

《新媒体融合与数字电视》

图书基本信息

书名：《新媒体融合与数字电视》

13位ISBN编号：9787302183914

10位ISBN编号：7302183910

出版时间：2008-10

出版社：清华大学出版社

作者：杨继红

页数：261

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.tushu111.com

《新媒体融合与数字电视》

内容概要

《新媒体融合与数字电视》讲述了网络作为第四媒体兴起后，其渗透力和冲击力是无可比拟的，最让人刮目相看的还不是它的时效性、无版面限制的海量信息、跨国际传播的远程可达，更有它双向传播的可交互性、点对点传播建立起来的新传播模式，它的可使用性、它所改变的媒体使用方式、它所赋予媒体的全部内涵。

《新媒体融合与数字电视》

作者简介

杨继红，1969年出生，毕业于中国传媒大学新闻传播学院，文学博士。曾担任《新闻调查》策划、编导，《焦点访谈》主编、制片人，曾任中央数字电视传媒公司企划总监，央视风云制作公司艺术总监，兼任《电视指南》频道总监。参与央视数字付费电视创业实践，参与央视数字付费频道的建设及研发工作，筹建中国第一个评介数字电视的专业频道《电视指南》（TVGUIDE）和网站《中国电视网》（TV.CN）。现任中央电视台海外新闻部评论工作室总制片人。

《新媒体融合与数字电视》

书籍目录

第1章 从“前新媒体时代”说起第一节 2015年后“数字电视”=“全部电视”一、数字电视“新”在哪里二、平台—数字电视的舞台第二节 数字电视及数字付费电视研究探源一、从技术研究到“质”、“量”的研究二、全球解“数”——世界数字电视研究第三节 数字电视拓展研究——从媒体环境解“数”一、前人眼光看电视二、三种环境下看电视第2章 三大背景看电视第一节 新媒体背景下的数字电视一、新媒体强势崛起二、新媒体崛起后传媒格局的变化三、新媒体崛起后媒体地位的变化四、新媒体崛起后受众地位的变化五、新媒体促动数字电视第二节 全球化背景下的数字电视一、国际化和全球化有什么区别二、全球化——传播技术解放地域限制三、全球化进程中的媒体角色四、数字技术促使全球媒体融合汇流五、全球化背景下数字电视的特点第三节 中国国情背景下的数字电视一、我国广电业的基本现状二、受众需求与受众心态三、中国国情与媒体消费需求第3章 中国数字电视蹒跚三阶段第一节 付费电视——数字电视启动期的核心竞争力一、中国特色的数字电视之路——付费电视探路数字化二、数字付费电视——补充广电营利模式三、付费电视对中国数字化进程的推动第二节 2002—2003年数字电视的准备阶段一、产业链准备阶段二、政策与计划方面的突破第三节 2004年数字电视启动阶段一、产业链各环节的发展情况二、数字电视进程中遭遇的障碍第四节 2005—2008年数字电视突破阶段一、产业链各环节的发展情况二、数字电视发展的特点三、数字电视集成推进的障碍第4章 中国数字电视发展障碍分析第5章 困局求解——数字电视发展的“Q&A”第6章 用户价值——数字电视支点第7章 数字电视拓展——资讯启示与第8章 解析数字电视内容与渠道第9章 “长尾”——数字电视突出重围参考文献丛书后记致谢

《新媒体融合与数字电视》

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.tushu111.com