

<<电视的活路>>

图书基本信息

书名：<<电视的活路>>

13位ISBN编号：9787561535684

10位ISBN编号：7561535686

出版时间：2010-6

出版时间：厦门大学出版社

作者：易绍华

页数：315

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>

<<电视的活路>>

前言

1983年，厦门大学创办了广告学专业，1993年，厦门大学出版社出版《21世纪广告丛书》。弹指一挥间，至2008年，已经25年或15年过去了。

近两年来，《21世纪广告丛书》又进行了重要的改版与扩充，更名为《厦门大学广告学丛书》。

为了推进广告学术研究，2008年，我们又启动了《厦门大学广告与传播艺术丛书》的编写工作。

在前一套丛书的基础上，本丛书的思路是进一步扩大广告学研究的深度与广度，尽量延伸与广告相关的研究领域。

因此，本丛书包括《广告传播学》、《著名品牌故事》、《2.0营销传播——互动整合营销传播策略》、《国际广告传播》等10多种著作。

这些著作不仅关注广告理论方面的深度探讨，也关注新媒体时代广告发展的趋势研究和广告在国际化背景下的运作策略研究。

广告是营销的促销手法，服务于商业销售目的；同时，广告之所以成为“广告”而不是其他，是因为广告活动是大众传播行为，是特殊的传播形态和传播方式，是研究利用大众媒介说话的艺术、传播的艺术。

因此，才有了《广告与传播艺术丛书》的构想。

传播学的理论来源于社会现象。

众所周知，传播学本身并不是一门历史悠久的学科，从形成理论体系到现在才不到100年历史。

其中，传播统计方法师从统计学，传播心理学源自心理学，其二级学科广告学又借鉴了市场营销学的一些原理和方法。

可以说，传播学是优良的“杂交品种”，无论是早期的研究报刊广告的覆盖率，还是拉姆斯菲尔德、施拉姆对传播要素的定义，还是后来M.E.麦库姆斯和D.L.肖就美国总统选举情况提出的“议程设置假说”等各传播学理论，它的面世是用于解决和分析社会问题，所以属于社会应用型学科，这就要求其必须同社会现象紧密联系。

广告在发展中吸取了传播学的这些精髓。

<<电视的活路>>

内容概要

1983年，厦门大学创办了广告学专业，1993年，厦门大学出版社出版《21世纪广告丛书》。弹指一挥间，至2008年，已经25年或15年过去了。

近两年来，《21世纪广告丛书》又进行了重要的改版与扩充，更名为《厦门大学广告学丛书》。

<<电视的活路>>

作者简介

易绍华（慈尚），媒介博士，高级经济师，高级策划师，先后就读于厦门大学，师从陈培爱教授（闽南学派）；武汉大学，师从张金海教授（珞珈学派），1998年以来，先后任职于厦门维奇文化传播公司（高级文案）、TOM户外（厦门）博美广告公司（策划副总监）、旭日因赛传播机构（客户主任）、南方都市报（企划主管）和深圳广播电影电视集团广告中心（经理）等广告与媒体经营单位，拥有颇为丰富的媒体业务实操经验、较高的广告运营管理水平以及独到的全案策划执行能力。

<<电视的活路>>

书籍目录

总序序第一章 导论 第一节 研究背景 第二节 研究目标与意义 第三节 研究范畴 第四节 研究思路第二章 网络传播与电视媒介发展 第一节 技术与媒介的关系 第二节 媒介网络化发展的动因分析 第三节 三网融合与电视媒介的发展第三章 国外媒介网络化发展的实践参照 第一节 美国 第二节 欧盟 第三节 韩国 第四节 日本 第五节 国外电视媒介网络化发展的启示与挑战第四章 当前中国电视媒介的网络化生存状况分析 第一节 互联网兴起对中国电视媒介的冲击 第二节 中国电视媒介网络化发展的种种尝试 第三节 中国电视媒介在网络化发展中存在的问题 第四节 我国电视媒介网络化总体进程落后的原因分析第五章 电视网络化生存的路径之一：打造平台型网站 第一节 网站已成为重要的电视媒介新形态 第二节 我国电视台网站发展中的具体问题 第三节 电视网站发展的功能取向：窗口还是平台 第四节 如何打造平台型电视网站第六章 电视网络化生存路径之二：改进数字化频道 第一节 当前数字频道电视发展的困局 第二节 网络化对数字频道核心竞争力的提升作用 第三节 如何加强网络化，改进频道生存状态第七章 电视网络化生存路径之三：网络视频业务的扩展 第一节 网络视频业务的概念及特点 第二节 电视媒体发展网络视频业务的必要性和紧迫性 第三节 视频业务市场的竞争与障碍分析第八章 电视网络化生存路径之四：移动化网络技术的应用第九章 电视网络化生存的终极形态：全能数据库及服务第十章 网络化生存下电视产业链重构及体制变迁第十一章 结论及展望

