

<<运营数字媒体>>

图书基本信息

书名：<<运营数字媒体>>

13位ISBN编号：9787030336170

10位ISBN编号：7030336178

出版时间：2012-3

出版时间：科学出版社

作者：周荣庭

页数：270

字数：340000

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>

## <<运营数字媒体>>

### 内容概要

本书融合了作者十多年的教学科研的探索体会和创新实践的经验教训，是专门对数字媒体运营进行深度分析和案例剖析的论著。

内容包括数字媒体的基本概念、经济特性、产品策划与制作、商务模式和定价、营销与管理、移动运营、产业创新及伦理与法规等方面，既有理论的前瞻性，也有案例的新颖性，是国内第一本系统、全面探讨数字媒体运营的专著。

本书适合新闻学、广播电视新闻学、广告学、编辑出版学、传播学、网络与新媒体等新闻传播类专业，以及工商管理、公共管理、图书馆、情报与档案管理等管理类专业的教学实践，也适合社会相关从业人员参考。

## &lt;&lt;运营数字媒体&gt;&gt;

## 书籍目录

- 1 开辟新疆域——数字媒体及其产业
  - 1.1 数字媒体内涵
  - 1.2 数字媒体的革命性发展
    - 1.2.1 技术革命”
    - 1.2.2 商务革命
    - 1.2.3 草根革命
  - 1.3 数字媒体组织
    - 1.3.1 组织要素
    - 1.3.2 组织类别
    - 1.3.3 组织的发展趋势
  - 1.4 数字内容产业
    - 1.4.1 产业概况
    - 1.4.2 2-3.6模型
- 2 探秘经济性——数字媒体的发展规律
  - 2.1 信息经济与信息策略
    - 2.1.1 信息经济
    - 2.1.2 信息策略
  - 2.2 体验经济与体验策略
    - 2.2.1 体验经济
    - 2.2.2 体验策略
  - 2.3 注意力经济及其策略
    - 2.3.1 注意力经济
    - 2.3.2 注意力策略
  - 2.4 商业生态系统与相关平台策略
    - 2.4.1 商业生态系统
    - 2.4.2 平台策略
  - 2.5 维基经济学及其协作策略
    - 2.5.1 维基经济学
    - 2.5.2 维基协作的策略
  - 2.6 数字媒体的产业发展规律
    - 2.6.1 发展速度
    - 2.6.2 发展规模
    - 2.6.3 产业竞争
- 3 内容显魅力——数字媒体产品生产
  - 3.1 生产特性
    - 3.1.1 生产专门化
    - 3.1.2 产消合一
    - 3.1.3 全媒体生产
  - 3.2 制作流程
    - 3.2.1 策划
    - 3.2.2 准备
    - 3.2.3 制作
    - 3.2.4 后期制作
  - 3.3 产品的内容策略
- 4 点石成金路——数字媒体的商务模式与定价

<<运营数字媒体>>

- 5 运筹网中央——数学媒体的营销
- 6 兼容大智慧——数学媒体的管理
- 7 时空又联运——移动网络中的数字媒体
- 8 纵横新天地——产业创新发展
- 9 甘苦谁与知——运营数字媒体的伦理

主要参考文献

主要参考网站

后记

## 章节摘录

1.1 数字媒体内涵 我们知道,媒体是信息的载体,是感知、表达、存储和传输信息的手段。

为了避免歧义,国际电信联盟将媒体细分为感觉媒体、表示媒体、显示媒体、存储媒体、传输媒体和信息交换媒体等不同的类型(表1-1)。

我们可进一步了解计算机系统与六种媒体的关系(图1-1):发送端的感觉媒体通过计算机的输入设备(显示媒体)转化为表示媒体;表示媒体均可通过计算机的中央处理器处理,可以通过计算机的存储设备(存储媒体)加以存储,也可以通过传输媒体进行传输;最后通过输出设备(显示媒体)转化为接收端的感觉媒体。

可见,这种媒体分类有着内在的逻辑性,对计算机技术和网络通信技术有着天然的依赖性。

实践表明,始于20世纪90年代中期的媒体分类对推动信息传播技术发展作用显著。

依据这样的分类,我们可以根据不同的传播任务,设定不同的媒体种类和品质级别;我们可以使用单一媒体完成不同的传播任务,也可以用多种媒体完成同一个传播任务,甚至用多种媒体完成多个传播任务;进一步看,依据这样的媒体分类,技术专家们须提供数字媒体应用的标准框架和技术流程。

那么,数字媒体又该如何界定呢?

