

<<新媒体>>

图书基本信息

书名：<<新媒体>>

13位ISBN编号：9787811279658

10位ISBN编号：7811279657

出版时间：2010-11

出版时间：包冉、白羽、韩彪 中国传媒大学出版社 (2010-11出版)

作者：包冉,白羽,韩彪

页数：418

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

被动接受还是主动选择？

“被人做主”还是“我来当家”？

这是个问题！

“是的，我们正在规划互联网时代的社交关系”，当Facebook的CEO马克·扎克伯格在F8大会演讲时，在他身后，一幅巨大的网络人际关系图谱，在全球网民的实时行为中，正以核裂变式的速度，不断延展、交错、包容……这个年轻的Facebook创办人和掌门人，今年才只有26岁，被人们冠以“盖茨第二”的美誉。

六年前，他在哈佛大学主修计算机和心理学二年级课程，某个无聊的下午，扎克伯格开始编写Facebook的网站代码，目的简单到“就是做个网上校友录”。

今天，Facebook已经是全球最大的社交网站（SNS Website），拥有超过5亿用户，坚持不做IPO（公开募股上市）的Facebook，估值超过100亿美元！

有了微软和盖茨，600gle和佩奇、布林，YouTube和赫利、陈士骏，Facebook与扎克伯格的新一轮财富神话并不稀奇，事实上，真正令人兴奋的，是另一个极具颠覆性的时代到来了！

简单索引一下互联网与新媒体近15年的发展史—20世纪的最后五年，是Yahoo和Google兴起的年代，它们致力于将传统载体记录的信息数字化、网络化、碎片化，并通过目录、门户和关键词搜索，将碎片化信息索引与整合，造就了互联网行业的第一波浪潮。

内容概要

被动接受还是主动选择？

“被人做主”还是“我来当家”？

这是个问题！

“是的，我们正在规划互联网时代的社交关系”，当Facebook的CEO马克·扎克伯格在F8大会演讲时，在他身后，一幅巨大的网络人际关系图谱，在全球网民的实时行为中，正以核裂变式的速度，不断延展、交错、包容……这个年轻的Facebook创办人和掌门人，今年才只有26岁，被人们冠以“盖茨第二”的美誉。

六年前，他在哈佛大学主修计算机和心理学二年级课程，某个无聊的下午，扎克伯格开始编写Facebook的网站代码，目的简单到“就是做个网上校友录”。

今天，Facebook已经是全球最大的社交网站（SNS Website），拥有超过5亿用户，坚持不做IPO（公开募股上市）的Facebook，估值超过100亿美元！

作者简介

包冉，中国计算机世界传媒集团助理总裁，《计算机世界》执行社长，《中国数字电视》出版人兼总编。

1999年进入IT及传媒行业，先后服务于计算机世界日报（计世网前身）、《计算机世界》报，从事网络程序开发、记者、编辑、主编、总编助理等工作：2004年6月，发起并创刊《中国数字电视》杂志（月刊）：2009年8月，担任中国计算机世界传媒集团助理总裁兼《计算机世界》执行社长。

长期致力于三网融合发展趋势的研究，密切关注电子信息产业、广播电视运营、通信运营的发展，在上述领域采访、撰写并发表过大量作品，担任多家电视、平面和网络媒体的评论员、专栏作家、顾问。

白羽，金海王星国际行销与传播集团执行董事，2003年香港中文大学金融MBA毕业，1990年清华大学经管学院毕业。

长期致力于全球和中国数字新媒体产业的投融资研究，投资运作多家中国移动互联网公司。

韩彪，任教于北京电影学院电影管理系，中国传播学会理事。

以前沿岗位参加了中央电视台众多大型电视新闻现场直播报道：参加了中央电视台旗下的数字新媒体公司“中央数字电视传媒有限公司”、“央视风云传播有限公司”的创办和拓展，亲历了中国电视新闻改革的进程。

