

<<上海传媒发展报告>>

图书基本信息

书名：<<上海传媒发展报告>>

13位ISBN编号：9787509729830

10位ISBN编号：7509729831

出版时间：2012-1

出版时间：社会科学文献出版社

作者：强荧，焦雨虹 主编

页数：335

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>

<<上海传媒发展报告>>

内容概要

《上海蓝皮书·上海传媒发展报告：全媒体传播推动城市创新与发展（2012版）》为第一本上海传媒蓝皮书。

在全球视野下研究上海传媒发展态势和社会影响，对上海传媒进行宏观的扫描分析和微观的解剖归纳。

以“全媒体传播推动城市创新与发展”为主题，实证研究了全媒体传播对推动城市转型、促进城市发展、提升城市实力具有的引擎作用。

汇聚资深传媒精英、研究专家的观察和思考，掌握上海传媒最新权威数据，追踪上海传媒产业发展现状，从传媒形态、业态和生态多个角度，探析上海传媒全媒体创新与转型。

关注2011年重大舆论事件、媒体热点、传媒政策、产业格局，对上海广电体制改革、报业转型、三网融合、IPTV发展等重点领域进行深入分析。

考察全媒体时代传媒与社情民情舆情的关系，对舆论新格局的转变与重构进行深度解读。

<<上海传媒发展报告>>

作者简介

强荧，研究员，上海社会科学院新闻研究所所长。
新闻从业30余年，新闻类著书12本。
上海市第八次党代会代表，上海市领军人才。

1995年获首届“全国百佳新闻工作者”称号，1998年获“中国报刊之星”称号，2001年获上海第三届“范长江新闻奖”，数十次获中国新闻奖和上海新闻奖。

1986年实地采访长江漂流，著书《最后的征服》；1990年，骑摩托车沿丝绸之路探险，撰写《摩托西行5000里》；1993年，历时60天，徒步1500公里，穿越塔克拉玛干沙漠，发表79篇《死亡之海探险手记》；1994年，深入广西九万大山原始森林寻找野人，发表《九万大山找野人》系列报道；1999年，冒着暴风雪攀登博格达雪山，连续发表《博格达夜话》、《跨越博格达》、《博格达风格》；2001年，参加北京--莫斯科中国志愿者申奥远征车队，历时34天，驾车跨越欧亚大陆和西伯利亚，行程1.2万公里，著书《远征俄罗斯》；2002年，参加中国第19次南极科考队，历经4个多月，行程4万多公里，著书《茫茫南极路》；2004年7月，加入中国北极科考队，创立北极黄河站，发表《北极特快》系列报道；2005年6月，驾车穿越丝绸之路、罗布泊、帕米尔高原发表《新丝绸之路》系列报道；2005年4~8月，策划并参与“重走抗战场”，合著《文汇号重走抗战场》。

在新闻实践中，埋头于采访第一线，亲身体会出租车司机、巡警、殡葬工、卖报人、保险推销员等普通劳动者生活，发表了一系列有影响的体验式报道。

1994年，上海市记协在上海美术馆举办《强荧“死亡之海”纪实摄影展》，8天中有10万人次参观。此后，上海拍卖行为强荧作品举行专场义拍，义拍所得捐赠给上海市记协，创立“强荧风险新闻奖”，定期表彰一批敢于冒风险采访的新闻记者。

2003年1月，在南纬72度56分30秒、东经75度16分39秒亲自发现外星陨石，成为中国发现南极陨石第15人，国家极地办和中国极地研究所命名这块陨石为“强荧GRV021604”。

焦雨虹，新闻传播学博士后，文学博士，副教授。

研究方向为新闻理论，媒介与传播，文化创意产业。
世界华文文学协会会员。
广州市作协会员。

参与多个国家级、省部级项目，并撰写研究报告，发表多篇跨学科学术论文，出版数部相关学术著作。

<<上海传媒发展报告>>

书籍目录

总报告

- 1 全媒体传播推动城市创新与发展
 - 一 2011传媒环境观察
 - 二 全媒体与城市创新发展
 - 三 上海传媒发展思路与目标构想

行业篇

广电媒体

- 2 创新·整合·品牌--上海广播电视核心竞争力研究
- 3 媒介融合中的市场逻辑与公共考量--以中国广电业与电信业的融合发展为例
- 4 广播电视制播分离的背景、探索及思考--以上海广播电视台为例
- 5 传媒功能定位与电视节目形态的演变
- 6 坚持广播电视的公共服务理念

网络媒体

- 7 上海政务微博发展现状与运营策略
 - 8 墙内连接墙外网络照进现实--twitter中文圈与新浪微博中的互联网社会行动比较
 - 9 网络植根还是网络增强？
- 中国的互联网在群体性事件中的角色分析
- 10 上海网络电视与IPTV媒体策略比较研究--以东方宽频和百视通为例
 - 11 上海网络新闻从业者职业现状调查
 - 12 网络舆论与新闻专业主义的实践困境

移动与电子媒体

- 13 信息技术推动上海数字媒体产业新发展
- 14 手机电视发展关键因素分析
- 15 轻博客的传播形态与本土化发展
- 16 上海新媒体产业发展述评

案例篇

- 17 以“智慧立报”破解网络时代的纸媒困境--《文汇报》发展战略研究
- 18 媒介融合背景下上海三大传媒集团新媒体发展战略比较
- 19 对上海“新华传媒”推进资本化运作的路径探讨
- 20 行业报的内容差异化策略与发展空间探析--以上海《劳动报》为例
- 21 青年报刊定位及品牌策略的思考--以上海《青年报》、《生活周刊》等为主要研究对象
- 22 论“新媒体”对动漫产业的“蝴蝶效应”

思考篇

后记

<<上海传媒发展报告>>

章节摘录

不过，真正使电信业迫不及待地推进“三网融合”的现实是，其传统语音业务趋于饱和，电信管道和光缆的利用率大幅度降低，固话拆机现象严重，虽然移动业务增长相对迅速，但是这种单一的现象并不足以支撑整个电信业未来的发展。

正是因为这样的现实困境，如时任中国电信CEO的王晓初所言，“假如固网能从传统的话音和网络接入的运营商向一个囊括话音、数据、图像的综合信息服务提供商‘转型’，承载更加丰富多样的信息交流活动，必将为中国电信的发展注入强大的动力。

”而对此更直接的说法是时任信息产业部副部长奚国华的一席话--“电信企业之所以要转型，根本原因是市场和技术的发展极大地改变了电信传统的产业链以及价值链。转型之所以对电信行业具有极其重大的战略意义，是因为很多新技术、新业务的发展机遇已经出现了，关键看行业如何把握。

”这或许才是“三网融合”真正的现实动因，同时也回答了为什么相比之下，电信业似乎比广电业更迫不及待地想要融合发展（虽然从技术上看，电信业的确也更容易进入广电领域，其强大的统一的网络是广电很难媲美的）。

这样的历史情形及话语实际上反驳了不加证明地以“三网融合”作为客观意义上技术发展的“必然趋势”、“不可阻挡的趋势”的逻辑与话语，也用事实证明了所谓融合发展的动力并不直接来源于“消费者的需求”，而是首先来源于企业自身的发展需求（虽然这两者也并不对立或者矛盾，但出发点是有差别的）。

因此，无论是中国电信“从传统基础网络运营商向现代综合信息服务提供商转型”的口号还是中国移动所提倡的“移动信息专家”的定位以及“手机媒体化”转型都需要放置在这样的背景之中来理解。

.....

<<上海传媒发展报告>>

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>