第一图书网, tushu007.com

<<媒聚变>>

图书基本信息

书名：<<媒聚变>>

13位ISBN编号：9787301208359

10位ISBN编号：7301208359

出版时间：2012-8

出版时间：北京大学出版社

作者：李鹏

页数：264

字数：221000

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

世界传媒的发展史，实质也是传媒形态的升级史。
传媒形态升级加速化，是贯穿传媒发展进程的一条基本定律。
在这一定律之下，面对新媒体的猛烈冲击，生存发展了近400年的报纸正面临前所未有的危机与挑战。
对于报纸的现实状况及未来走势，各方观点不一，众说纷纭。
李鹏编著的《媒聚变：媒介融合背景下报纸转型研究》结合报纸发展的历史轨迹、媒介融合背景下报纸的转型探索，以及中国特有的国情，力求探寻出一个适合中国报纸发展的全媒体转型模式。

《媒聚变：媒介融合背景下报纸转型研究》既是对报纸未来命运的预判，更是对报纸如何开创美好未来的路径探讨。
特别是在全媒体时代，中国报纸应该如何通过转型实现自身革命、谋求长足发展？
本书正是力图解答这一困扰学界和业界的问题，探讨基于中国现实的报纸转型理论模式，为中国报纸转型提供理论依据和实战指导。

本书不仅在历史维度之下，对中国报纸转型的历史进行了纵向梳理，还对国外报纸的转型现状进行分析，为中国报纸转型提供横向参考；对中国报纸和国外报纸进行了转型比较分析，对中国报纸的转型进行横向比对；并通过中国报纸转型受众调查，对报纸读者消费行为进行分析；然后对中国报纸转型的路径进行系统分析，提出中国报纸在全媒体转型过程中搭建全媒体平台的三步曲：最终围绕全媒体运营，提出中国报纸的全媒体转型模式，以及对中国报纸的发展前景进行了大胆预测。

面对全媒体时代新媒体的强势冲击，学界和业界都还没有找到一条有普遍价值的报纸转型模式，同时相比于美国等发达国家报纸在媒介融合上的转型探索，在我国特有的政治、经济、文化等大环境变量影响下，我国报纸的转型具有与西方传统媒体不同的模式。
本书不但填补了报业在新媒体环境下转型模式的理论空白，具有理论前沿性，还将理论与实际相结合，对当代中国报纸发展具有指导意义。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

李鹏，1971年11月生。
四川大学新闻学博士。
从事新闻媒体工作近二十载。
现任《华西都市报》总编辑、总经理。

<<媒聚变>>

书籍目录

导言
第一章 世纪变迁：中国报纸变革发展的前世今生
 第一节 市场化转型：中国报纸的繁荣与困惑
 第二节 数字化转型发端：中国报纸生产工具和传播方式数字化
 第三节 数字化转型提速：中国报纸对新媒体的融合与拓展
 第四节 全媒体转型：中国报纸的全媒体平台搭建与流程再造
第二章 他山之石：国外报纸的转型之路
 第一节 美国报纸转型：形态革新与理念转变
 第二节 欧洲报纸转型：免费竞争与形式创新
 第三节 日本报纸转型分析：联合竞争与资源利用
第三章 借鉴比较：中外报纸转型的运营模式差异
 第一节 中外报纸转型传统运营模式影响对比分析
 第二节 中外报纸转型开创的新运营模式对比分析
 第三节 责任与使命：中国报纸转型的中国特色
第四章 专题调查：中国报纸读者的媒介融合状况
 第一节 分析框架
 第二节 传播体系中的媒介融合
 第三节 网络对报纸融合的纵时性分析
 第四节 网站对都市报融合的纵时性分析
第五章 转型路径：中国报纸全媒体平台打造
 第一节 全媒体互动：中国报纸信息发布平台的拓展
 第二节 全媒体融合：中国报纸信息商业价值的拓展
 第三节 全媒体构建：以报纸为中心的全媒体平台打造
 第四节 中国报纸全媒体转型的趋势与路径
第六章 模式构建：中国报纸全媒体运营
 第一节 中国报纸全媒体转型模式探析
 第二节 中国报纸全媒体运营模式研究
 第三节 中国报纸全媒体转型案例分析
结语
参考文献
后记：移动传媒时代的报纸复兴？
！

致谢

章节摘录

一、中外报纸转型中的发行突围对比　　新媒体的兴起，对中外报纸的发行均造成了严重冲击。总体来看，由于新媒体具有信息发布更即时快捷、信息呈现更立体多样、信息量更丰富以及信息互动性更强，越来越多的受众选择通过新媒体接收信息。
随着网络读者增多、报纸价格增加、经济衰退和不以盈利为目标小报发行的多重打击，报纸的发行陷入更大的困境。
据世界经济合作及发展组织2010年6月发布的题为《新闻和网络的进化》的报告显示，全球报纸市场2004年开始的慢速增长止步于2007年，尽管发展中国家的报纸还有增长，但从2008年起，全球市场开始收缩，当年下降比例为5%，北美地区下降最为明显，2008年下降比例为14%，2009年为18%。
同时，世界经济合作及发展组织一半国家的报纸发行量低于2004年水平，情况最糟糕的国家为美国，下降34%，其次为英国，下降22%，日本下降18010。
从2007年到2009年，世界经济合作及发展组织30个国家中有20个国家的报纸发行量下降，其中下降最严重的是美国报纸，降幅达30%，英国报纸发行量降低了25010，希腊降低了20%，意大利降低了18%，加拿大降低了17%。
相比美国、日本、欧洲等媒体发达国家和地区的报纸发行量持续下降，中国报纸的发行量近年来却保持增长。
2009年10月，世界报业与新闻工作者协会在巴黎公布了“2009年世界日报发行量前100名排行榜”，中国共有26家报纸（其中大陆25家、台湾地区1家）进入世界日报发行量百强行列，是上榜数最多的国家，也是日报总发行量最高的国家，继续保持了世界报业第一大国的地位。
……

第一图书网, tushu007.com

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