

图书基本信息

书名：<<2010年中国广播电影电视发展报告>>

13位ISBN编号：9787501192458

10位ISBN编号：7501192456

出版时间：2010-5

出版时间：新华出版社

作者：国家广播电影电视总局发展研究中心

页数：383

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>

前言

2009年，是进入新世纪以来我国经济社会发展最为困难的一年，也是改革开放各项事业取得巨大成就的一年。

一年来，在党中央、国务院和中宣部的正确领导下，全国广播影视系统按照“高举旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”的总要求，紧紧围绕党和国家保增长保民生保稳定和庆祝新中国成立60周年等重大战略部署，把握正确舆论导向，确保安全播出，发展事业产业，依法加强管理，继续保持了广播影视繁荣发展的良好势头，为党和国家举办大事、应对难事提供了良好的舆论氛围和强大的精神动力。

当前，党中央、国务院作出加快经济发展方式转变的重大战略部署。服从服务于我国经济发展方式转变，是广播影视围绕中心、服务大局的重大任务。完成好这一重大任务，我们必须科学分析广播影视体制环境、技术环境、文化环境和国际环境的深刻变化，准确把握广播影视发展的阶段性特征，从理论和实践的高度回答好面临的一系列重要而紧迫的课题。

内容概要

本报告2006年以来的第五本广电蓝皮书，它运用最新的数据、丰富的事实、精辟的论证和典型的个案，全面系统地反映了2009年中国广播影视的状况、成就和特点、深入研究了我国广播影视发展改革管理中的若干重大问题，揭示了中国广播影视发展的管理思路和政策走向，分析预测了中国广播影视发展趋势，是相关研究人员和从业者不可或缺的参考书。

书籍目录

序言总论第一章 2009年中国广播电影电视发展环境 第一节 广播影视发展的国内环境 第二节 国际广播电影电视发展情况第二章 2009年中国广播电影电视公益事业发展状况 第一节 广播电影电视公益事业发展概况 第二节 广播电视宣传 第三节 电影公益事业 第四节 基础设施建设 第五节 重点工程建设第三章 2009年中国广播电影电视产业发展状况 第一节 广播电影电视产业发展概况 第二节 电影产业 第三节 电视剧产业 第四节 影视动画产业 第五节 广播电视广告产业 第六节 广播电视网络产业 第七节 视听新媒体产业第四章 2009年中国广播电影电视技术发展与应用状况 第一节 广播电视制播技术 第二节 广播电视传输覆盖技术 第三节 广播电视监测技术 第四节 电影技术 第五节 视听新媒体技术第五章 2009年中国广播电影电视行政管理状况 第一节 广播电影电视政府管理概况 第二节 广播电影电视法制建设 第三节 广播电视宣传管理 第四节 电影管理 第五节 电视剧管理 第六节 广播电视传媒机构管理 第七节 网络视听节目管理 第八节 广播电影电视科技管理 第九节 广播电影电视规划财务管理 第十节 广播电影电视国际交流与合作 第十一节 广播电影电视队伍建设和管理第六章 专题研究报告第七章 个案分析报告 附录 撰稿人名单 提供材料单位名单

章节摘录

其次,广播的技术特质、声音特质与新媒体有着天然亲近性,易于与新媒体融合。而新媒体在最大程度上弥补了广播自身的劣势、扩展了广播的影响力,体现在这样几个方面:第一,传统广播节目通过互联网可实现重复收听、点播收听,广播节目的“生命”得以延长;第二,全球化的网络广播扩展了传统广播的传播空间,传统广播能够借助互联网覆盖全球、联通世界;第三,网上广播借助多媒体技术,集文字、数据、图表、影像和声音于一体,实现了声音、文字、画面、视频同步传输,使信息的传播真正做到全方位、立体化;第四,互联网的实时交互特征丰富了传统广播与听众的沟通渠道;第五,网络广播吸引了长于使用互联网的年轻人和社会精英,这为受众群多为中老年人的传统广播拓展了新的受众群体,也为广播的产业发展带来商机;第六,广播与其他新媒体终端合作,将自己优质的内容通过不同渠道播放,可以自身投入的低成本挖掘巨大的市场潜力。

另外,从中外广播对比的角度看,以往中国广播界对国外广播大都抱着学习的姿态,对其先进理念、运作模式多有借鉴,而在此轮与新媒体融合的竞赛中,中国广播积极进取、位列前沿,为在未来的国际传播竞争中占得先机奠定了基础。

因此,当前的中国广播界关注的不是与新媒体是否融合,而是如何能达成深度融合以至“台网一体”的问题。

(二)中国广播走向网络时代的有利因素 政策方面:2009年7月22日,国务院常务会议讨论并原则通过《文化产业振兴规划》,网络广播等新兴文化产业形态被列入国家第十一个产业振兴规划进入了国家战略层面。

2010年1月13日,国务院常务会议决定加快推进电信网、广播电视网和互联网三网融合,这一决定将带领中国广播走向三网融合的快车道。

市场方面:2001年中国互联网网络广告市场规模3.9亿元,2009年达到206.1亿元,9年增长了51倍。

编辑推荐

权威性·专业性·系统性·前瞻性 提供广电海量资讯，预测行业发展趋势。

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>