第一图书网, tushu007.com

<<在北大讲传媒>>

图书基本信息

书名：<<在北大讲传媒>>

13位ISBN编号：9787543856998

10位ISBN编号：7543856999

出版时间：2009-4

出版时间：湖南人民出版社

作者：郝振省 主编

页数：263

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

第一图书网, tushu007.com

前言

创新是媒体的灵魂。
2005年以来，国内传媒业的格局发生了很大的变化，技术的进步促使传媒形态与传媒种类进一步丰富，传媒竞争日益激烈，创新成为传媒企业发展的良药。
近几年来，国内传媒业也涌现出一大批创新的经典案例与典型经验以及一大批因努力创新而不断创造出新的业绩与影响的领军人物。
围绕国内传媒业的创新，出版一本融权威性与实用性于一体的行业用书，这是三年前就有的想法。
传媒杂志社从2006年起就策划组织了国内传媒业最高端的创新交流平台——中国传媒创新年会，至今已逾四届。
每一届年会都能聚集国家顶尖的传媒专家与创新人物，他们通过自己的创新实践现身说法，每一次都能为一些如饥似渴的传媒人士提供一些有益可行的解决思路或方案。
2006年起，我们就开始尝试将参会嘉宾的演讲精要汇编成集，供业界人士参考。
后来因为种种原因。
一直未能如愿。
2008年底，第四届中国传媒创新年会在北京大学博雅国际会议中心举行，恰逢中国改革开放30年的历史时刻，许多在业界颇有声望甚至亲身经历了中国改革开放30年传媒发展历程的传媒业领军人物纷纷踊跃参会并演讲，使本届创新年会的规格、深度与成果均达到历史之最。
年会举行期间便有业界人士提出能否将嘉宾演讲的精要结集出版，这与我们的想法不谋而合，于是《在北大讲传媒》一书便应运而生。
本书主要内容共分三个部分：第一部分是业界领军人物在第四届中国传媒创新年会上的演讲精要；第二部分是我们从全国的媒体中精选的创新案例；第三部分是对中国传媒业不同传媒形态发展历程的梳理及分析，值得传媒界人士借鉴。

内容概要

加快推进数字传媒发展战略，促进传统传媒业的整体变革和产业升级。
当前，技术发展带来的媒体格局变化日新月异，新闻传播和出版业发展到了由传统媒体向数字化媒体方向转变的关键时期，巩固传统媒体在多元传播格局下主流地位的任务刻不容缓。
传统媒体要顺应数字化、网络化、多媒体传播技术影响下的内容产业发展趋势，积极拓展行业内涵和外延，建构数字化、网络化的信息资源聚合平台和传播平台，重组运营组织和业务流程，发展数字内容产品，开拓增值服务业务，实现传统媒体核心竞争能力与信息网络传播技术的深度融合。
行业管理部门要将数字化纳入促进传统媒体产业升级的整体战略核心，采取积极推进、指导扶持的发展政策，加大政府推动传统媒体产业升级宏观政策及重大项目的实施力度，力争通过重点工程的实施带动全行业加快产业升级的进程，把握培育新业态、占领新阵地的主导地位和主动权，推动传统媒体向现代传媒产业的转型。
　　发展公益性传媒出版事业，构建传媒业公共服务体系。
新闻出版总署将按照国家确定的政府主导、增加投入、改善服务、保障权益的公共服务体系建设基本方针，充分发挥政府职能，大力构建符合科学发展观要求的公共服务体系，解决行业当前面临的城乡区域发展不均衡，农村公共文化服务体系建设长期薄弱的突出问题。
将以服务“三农”和服务少数民族为重点，大力发展公益性新闻出版事业，构建新闻出版业公共文化服务体系。
通过增加财政投入、增加资源配置、实行优惠政策、实施重大项目工程等方式，扶持“三农”和少数民族新闻出版事业，促进新闻出版工作为社会主义新农村建设服务；巩固和加强少数民族新闻出版事业的发展基础，保持少数民族文字报纸的品种数量稳中有升。
实施促进公共服务体系建设的重大政策、重点工程和重大项目，探索建立新闻出版业公共服务的有效渠道和有效载体。
保障人民群众的基本文化权益，使传媒业发展成果惠及广大人民群众。

<<在北大讲传媒>>

书籍目录

精英论道　改革开放30年凤凰与中国传媒新出发／刘长乐　透过赛场我们还应看到什么？——奥运会对中国文化国际化传播的启示／孙玉胜　经济下行期的传媒马太效应／姚林　广播产业经营及资本运作的实践与思考／汪良　故事会与改革开放30年——全力打造中国大众文化的精品工程／何承伟　让创意更精彩让大众更快乐——永远创造快乐的湖南电视／欧阳常林　传媒发展的文化理解／尹明华　在创新中谋求战略转型／郑强　第一财经跨媒体、跨行业成长之路／高韵斐　整合区域资源构建产业集群提高经济质量／姜凤羽　回归区域／闫爱华　破局：经济危机与中国传媒的发展／陈刚　金融危机对传媒业的影响及对策研究／谢耘耕　金融危机对传媒业的影响及对策／蔡尚伟创新经典　地面突围——齐鲁电视台的创新之路　光荣与梦想——《英语周报》的奋进25年　制造影响力——“重庆第一大报”《重庆商报》的创新传奇　从《辽沈晚报•铁岭版》创办看报业品牌拓展路径《今晚报》：改革开放催生的报业奇葩　铸剑——重庆广电集团的创新传奇　改革开放39年广东电视台与时代同行……行业盘点后记

章节摘录

精英论道　　改革开放30年凤凰与中国传媒新出发／刘长乐　　改革开放30年　　凤凰与中国传媒新出发　　30前的这个日子，标志着中国走向改革开放的中共十一届三中全会（12月18日-22日）正在进行之中。

30年前的这个月份，当时的国家出版局正式宣布了报纸经营可以采用“事业单位，企业化管理”的决定。

中国传媒改革伴随着中国改革开放大幕的拉开，登台亮相。

30年前的中国传媒业是什么样子？

1978年，全国只有186种报纸，期刊600多种，印数5亿多册，普通人家里，收音机是重要的家用电器，电视机是少数人的奢侈品，互联网还是一个没有出现在中国媒体受众视野中的名词，而且那个年代极其有限的媒体资源传播的内容和形式也非常单调，“千篇一律、千孔一面、千人一声”便是那时传播内容的形象写照。

30年后，中国的媒体又是怎样一番景象？

据统计，中国的报纸品种已增加到2081种，总印数超过438亿份；期刊增加到9468种，总印数28．5亿册；电视也增加到3000多个频道；网民已超过2．53亿，网民规模跃居世界第一位，中国从半导体时代进入到了多媒体时代。

1979年，中国的报纸和电视开始刊发商业广告。

2009年，我们将跻身世界广告前十位。

目前中国内地已有报业集团45家，广播电视集团21家，出版社集团23家。

在北京的CBD（城市中央商务区），平均每平方公里密集驻扎着来自全球的326家文化传媒机构。

这一系列令人欣喜的数字无不说明了一个很明显的现实：传媒业30年中挥写了无尽的传奇，使中国由一个30年前的传媒弱国成为一个向全世界发声和发言的传媒大国。

……

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