数字媒体是采用数字化的方式通过计算机(或类似设备)产生、获取、记录、处理和传播的信息载体(刘慧芬,2008)。

简单地讲,这个定义包括“数字”和“媒体”两个关键点。

“数字”的实际含义是“数字化”,指采用统一的二进制代码的数字化形式来表示信息,文本、图像、音频、视频、动画等信息最终都是由二进制的0和1编码组成;二进制中每个0或1就是一个比特(bit),此时,比特是最小的信息单位。

“媒体”作为信息的载体,根据国际电信联盟的分类,数字媒体有两个方面的含义。

一是指以比特形式加以编码的表示媒体,从图1-1可知,表示媒体在信息的产生、存储、传输和显示过程中起到了中介的作用;就人们的认知来看,作为表示媒体的数字媒体就是以比特为单位的的信息本身,我们也称之为“数字内容”。

二是指用于处理比特形式编码信息的显示媒体、存储媒体、传输媒体和信息交换媒体的统称,数字媒体就是计算机相关的设备,包括数码照相机、数字摄像机、智能手机、录音笔等。

实际上,“数字媒体”(digital media)这个概念是从1994年起引起关注的。

国际通信学会(International Institute of Communications, IIC)于当年4月召开了第一次“数字媒体论坛”,探讨地面电视广播技术如何进入未来的数字媒体业,当时就有专家指出,“我们确实应该把注意力集中在市场和它们的发展上。”

如果有了市场,才会有技术。

翌年,日本当时最大的信息业务公司CSK、IBM(日本)、三菱公司和世嘉等公司联手创建了“数字媒体研究所”,致力于三维交互式影片、电视广播和电视游戏的开发(新马,1995)。

随后,数字媒体逐渐取代“多媒体”(multimedia)、“电子媒体”(electronic media)、“交互式媒体”(interactive media)的说法,出现了“数字媒体技术”、“数字媒体艺术”、“数字媒体系统”等研究、教育和应用领域。

2000年,我国专家提出要“迎接数字媒体的挑战”,指出“媒体内容的创建和发布正在经历着一场剧烈的变革。”

数字科技使媒体的创建、传播,以及给人们带来的冲击都具有了前所未有的速度与灵活性”,并认为“数字媒体的运用和与之相关的应用在多种渠道中呈指数增长,其中包括Internet出版、数字光纤、数字广播和IP卫星”。

由于数字媒体的人才缺口巨大,数字媒体等高等教育专业在世纪之交也获得快速的发展;与之相关的“网络与新媒体”于2011年列入我国教育部新增的本科专业目录,这对国内数字媒体的产、学、研、用的生态环境会产生积极影响。

数字媒体具有离散性、融合性和连通性,这是我们探讨数字媒体运营的出发点。

1) 数字媒体可以离散化,可以表现一切 数字媒体就是用比特这样离散形式的电子符号来表

## &lt;&lt;运营数字媒体&gt;&gt;

示的，这是数字媒体具备“魔力”的根本所在。

作为“信息的DNA”，比特正迅速地取代原子而成为人类社会的基本要素（尼葛洛庞蒂，2000）。比特可以用来表现文字、图像、动画、影视、语音及音乐等各种内容，构建出内容丰富、形式多样、具有吸引力的媒体世界。

可以说，如果存在数字技术的第一定律的话，那就是，一切皆有可能转化为比特。

2) 数字媒体具有融合性，可以整合一切 基于比特的易操纵性，数字内容从创建开始的每一个环节都易于操控，可以被快速地创建、组织、传播和使用。

任何传统媒体的内容都可以转化为数字媒体格式，音乐、游戏、报纸、杂志、图书、新闻、电影、电视剧和戏剧都可以呈现为数字媒体，而数字媒体也可以很容易地将不同的素材加以混合，对内容加以改编。

