

《中国媒体发展研究报告》

图书基本信息

书名：《中国媒体发展研究报告》

13位ISBN编号：9787307096486

10位ISBN编号：730709648X

出版时间：2012-5

出版社：武汉大学出版社

页数：377

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

《中国媒体发展研究报告》

内容概要

《中国媒体发展研究报告(2011年)(媒体卷)》媒介经营方面，报业体制改革继续深化，报刊退出机制全面展开，报业在多元化经营中探索变通之路。广播电视创新不断，三网融合促使广电企业谋求资本运作，电视购物、3D电视开始升温，省级卫视在娱乐节目和自制电视剧方面强势出击。互联网商业价值继续扩大，竞争愈发激烈，移动互联网用户猛增，微博带来新革命。出版业转企改制进入尾声，产业重组进一步升级。国家扶持下的电影票房突破百亿元大关，国产影片精品不断，营销手段多元化，产业前景广阔。

《中国媒体发展研究报告》

书籍目录

- 上篇 2010中国媒体发展盘点与研究述评——2010年中国媒体发展盘点
变革扶持普及承担——2010年中国媒体发展盘点
附录1 2010年中国媒体发展大事记
附录2 2010年中国媒体发展政策法规一览
附录3 2010年中国媒体发展研究论著选目
附录4 2010年中国媒体发展研究论文选目
附录5 2010年媒体发展研究译著一览
附录6 2010年传媒领域重要学术会议
- 战略联盟：中国报业成长绕不开的话题
新媒体事件研究：话语运动与传播赋权——基于“我爸是李刚”事件的个案考察
网络热点事件中网络舆论的表达形态研究——以“宜黄事件”为例
2010年跨文化传播事件解析
融合背景下中国媒介营销的调整、整合与创新——2010年中国媒介营销活动评析
2010年中国期刊行业发展的热点探究与分析
- 中篇 重大项目专题研究报告
国家社科基金重大项目“互联网管理与中国特色网络文化建设研究”研究成果
我国重大网络舆论事件基本状况与传播特征分析
搜索中立？——基于“3Q大战”事件的实证考察
网络论坛参与者参与动机的实证研究
教育部重大课题攻关项目“国际传播理论、现状与发展趋势研究”研究成果
非政府组织及其国际传播分析——以环境非政府组织绿色和平组织为例
教育部重点研究基地重大攻关课题。中国报业发展战略转型研究”研究成果
中国报业转型发展的民本化战略走向
论中国传媒产业化转型与政府作为
中国报业数字化转型的问题与对策
国家哲学社会科学基金项目。我国大众传媒的竞争与合作研究”研究成果
中国传媒发展的竞争策略：基于“生态位”理论的考察
国家哲学社会科学基金。媒介融合对新闻传播的影响研究：
新技术环境下如何提升中国新闻网站的国际影响力研究成果
新媒体中的政治报道：形态演进与内容呈现
- 下篇 2010中国媒体发展专题研究报告
“十一五”时期中国传媒业发展的检视与思考
美国媒介批评中的民主危机论及其问题
中国传媒治理结构变迁及其政治动因
新闻与广告：议程设置的比较研究
变局中的困境与突围——省级卫视限播背景下广告经营策略分析
媒介、环境与受众的涡旋互动——论广告传播在数字互动媒介中的涡旋控制模式
新媒体环境下党报价值的回归
城市媒介群落的“入侵种”——区域性报纸地方版发展策略思考
吉林省报纸广告产业集中度、市场份额及收入分配的粗略分析
基于媒体视角
报业上市公司经营绩效差异的经济影响因素研究——基于企业战略管理的分析视角
股权激励的媒介样本：博瑞传播激励变革研究
数字内容产业监管体系构建研究
2010年湖北省热点网络舆情分析报告
基于用户视角的网络媒体公信力评价体系的构建及实践——以湖北省网络媒体为例
台网融合中的网络媒介呈现与受众参与——对凤凰卫视与凤凰网的台网融合与互动实证研究

《中国媒体发展研究报告》

故事的讲述与意义的建构：叙事学视角下的《中国国家形象片》
中国3D电影产业的发展现状与策略分析

(2) 微博引爆互联网新革命 2010年又被称为“微博发展元年”，很多知名网站的主要活动阵地向微博转移。据《第27次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，2010年国内微博用户规模约6311万人，在网民中的使用率为13.8%，其中手机网民中手机微博的使用率达15.5%，手机微博的快速发展带来了手机端信息生产和消费行为的快速拓展。国内微博网站从形式上以效仿Twitter模式为主，门户网站的微博各有自己的核心竞争力。如新浪微博力推名人圈，以“名人”为突破点，逐步打造人气；腾讯微博主要抓用户资源和即时通信端。据CNNIC分析，微博将对互联网产业产生深远影响，使新闻媒体的传播形态发生变化；将对其他社交网络应用市场产生较大影响，加快社交网络的平台化发展和实时搜索等网络服务的技术开发与应用。

(3) 团购成为网络购物的新风尚 据艾瑞咨询对2010年各网络应用服务的用户数据分析，团购服务位居2010年最受网民欢迎的应用服务之榜首。据CNNIC的统计数据显示，2010年网络购物用户增长率高达48.4%，网上支付和网上银行也以45.8%和48.2%的年增长率，远远超过其他类网络应用。团购用户规模达到1875万人，在网民中占比为4.1%。2010年春天开始在我国逐渐兴起的网络团购以价格低、小额支付等优势吸引众多网民参与，团购网站的数量目前已超过1800家。

《中国媒体发展研究报告》

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:www.tushu000.com