

<<现代传媒新论>>

图书基本信息

书名：<<现代传媒新论>>

13位ISBN编号：9787307052819

10位ISBN编号：7307052814

出版时间：2006-9

出版时间：武汉大学出版社

作者：刘友芝

页数：426

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>

<<现代传媒新论>>

内容概要

本书为武汉大学新闻与传播学院教师所编写的专业类教材。全书共十章，从总论篇、数字技术与传媒篇、内容与传媒篇、资本与传媒篇四个大的篇目对我国传媒发展的最新问题进行了阐述，突出了现代传媒产业发展中的热点问题，并进行了相关的理论探讨与实践探索。全书运用了大量的数据和例证，引用了许多新鲜、详实的资料，具有较高的学术价值和较强的现实意义。

书籍目录

第一章 现代传媒概论第一节 现代传媒概念的界定与属性一、现代传媒概念的界定二、现代传媒的属性第二节 现代传媒产业化的历史演变过程一、西方国家传媒产业化发展的历史演变过程二、中国传媒产业化发展的历史演变过程第三节 作为产业的现代传媒一、产业的概念二、传媒产业概念第四节 现代传媒产业性质一、传媒产业的一般性质二、传媒产业的特殊性质第二章 传媒产业发展的现状第一节 中国传媒产业的总体概况一、中国传媒产业的总产值状况二、中国传媒产业的细分市场产值状况三、中国传媒产业的数量构成状况第二节 中国传媒产业细分媒体的发展状况一、平面媒体广告滑坡,报业出现“拐点”二、广电业发展加速,电视媒体两极分化三、新兴媒体高速增长第三节 传媒集团化发展概况一、我国报业集团发展概况二、我国出版集团发展概况三、我国发行集团发展概况四、我国广播电视集团发展概况五、我国电影集团发展概况第三章 创新:传媒产业未来发展的战略路径第一节 传媒产业发展的体制创新一、文化体制改革:传媒产业发展的体制创新背景二、文化体制改革背景下的我国传媒产业发展体制创新三、我国传媒产业发展体制创新的总体思路第二节 国有传媒(集团)的具体制度创新一、强制性传媒组织制度创新:文化体制改革试点二、诱致性传媒组织制度创新:具体途径和发展模式的创新第三节 传媒产业体系(产业链)的建构:传媒产业发展模式创新一、构建传媒产业体系(产业链)的现实要求二、构建产业体系(产业链)的一般理论依据三、传媒产业体系(总产业链)的框架四、传媒产业价值链的构建方式与条件第四章 数字技术:传媒及其产业变迁的强大动力第一节 数字技术改变了传媒及其产业的生存状态一、数字技术促进了传媒活动的数字化二、数字技术突破了传媒产业融合的技术壁垒三、数字技术改变了传媒的核心竞争资源第二节 数字技术革命影响着各国产业结构的升级与发展一、数字技术革命导致了传媒汇流和产业弥合二、数字技术革命能使发展中国家获得“后发优势”第三节 世界广播电视媒体的数字化之路一、世界各国广播电视数字化的发展情况二、艰难的广播电视数字化之路三、世界数字电视发展瓶颈的新突破第五章 数字技术背景下的中国广播电视传媒与相关产业发展第一节 中国广播电视数字化之路一、政府主导下的中国广播电视数字化发展道路二、我国数字电视产业化运营态势三、我国数字电视产业链的重构第二节 其他数字新媒体及其产业化发展一、网络媒体及其产业化发展二、手机媒体及其产业化发展三、移动数字电视及其产业化第六章 内容:传媒产业化发展的核心话题第一节 传媒内容产业化发展的工具理性的背景一、内在拉力:传媒市场化与传媒功能、传播观念的演进二、外在推力:传媒市场化与传播技术的变迁第二节 工具理性下传媒内容产业化发展的脉络一、传媒广告经营对传媒内容的高度依赖性二、倚重单一的外生型广告经营模式难以支撑传媒产业持续稳定的增长三、“内容为王”:未来传媒竞争的制高点四、品牌经营:传媒内容经营的高级阶段五、数字技术使内容产业孕育而生第七章 内容规制体系:建构传媒内容产业化发展的价值理性第一节 政府内容规制:建构传媒内容产业化发展价值理性的首要路径一、内容规制:西方电视传媒产业的价值理性的重要路径二、多层次内容规制:建构中国传媒产业发展价值理性的重要手段第二节 传媒自律:构建中国传媒产业价值理性的内在基础一、传媒自律的价值源泉:以传媒公信力为核心的传媒内容品牌效益二、传媒自律的方式第三节 传媒信用社会监督体系:构建中国传媒产业价值理性的社会力量一、境外建立传媒信用、社会信用监督体系的成功做法二、建立我国传媒信用社会监督机制的具体对策第八章 传媒内容产业化发展与探索第一节 电视内容产业化发展历程及其态势一、娱乐消遣节目的产业化发展历程二、电视新闻节目的产业化发展历程第二节 电视频道专业化的实践探索一、电视频道专业化的现状与反思二、电视频道专业化的未来产业运作方向三、探索频道专业化经营管理的创新机制第三节 报业内容的产业化发展一、报业内容产业化演变的特点:千报一面二、报业内容产业化的差异化战略调整第九章 传媒资本运营:传媒产业发展壮大的重要引擎和助推器第一节 传媒资本运营是传媒产业发展壮大的“发动机”一、传媒资本运营的理论缘由:传媒产业一般特性的必然要求二、传媒资本运营的现实缘由:传媒产业发展壮大的必然要求第二节 中国传媒资本运营的制度环境:传媒投融资管理体系的建构一、传媒资本运营的市场主体地位逐步明晰二、传媒产业投融资政策的松动三、传媒资本市场的开放步伐开始放缓第三节 传媒资本运营的主要方式与经营效率一、传媒资本运营的两大流向二、传媒资本运营的主要方式三、主要传媒上市公司的经营效率第十章 国有传媒资本运营的现实发展路径探索第一节 早期国有传媒的资本运营的发展路径:单向的混合多元化产业投资一

、20世纪80年代兴起的第一次混合多元化产业投资浪潮二、20世纪90年代后期兴起的第二次混合多元化产业投资浪潮三、早期国有传媒多元化产业投资的主要特点四、对盲目的无关联的多元化产业投资的检讨第二节 文化体制改革背景下国有传媒资本运营的现实路径：双向的投融资一、国有传媒集团的多元化产业投资格局的调整二、积极探索多元化的融资渠道三、引入民营资本四、引入境外资本第三节 传媒资本运营未来发展方向的展望一、传媒资本运营的一般经济规律二、加快传媒业国有资产管理体制和运营机制的改革三、进一步拓宽传媒业的投融资渠道第十一章 民营传媒与外资传媒的资本运营第一节 民营传媒、外资传媒进入传媒业的政策解读一、对民营、外资的开放领域：传媒边缘性经营业务二、开放程度：民营大于外资三、文化产品的进出口政策：民营传媒“只出不进”第二节 民营传媒、外资传媒的资本运营方式一、民营传媒的资本运营方式与评析二、外资传媒的资本运营方式与评析三、民营资本、外资进入传媒业的基本结论四、民营传媒、外资传媒的资本运营趋势主要参考文献后记

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>