从现实看，数字媒体的发展已经成为一股浩浩荡荡的汇流。

无论是内容资源，还是技术应用；无论是媒体平台，还是用户终端；无论是管理实践，还是产业发展，数字媒体的发展正在全方位、快节奏、多层面地呈现出融合的趋势。

3) 数字媒体具有连通性，可以连接一切 数字革命的核心来自无孔不入、无所不及的Internet，Internet在技术上为比特营建了广袤无垠、深邃无限、灿烂无比的赛博空间（cyberspace）。

在本质上，Internet所运用的TCP/IP协议，允许任意一款数字化的设备用统一的语言来表达，来交换信息的比特流。

这时，数字媒体将赛博空间连接起来，进而也将使用数字媒体的人连接起来，将我们日常使用的家具、物品、设备连接起来。

这样的连通在根本上改变着我们的文化，改变着我们的生活。

我们的思考、我们的决策将会更多地依赖不同的声音、不同的意见，我们的社会在由少数人的控制和决策与由更多人的表达和参与之间会获得更好的平衡。

1995年，时任美国麻省理工学院媒体实验室主任的尼古拉斯·

尼葛洛庞蒂（Nicholas Negroponte）断言，“数字化生存则完全不同，我们不必苦苦守候任何发明。它就在此地，它就在此时。

它几乎具备了遗传性，因为人类的每一代都比上一代更加数字化”，数字媒体可以在任何时间、任何地点将数字内容传递到任何一个人那里。

在人类的数字化生存环境中，数字媒体几乎随时随地会出现在我们日常的生活、工作和学习之中，并与政治、技术、经济、文化、教育等环境因素产生互动，对社会生活产生深远的影响。

#### 【案例1-1】史蒂夫？

乔布斯演绎数字媒体传奇 “活着就为改变世界”，这是史蒂夫？

乔布斯生前常说的话（扬和西蒙，2010），实际生活中的他，一向敢于颠覆传统，不断地向人们引入数字媒体技术，开发设计了让人叹为观止的数字媒体产品，成就了一个又一个商业传奇，也改变了这个世界上许多人的生活。

1) 个人电脑开先河 1977年1月，乔布斯创建苹果公司，在全球率先推出了个人计算机，个人计算机快速进入家庭。

1982年，“个人计算机”入选美国《时代》杂志“年度风云人物”，被指“有朝一日会像电视和洗碗机一样普及”。

1984年，乔布斯推出了图形用户界面的个人计算机Mac，他的产品被艺术家和出版业所接受，可到1985年他被迫离开了苹果公司。

自此，苹果公司的产品在市场上也节节败退。

2) 动画电影续传奇 乔布斯1985年创建NeXT公司，1986年收购Pixar。

“十年磨一剑”，1995年Pixar公司上映的《玩具总动员》一举成名，当年全球票房高达3.62亿美元。这是第一部全部采用CG技术制作的动画片，它不仅仅在动画技术上，在电影制作艺术史上也具有里程碑意义，该片被美国电影协会选入“100部最伟大的美国电影”。

3) 数字媒体王者归 1996年，苹果收购NeXT，聘乔布斯为顾问。1997年，乔布斯回归苹果公司。



## &lt;&lt;运营数字媒体&gt;&gt;

从那时起，苹果公司推出计算机iMac（1998年）、笔记本电脑iBook（1999年）、数字音乐播放机iPod（2001年第一代至2004年第四代）、智能手机iPhone（2007年）、平板电脑iPad（2010年）以及触及“云计算”的iCloud。

其中，计算机iMac“使电脑像电话一样简单”，获《时代》杂志最佳电脑称号；而iPod彻底改变了人们购买音乐、享受音乐的方式，带来了一场文化变革，已经成为21世纪头十年的时代精神象征。