理论著述《现场直播：新闻改革的标尺》、《颠覆与解构：中国数字新媒体的现在和未来》、《震撼：媒体回想》等。

理论研究侧重：新媒体与传统媒体的演进与融合，主攻：数字电视、手机电视、互联网电视、网络电视（IPTV）、下一代广电网（NGB）、下一代互联网（NGI）、三网融合等领域。

书籍目录

序：“被”、“我”之间宏观前瞻三网融合的技术与政策发展趋势给您一个“库——畅想新一代广播网广播电视数字化与下一代广播电视网政策解读下一代广播网NGB如何落实从全业务到全媒体——电信、互联网——广电的竞合之路一揽子振兴政策下的ICT行业机遇奥运机遇透过赛场我们还应看到什么——奥运会对中国文化国际传播的启示央视网：开创奥运会新媒体传播历史纪录从奥运实战看移动数字电视的发展机遇新媒体奥运展异彩发展战略广播电视全面数字化进程与政策解读中国特色新兴工业化道路与我国数字电视产业发展电视搭台经济唱戏——数字电视发展的战略选择双向互动是数字电视发展的必由之路有线数字电视的发展思考U信息化、通信业改革与“三网融合”江苏模式行业资源·发展商机数字技术让电视和电影“凤凰涅槃CMMB移动多媒体：开辟广播电视数字化新蓝海数字电视业务如何更快走进用户生活利用资本力量，发展有线网络——深圳有线电视网络的实践与发展双向化与增值业务新思路移动电视：夹缝中的生存法则——多媒体竞合时代的生存法则利用价格杠杆撬动节目销售高清频道“望闻问切——来自央视高清频道的用户分析与市场调查酒店IPTV运营初探浅析数字新媒体时代的电影制作和营销手机——打开电影创作的另一扇大门重庆烟草互动电视订货可行性研究技术·产品·服务体系数字互动电视：用户体验先行中国手机电视信息管理平台框架研究后转换时代增值业务发展现状及策略探讨视频决胜未来网络视频产业化发展的重中之重：内容为王后整转时代的五点思考面对“三网融合”，有线电视运营商可以有所作为岁有双双向化若干重要问题的思考全中国有线电视从业者联合起来专业付费电视频道的集中编排新媒体·语丝新媒体·语丝(一)新媒体·语丝(二)新媒体·语丝(三)新媒体·语丝(四)新媒体·语丝(五)新媒体·语丝(六)新媒体·语丝(七)新媒体·语丝(八)新媒体·语丝(九)新媒体百态不平静的一年——数字世界的2008数字世界不太平“推迟门”——美国整转那点事MWC2009：山路弯弯……域外信息

章节摘录

当前的广播属于“孤岛”型结构，用户需要面对全国上千个孤立的A# / 电视台，各自占用固定的频点，分别在固定的时刻提供固定主题的内容。

这种文化生产方式十分刻板，类似于活字印刷发明之前的状态，每一个页面都需要用木头刻一个固定的模板，很不灵活。

“流”转变为“库”，为整合多个电台 / 电视台的内容提供了可能性。

播存结构相当于发明了某种全新广播方式：“活版广播”。

直播卫星的一个转发器，或者数字电视的一个频点，净速率几十Mbps，在一天之内积累起来就有能力推送几百GB的文化内容（1Mbps速率的推送能力即达10.8 GB / 天），这是一个庞大的数量。

全国上百万种网站，每天产生的非视频网页字节总量也不过30GB左右。

初步估算，几百GB / 天的流量足以包容全国上千种报刊、台站当天产出的几十万种非视频文件以及收视率排名靠前的几百小时热门音视频内容。

采用类似于路由器“Store-And-Forward（先存起来再往前走）”的设计原则，各种内容先并行投入前端的缓存，自适应软件按轻重缓急分级礼让，以数据分组形式非规则交替播出。

