

<<传媒变革力>>

图书基本信息

书名：<<传媒变革力>>

13位ISBN编号：9787806528488

10位ISBN编号：7806528482

出版时间：2009-5

出版时间：广东南方日报出版社

作者：喻国明

页数：254

字数：300000

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>

## &lt;&lt;传媒变革力&gt;&gt;

## 前言

一、从常态社会到危机社会：时代发展造就了我们的“囧”境“囧”：这个90%的中国人不知道如何读的生僻字不知从什么时候开始大肆进入人们的日常表达中，成为描述我们这个时代现实状态的一个最为流行的关键词，我在现在（2009年3月13日午夜12时）百度一下，便找到相关网页约3760万篇。

据说：“囧”在网络的使用，最初的启示来自日本。

Orz是一种源于日本的网络象形文字（或心情图示），在日文中原本的意义是“失意体前屈”，代表一个人面向左方、俯跪在地，O代表这个人的头，r代表手以及身体，z代表的是脚。

日本人最初在网络上，例如在电子邮件、IRC聊天室以及即时通信软件中广泛使用这个符号，表现他们失意或沮丧的心情。

于是，中国的网民受到“Orz”的启发，用“囧”替换掉了“O”，使得日文中的失意体前屈的头部具有了更加写意的表情，写作“囧rz”。

而在网络中，当人们处在一种无助、沮丧、悲伤甚或崩溃的境遇的时候，就会用“囧”来形容自己。

一个语汇，特别是一个关键性语汇的转换表征着时代的改变。

进入新世纪以来，人们越来越频密地承受着危机、困境、风险、灾难的来袭，人们努力地抗争，但一个灾难过去之后一个灾难接踵而至，使人喘不过气来。

不仅如此，人们甚至不知道下一个灾难来自何方或以什么形式发生侵害……那么，我们所面临的时代“囧”境究竟是如何造成的呢？

## &lt;&lt;传媒变革力&gt;&gt;

## 内容概要

“超女”的成功很大程度上是在规则上分享表达权的成功，“超女”形成了一个参与表达的话语和意志平台，使任何一个观众都可以表达自己的审美标准和取舍评价，释放了今天社会人表达不同的审美角度的意愿，所以获得了巨大的社会的和经济的效益。

其次，以接近权的释放为例，一个市级台的新闻台，在本市新闻一开始关于市委领导的活动新闻播放时采用字幕的方式播出下面即将播出的社会新闻、民生新闻的节目标题，由观众投票的多少决定究竟哪条新闻被播出，这样造成一种参与感、悬念感和期待感，使这个节目的收视率有很大的提升。

而《广州日报》的导读版的推出，是在传统深度读报的模式之下提供了一种浅阅读的选择和可能，尊重了今天的读者用很短的时间浏览60版、80版里面的内容的浅度阅读的需要。

这种选择性的服务模式的推出使《广州日报》在当地的影响力进一步提升。

可以说'在这个权益方面，任何一个有实质意义上的创新性的权利让渡都会带来很好的市场效果和社会效果。

显然，社会的有机化，强化了人们对于资讯的质量需求；身处全球化大格局中的人们对于信息需求在层次性上更加丰富且深刻。

而承受信息超载压力的焦灼中的人们需要简约精要的信息产品以使他们对于世界的把握更加经济节省，更加富有效率。

事实上，人们自主意识大大增强的同时，期待着秩序和引导，期待着“减负”和明快。

简约成为一种价值，规则成为改革的关键。

## <<传媒变革力>>

### 作者简介

喻国明，男，1957年9月生于上海。  
1989年获得中国人民大学博士学位。  
现为中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师，中国人民大学舆论研究所所长，《新闻学论集》主编。

1986年以来，特别是进入20世纪90年代以来他已主持进行了130余项具有较高学术价值和广泛社

## &lt;&lt;传媒变革力&gt;&gt;

## 书籍目录

代序“囧时代”：传媒业的角色与使命  
上篇 解析传媒转型  
第一章 中国传媒业30年：发展逻辑与现实走势  
第二章 严峻的经济形势与中国传媒的“突围”之道——兼论传媒产业未来发展的关键词  
第三章 传媒业的新“圈地运动”——奥运后报业经营形势的基本形势  
第四章 传媒五论：从网络民意、奥运模式到制度变革  
第五章 地震大考：关于传播体制构建的若干思考  
第六章 媒体应当成为利益、表达和信息不对称社会的平衡者  
中篇 传媒创新趋势  
第一章 “Web圆桌”的演进及其社会效应——关于“Web X.0”发展逻辑阐释  
第二章 谈谈Web.X.0的社会内涵及其行动逻辑  
第三章 传媒上市的利弊谱系——传媒上市的利弊分析与风险评估  
第四章 中外数字媒体内容监管体系的效果评估研究  
第五章 美国《1996年电信法》：一个制度演进的标本——从市场到规制的十年反思  
第六章 媒介融合时代美国电视的竞争策略  
第七章 免费报纸的缘起与操作模式研究——对于一种正在逆市崛起的传统报业模式的探讨  
下篇 市场调研报告  
第一章 读者阅读中文版面的视觉轨迹及其规律——一项基于眼动仪的实验研究  
第二章 财经类电视节目的行动路线图——来自受众市场的调查报告  
第三章 杂志的“面子”与“里子”：潮流与现状——以国际健康生活类杂志为例  
第四章 手机报：市场推广策略研究