随后，苹果凭借iPhone给通信行业带来巨变。

将iPod、iPhone和iTunes的影响力整合到一起后，苹果的影响力已可以渗透到任何一种媒体之中。

事实上，苹果公司的产品无一不受到那些富有创造性、自主性、追随时尚的用户追捧。

乔布斯驰骋于数字媒体的无垠疆界，改变了电脑、电影、音乐、通信和出版五个行业。

2007年，乔布斯被《财富》杂志评为年度最伟大商人。

2009年，乔布斯当选《时代》周刊年度风云人物之一。

有人不无感触地说，“人类欲望自苹果始，它诱惑了夏娃，砸醒了牛顿，现在握在乔布斯手中”。

苹果“是最伟大的媒体，以极具亲和力的方式启发和沟通着人与人、人与自然、人与物质的关系”（陈漠，2011）。

2011年10月5日，斯蒂夫？

乔布斯因病辞世。

苹果公司网站称，“苹果失去了一位富有远见和创造力的天才，世界失去了一个不可思议的人……斯蒂夫留下了唯有他才能缔造的公司，他的精神将永远成为苹果公司的根基！”

1.2 数字媒体的革命性发展 数字媒体的发展是一种革命性的发展，涌现为三波浪潮：技术革命浪潮、商务革命浪潮以及草根革命浪潮（刘向晖，2007）。

在数字媒体的发展进程中，技术专家、企业家和普通民众轮番上场，充当革命主力，并将数字媒体的运营推向深入。

技术专家为数字媒体的应用或者运营争取到资金支持，及时申报专利或者成为拥有其知识产权的所有者；数字媒体的运营商重在寻找技术应用进入市场的切入点，并对选择进入市场的时机，选择主导的数字媒体产品和服务，选择拟进入的细分市场作出决策；普通民众不仅是消费者，也是参与者，开始深刻地影响数字媒体的发展进程。

1.2.1 技术革命 1.2.1.1 技术发展简况 数字媒体技术主要研究与数字媒体信息的获取、处理、存储、传播、管理、安全、输出等相关的理论、方法、技术与系统。

数字媒体的技术革命涉及其自身处理过程中的每一个环节，与计算机技术、网络通信技术及其相关标准的发展密不可分。

在这波技术引领的数字媒体革命浪潮中，技术精英们和研发机构不仅勇于创新，而且敢抓商机。他们往往在原有的研究、实践领域前沿，在学科交叉、行业融合的过程中，首先预测到数字媒体的发展趋势。

他们能在数字媒体领域的理论、技术、市场、管理等领域提出独到的见解，开创全新的业务。

这期间“弄潮儿”比比皆是，如微软的比尔？

盖茨、保罗？

艾伦，苹果公司的斯蒂夫？

乔布斯、斯蒂夫？

沃兹尼克，媒体实验室的前主任尼古拉斯？

尼葛洛庞蒂，万维网之父蒂姆？

伯纳斯-李，浏览器之父马克？

安德里森，谷歌创始人拉里？

佩奇和谢尔盖？

布林等，他们将技术转化为产品、将理念演绎成平台，从而为新兴的技术应用孕育了无限的商机。

网络通信技术，尤其是Internet技术，是数字媒体发展中喷发出的又一股技术革命力量。

这股力量的核心是1991年发布的万维网（world wide web，Web）服务，从此数字媒体的网络应用出现无限生机。

## <<运营数字媒体>>

举例来说，1991年，林纳斯？

托瓦兹（Linus Torvalds）推出可以自由、免费使用的Linux网络操作系统，成为优秀的、广为传播的Web服务器的平台；1993年，马克？

安德里森推出第一个真正的浏览器马赛克（mosaic），支持书签、图标和图像浏览，从而彻底改变了网络数据传输的方式，将整个Web的发展推向无比辉煌的道路；1998年，蒂姆？

奥莱利倡议启动开源计划，随后免费的博客平台Word-press、免费的浏览器Firefox、免费的Web编程语言PHP都成了开源计划的一部分。

所有这些对Web的发展都是革命性的推动，对我们使用互联网影响深远。

数字媒体技术的发展史，既是新技术的应用史，也是标准的推广史。

.....



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>