

《运营媒体》

图书基本信息

书名：《运营媒体》

13位ISBN编号：9787302146629

10位ISBN编号：7302146624

出版时间：2007-7

出版社：清华大学

作者：大卫·克罗图

页数：251

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《运营媒体》

内容概要

面对21世纪媒体产业的巨大变革，书中提出不能再仅仅靠那些关于最近的企业合并和新技术的不断推陈出新来预测媒体产业发展的动向，我们需要研究的是作为媒体产业变革的原动力和这些变革可能带来的社会影响。另外，此书还从社会学角度更广泛地关注大众传媒和现实社会之间的相互作用，以及公共政策和公民行为如何影响媒体并促进公共领域建设。

《运营媒体》

作者简介

大卫·克罗图(David Croteau)是Virginia Commonwealth University in Richmond 的社会人类学副教授，Boron College社会学博士。他著有Politics and the Class Divide : Working People and the Middle Class Left一书，并与人合著Medial Society : Industries , Images , and Audiences一书。

《运营媒体》

书籍目录

绪论 新媒体产业与旧困境 新世纪、新媒体 民主社会的媒体 关于本书的设计 第一部分 利润与公共利益——理论和历史背景 第一章 媒体、市场与公共领域 市场模型 市场的优势 市场结构和竞争类型 公共领域模型 公共领域的概念 市场的局限性 媒体产业区别于其他产业的特性 广告和媒体 媒体是公众资源 媒体独一无二的法律地位 公民责任的传统 公共利益 促进多样性，避免同质化 非精英主义的实质与创新 逻辑上的困惑 第二章 媒体产业的新兴和（放松）管制 媒体和政策之间的变化关系 美国广播公司和迪斯尼案例 美国广播公司的崛起和同化 媒体的发展 媒体的演变 报纸和报业巨头 无线电广播和媒体公司的出现 电视时代 与电视共存 为现代媒体产业打造舞台 媒体政策和公共利益 满足谁的利益？ 反托拉斯法案 为公共利益服务 无规则状态与市场 第二部分 产业结构和企业战略——关于媒体集团出现的解释 第三章 新媒体巨人：塑造产业结构 并购的意义 媒体产业的结构趋势 增长 整合 全球化 所有权的集中 解释结构变化 市场的观点 质疑市场：重新看待公共领域方式 第四章 新媒体巨头的战略 《泰坦尼克号》的案例 新媒体巨头的战略 规模影响：规模的成本和机制 协力优势：相互发展和相互促销 创造品牌 分散化和专业化 第三部分 忽视公共利益——媒体集团和公共领域 第五章 商业战略对于媒体内容的塑造 第六间 媒体商业对于社会影响 第七章 选择未来、大众、政策和公共利益附录 研究媒体产业、媒体政策和媒体教育的在线资源注释参考文献

精彩短评

- 1、神圣的毕业论文的参考书目
- 2、一本不错的入门教材，可惜文句错误太多，编辑失职。
- 3、重要提示：这本书不适合那些迷恋收视率与广告收益追求浅薄而功利主义的人。牛！~！
- 4、感觉没说清楚，也许是翻译问题。

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:www.tushu000.com