只要用一个转发器，就可以包容上千种报纸、刊物、网站与课程。

为什么采用数据分组？

其初衷是为了防止广播信道被少数传媒长时间占用。

只有让每个数据分组占用载波很短的时隙，几千种传媒才有机会以最快的速度播出最紧急的内容。

下一代广播数据分组称为BIP（Broadcast IP）分组。

它是互联网IP分组的延伸与创新。

创新点在于：（一）以188字节的广播Ts包为基元，每1-8个TS包组成一个BIP分组，连1司报头最大长度1504字节；（二）分组格式同互联网IP数据分组（IPv4或IPv6）的格式保持一致，只是在报头的任选（IPOption）段增添16字节的内容定位代码。

IP是一种以发送者为主体的网络协议，由发送者指定文件接收者的网络地址；BIP是一种以接收者为主体的网络协议，通过统一内容定位代码（UCL），发送者有义务在报头标明内容的语义学分类，接收者有权决定是否在自己的终端下载存储。

从“流”到“库”的转型，有利于广播资源的一体化。

音频广播、电视广播、数据广播不再泾渭分明，自然地融合为一体化的多媒体广播。

低清、标清、高清之间的区别也只在从库中取出的数据速率有所区别，广播入库的速率可以任意，GAE容易整合一体。

卫星广播、有线广播、地面无线广播在空间上合理分工——卫星广播的主要任务，是创造一种城乡平等的下载环境，使9607Y平方公里国土上的任何家庭与个人，都可以获取多元文化传媒的直接服务。

有线、地面无线转播是卫星直播的自然延伸，既可免去用户安装卫星地面定向天线，又有利于插入当地居民感兴趣的区域性内容。

卫星与地面互补相助，有线与无线互补相助，形成惠及全民的普适化（Pervasive）下载环境。

新一代广播是在传统广播基础上的某种拓展与升级，但不谋求完全取代传统广播。

在起步阶段，我们提倡在传统广播系统内划出一定带宽资源，经营较小规模的“库”结构，做到传统与创新和谐共荣。

媒体关注与评论

新一代广播是在传统广播基础上的某种拓展与升级，但不谋求完全取代传统广播。在起步阶段，我们提倡在传统广播系统内划出一定带宽资源，经营较小规模的“库”结构，做到传统与创新和谐共荣。

——中国工程院院士李幼平“融合”是对“综合”的反思，是对“现实”的演进……IPTV与数字电视，分别是电视业与广电业在“三网融合”方面的切入点；手机电视则是广电、电信最佳的融合点。

——中国电信总工程师韦乐平新媒体生意的核心是发行，但并非传统意义上的代理发行，而是打造新媒体发行平台/社区（SDK工具包），用户在平台上创造内容和应用，并激发付费/免费发行的活力与欲望，平台/社区拥有者拥有了最大的主动权。

打破带围墙的花园，在为用户提供开放平台的同时，实现商业价值的兑换与兑现，这是由新媒体规律决定的，不以任何人的意志为转移。

——中国计算机世界传媒集团助理总裁包冉计算机网络、移动终端、数字大屏幕等，是看得见的新兴媒体形态；获取、搜寻、反馈、交互、沉浸，是感受到的新兴传播方式……新媒体不会停止在任何一个现有的媒体形态上。

——清华大学新闻与传播学院教授熊澄宇纵观中国电视，业界和学界始终是两个几乎完全分割的话语体系：业界认为学界是一帮象牙塔中只会耍笔杆子的书呆子，学术如天书，难懂难念，又不能充饥饱肚；而学界的泰斗们则认为，被洗脑后的从业者不思进取的机械化重复操作使电视节目日益低俗。进而，两个话语体系渐行渐远，鸿沟日益加深，形成了当前“男女平权，公说公有理，婆说婆有理；阴阳合历，你过你的年，我过我的年”的奇异景象，愿这惊奇一幕在数字新媒体的研究中不再重演。

——北京电影学院 韩彪

<<新媒体>>

编辑推荐

《新媒体:从被时代到我世代》是由中国传媒大学出版社出版的。

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>