## &lt;&lt;传媒变革力&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第一章 中国传媒业30年：发展逻辑与现实走势对于当前中国传媒业的发展而言，也许没有什么比保持认识上和行动上的方位感更重要了。

而这种方位感的正确获得和保持，离不开我们对发展格局的基本判断，以及由此而产生的战略问题的科学把握。

“做正确的事”要比“正确地做事”更重要。

换言之，在现阶段的传媒业的发展中，面对社会环境、技术环境与市场环境的不断变化，面对层出不穷的新的成长性空间，知道“在哪做”和知道“做什么”，比知道“怎么做”更重要。

有鉴于此，本文着重讨论中国传媒业发展的历史发展与现实逻辑，以便于我们就此对于某些最为重要的发展问题有较为清晰的认识与把握。

一、七个历史场景：改革开放30年以来我国传媒业发展轨迹的素描一位社会学家说：“要想判断一个城市的文明程度可以从观察这个城市厕所的清洁程度入手，要想判断一个人的文明程度可以从观察这个人将废弃物投入果皮箱的准确程度入手。

”从这一由点及面的思路出发，我们不妨从七个具体的、带有某种标志性意义的事件入手来为我国大众传播业在改革开放30年的沧桑巨变中的发展轨迹做一个粗线条的勾勒。

1. “新闻写作散文化”主张的提出：中国传媒从组织媒介向大众媒介的功能丰富与扩张。

第一个具有标志性意义的事件是1981年前后新闻界关于新闻语言多样化问题的提出。

这个问题看上去是一个业务技巧问题，实质上却标志着我国大众传播媒介开始从过去较为单一的“政治教科书”的功能和角色扮演中（实质上是一种以大众媒介为外在形式的组织媒介）走了出来，开始根据社会发展的要求向履行多种功能、扮演多种角色的方向转型。

从传播学的角度看，新闻语言就是新闻媒介面对社会的“表情”，这种“表情”的单一抑或丰富是由于其所扮演的社会角色的单一抑或丰富决定的。

## &lt;&lt;传媒变革力&gt;&gt;

## 编辑推荐

《传媒变革力》由于全民表达时代的到来，新闻报道成为一种“通用技能”的时候，专业媒体所拥有的记者在接近事实的便捷性方面远远不及“无处不在”的普通公民，媒体的角色与责任必然发生深刻的转型：1. 从立足于信息的发布权到立足于信息的解释权；2. 从意见的表达者到意见的平衡者；3. 从“社会守望”者到“社会对话”的组织者。

——《“囧时代”：传媒业的角色与使命》在现阶段的传媒业的发展中，面对社会环境、技术环境与市场环境的不不断变化，中国传媒竞争战略的新趋势有以下三点：1. 传媒发展：从追求市场占有率到追求个人占有率；2. 传媒竞争：从“内容为王”到“产品为王”；3. 从“巨内容”到“微内容”：如何从传播“碎片化”的现实中重新构建传播的力量。

——《中国传媒业三十年：发展逻辑与现实走势》面对严峻的经济形势，如何寻找新的价值增长点，才是开创传媒发展新格局的关键。

中国传媒的“突围”之道有以下两点：1. 以传媒影响力为纽结，服务于“大局”，成为链接各种社会资源、商业资源、消费资源的汇流“节点”与中介；2. 改变传统的传播流程中的“游戏规则”成为今天媒体策划的重中之重。

判断传媒和传媒人职业道德和社会责任状况的三个标准：——《严峻的经济形势与中国传媒的“突围”之道》1. 传媒和传媒人在承担媒介的基本角色方面是否尽责；2. 传媒和传媒人在满足社会发展的主流需要方面是否尽责；3. 传媒和传媒人在技术和产业发展改变了传媒业生态的今天，是否站在媒介价值重心改变的前沿位置上。

——《媒体应当成为利益、表达和信息不对称社会的平衡者》

<<传媒变革力>>

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>