

<<世界传媒产业评论（第4辑）>>

图书基本信息

书名：<<世界传媒产业评论（第4辑）>>

13位ISBN编号：9787507830453

10位ISBN编号：7507830454

出版时间：2009-4

出版时间：中国国际广播出版社

作者：吴信训 编

页数：270

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>

内容概要

新媒体产业已是当今最具发展活力与前景的产业之一，它的兴起正日益深刻地改变着人类传统的生存习惯与生活方式，甚至影响着世界传播新秩序的建构，对新媒体传播规律及新媒体产业发展趋势的探讨在当前则显得尤为必要。

新媒体的蓬勃发展已经成为一个全球化现象，而只有将自身的发展置身于全球的坐标系中才能更加清醒地认识优势与不足。

如何以世界眼光和来自学界、业界的双重视角来审视和探索新媒体发展的增量空间，成为社会各界关注的重点。

10月25~26日，来自美国、英国、德国、印度、韩国、俄罗斯、澳大利亚、中国8个国家著名学府的一流学者和业界专家齐聚上海大学，参加由上海市高校人文社会科学重点研究基地·上海大学影视与传媒产业研究基地、上海大学影视学院和中国人民大学新闻学院主办，中国广播电视学会上海学术基地、德国阿登纳基金会、《新闻与传播》杂志社、上海百视通公司协办的“新媒体产业国际研讨会”，共同研讨新媒体产业发展的前沿课题，探索在新媒体时代传媒与社会和谐互动的关系与方略，这是新媒体研究领域一次空前的国际学术盛会。

研讨会上，各国学者、业界专家围绕“新媒体产业发展的现状与趋势”、“新媒体产业发展的政策与策略”、“新媒体与人类和社会的发展”、“传统媒体与新媒体的互动”等主题展开了深入交流和探讨，其中既有对宏观层面的把握，也有对微观、具体媒体形态的深度探究，对世界新媒体产业前沿发展的最新研究成果进行了展示、交流和对话。

书籍目录

前言 各国新媒体产业发展的宏观态势 高速发展的印度新媒体产业全球化与本土化 韩国IPTV用户的观看模式 中国IPTV业务的发展与创新 俄罗斯卫星电视产业 媒介融合理论的学术新观察——作为个案的IPTV与媒介融合的实践 2007~2008年新媒体研究热点综述 新媒体产业经营的创新视角 中外视频网站上电视新闻传播现状与创新策略探析 手机媒体及其广告营销研究 中外手机电视营销传播初探 对传统媒体与新媒体合作的一点思考——以重庆广播电视总台《奥运三“见”客》为例 网络广告何以可能高速发展——一个网络传播模式的解读视角 集中,抑或分散——网络技术特性初探 新媒体环境下我国动漫产业的发展对策 上海市新媒体专业人才培养情况调查政策与策略制定的新影响因子考量 博客现象和网络时代公共空间的拓展 公共服务广播的信息化和转型 数字音乐的未来——政府干预如何挽救和提高音乐产业竞争力从人文视角对新媒体产业的反思 新媒体的崛起与大众文化新症候 新媒体话语的文化影响力 创意尚有空间否——基于人文艺术的思考 新媒体发展:勿忘消费者——以手机电视为例 新媒体研究的理论困境与现实冲突 解读名人博客中的印象管理——以新浪网名人博客为例 奥运会博客的法律属性和侵权责任

章节摘录

高速发展的印度新媒体产业全球化与本土化 一、新媒体和旧媒体 “新媒体”这个概念中包含着一个内在的活力元素。

正所谓“明日黄花”，像有线因特网如今已不再新奇，而无线因特网也有可能明天就不再新鲜，依此类推，“新媒体”这个概念的确立，应该是建立在一个包含了各种确定因素的标准之上。

尽管“新媒体”在概念定义和理论表述上莫衷一是，但各种解释大体都包含了以下3个基本元素：数字性、互动性、连通性。

这些特质如今也被电视、广播这样的旧媒体所吸取、借鉴及应用，随之变得数字化、互动化和易接入

。印度著名的媒体商业记者Vanita Kohli主张，“一个多媒体混杂交错的世界正在浮现，因特网、手机、电视等，各种不同质的媒体跨越了彼此的界限，杂交出尚不可名状的新商业。

粗略地说，这常常就是所谓的‘新媒体’。

”事实上，新媒体产业是“新瓶”，罐装其中的是各种旧媒体交织的“陈酒”。

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>