<<电视的活路>>

章节摘录

插图：（2）跨体制的多媒体合作。

2006年初，百度公司发起“泛媒体联盟”计划，开启了新旧媒体的融合之道，目前国内已经有数十家传统媒体与百度签订“泛媒体联盟”合作协议。

同期，南方报业集团投资上亿收购奥一网，成为报业新一轮融合新媒体的示范。

该项目是国内39个报业集团中最大的新媒体布局项目。

同年2月21日，《中国广播影视报》报道，大连日报社主办的《北方体育报》联合大连数字电视教育频道、大连沿海传媒有限公司创办《北方体育报》电视版，这是传统媒体试水多媒体。

4月，《重庆商报》与腾讯公司联合开通大渝网，借助腾讯的实时通讯系统实现对目标用户的精确传播，顺利实现当年盈利。

（3）跨行业的产业链整合。

在第三届中国报业竞争力年会上，“数字报业实验室计划”正式启动，包括解放日报报业集团等在内的15家媒体，以及北大方正、诺基亚（中国）、中国网通等3家软件开发商、电子显示终端设备制造商、电信运营商，成为首批试点单位。

“数字报业实验室计划”由中国新闻出版总署报刊出版管理司发起并组织实施，旨在探索适应数字报业发展需要的数字化、网络化的内容显示介质技术、信息传播技术和运营模式，促使传统纸介质出版向数字网络出版转型，推动报纸出版业变革。

“数字报业实验室计划”涉及从上游到下游的整个产业链，广电系统的数字化电视频道整体转换规划同样也试图整合平台建设、内容制作、节目集成、系统运营、终端制造等环节，形成数字电视产业链

。

<<电视的活路>>

后记

记得有位修行大师曾说过，每个生命都是有其预定轨迹的，若能破解生命密码，就能改变命运，但世间能破解密码者不过寥寥！

初听此言多少让人觉得神秘玄幻，但随着岁月磨砺，经世加深，顿感其言不无道理。

另一格言似乎可以成为其恰当诠释：性格决定命运。

人之初性本善，之所以出现各色人等，皆因为人的性格形成于不同环境，每个人的出生不同决定了人生轨迹起点差异，而后续生存环境也由此起点延伸扩展，这是天道。

一个人无法改变新环境，就得适应新环境，性格也在这种适应中揉捏升华，人生才会达到更高境界，这也是天道。

无常乃天道，适者得生存，这是自然界的规律。

当数字化和网络化已然成为世界的未来形态时，一个崭新的生存环境已经开始浸透弥漫着我们的衣食住行。

而作为信息领域最敏感的媒介，电视其实已经走到了一个生死选择的关口！

思路决定出路。

如何应对网络化？

迷惑、彷徨、仓促、蛮干，面对汹涌而来的网络化浪潮，电视人似乎显得有些忙乱。

面对变化改变自己，电视媒体的最佳生存态度就是变革传统发展范式，尽快适应新的技术和生态环境。

我们既要分析外因的影响，如竞争格局的变化、市场需求的升级、产业链条的调整等；也要研究内因的催化，如技术的革新、路径的取舍、生产流程的再造、制度的变迁等。

在这一时代背景下，本书聚焦这一当前具有现实迫切性和指导前瞻性的课题，力求通过技术逻辑、国内外发展参照、现实问题诊断、路径设计、产业化和制度变迁等层面的探讨，总结和归纳出中国电视媒体在未来网络化生存中的一套比较系统的发展思路。

<<电视的活路>>

编辑推荐

《电视的活路:数字化背景下电视媒体的网络化生存研究》：厦门大学广告与传播艺术丛书

<<电视的活路>>

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>