了一个迷人的机会。本书为理解当今该领域领军型网播媒体（公司）的发展及其经营策略提供了重要基础，并为那些意欲了解该产业的今天和研究该产业未来发展的人士提供了重要的视角。

——罗伯特·皮卡特（RobertPicard）《传媒经济学学刊》创始人、主编，世界传媒经济大会主席

该书是不同国家的研究者不懈努力的结晶，它为促进主流学界理解网播媒介的萌芽及其蕴涵的机遇作出了巨大的贡献。

这本书的问世正当其时。

——大卫·卡迪（DaveGardy）TVWorldwide主席兼CEO、国际网播协会主席

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>