

<<西方传媒新秩序>>

图书基本信息

书名：<<西方传媒新秩序>>

13位ISBN编号：9787806527689

10位ISBN编号：7806527680

出版时间：2008-6

出版时间：广东南方日报出版社

作者：李欣

页数：156

字数：210000

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>

## <<西方传媒新秩序>>

### 内容概要

李欣博士的这本专著以全球化为理论视野，以传媒集团的发展为主线，详细研究了半个世纪以来，尤其是近30年来西方传媒业公司化、集团化、全球化的发展脉络、特征与影响。该书视野开阔，很好地结合了宏观和微观研究，既有对巨型集团主导下的传媒产业新秩序的分析，也细致地涉及了传媒集团的具体经营策略；理论构想严谨，实证资料也很丰富。作者没有单纯停留于历史和现实的描述，而是把描述融入一种宏大的思考乃至担忧之中，视野开阔，观点深刻。

<<西方传媒新秩序>>

作者简介

李欣，复旦大学传播学博士，师从李良荣教授。

曾就职于广州日报报业集团，从事采编业务的管理工作，现任教于浙江传媒学院新闻与文化传播学院。

研究方向为新闻传播实务及媒介管理。

## &lt;&lt;西方传媒新秩序&gt;&gt;

## 书籍目录

- 序导论 一、理解全球化 二、全球化视野中的全球媒体 1.媒体与资本主义经济发展之间关系的历史形态 2.媒体与资本主义经济发展之间关系的当代形态 3.独立传媒、家族传媒、传媒集团的发展路径
- 第一章 西方媒体集团的兴起及媒介产业新秩序 一、1945年以前的西方媒介产业状况 1.媒介初步具有产业雏形 2.建立媒体作为产业的务实理念 3.媒介形成巨大的产业规模 二、1945年后的西方媒介产业状况及20世纪80年代以后的媒介产业新秩序 1.传媒业成为综合产业 2.媒介垄断寡头形成 3.媒介高度商业化 4.全球媒体网络的形成 5.新媒体日益主流化
- 第二章 西方媒体集团跨国经营的外在动力 一、非媒体跨国公司的基础性作用 1.形成产业的全球化趋势 2.形成全球市场管理机构 3.促成全球金融体制的形成 二、国际广告对媒体集团跨国经营的支撑和刺激 三、新自由主义思潮与西方媒体集团的全球经营 四、政府规制的放松促进西方媒体集团的形成 1.《美国1996年联邦电信法》的促进作用 2.联邦通信委员会(FCC)的放松管制 五、传播技术的发展使媒介的跨国经营成为可能
- 第三章 西方媒体集团全球经营的战略形成分析 一、驱动西方媒介集团跨国竞争的要素 1.传媒业的六种进入壁垒分析 2.传媒跨国公司之间的竞争压力分析 3.传媒业替代产品的压力分析(全球范围内的) 4.传媒业买方与供方的压力分析(全球范围内的) 二、西方主要媒介集团基本的竞争战略及框架 1.低成本战略 2.差异化战略 3.新兴市场战略——以中国为例
- 第四章 西方媒体集团全球经营的基本特征及存在的风险 一、西方媒体集团全球经营的基本特征 1.媒体集团全球经营特征之一——选择有效的目标国进入方式 2.媒体集团全球经营特征之二——收购和兼并 3.媒体集团全球经营特征之三——稳固的核心竞争力 4.媒体集团全球经营特征之四——卓越的品牌战略 5.媒体集团全球经营特征之五——整合营销 6.媒体集团全球经营特征之六——寻求当地化与全球一体化之间的均衡 7.媒体集团全球经营特征之七——核心能力基础上的多元化经营 二、西方媒体集团全球经营存在的风险 1.传媒企业资源分散的风险 2.资源整合能力的风险 3.财务风险 4.集团内部各企业文化与经营模式有效融合风险
- 第五章 西方传媒公司化、全球化运营的影响 一、传媒公司化、全球化运营对新闻业的影响 1.以公司运作的方式管理新闻业 2.新闻业“公共服务”的职业理想日益衰落和边缘化 3.新闻集团收购道琼斯：关乎新闻业未来的买卖 二、传媒公司化、全球化运营对文化的影响 1.消费文化在全世界范围内成为主流文化 2.文化成为一种竞争力 三、传媒公司化、全球化运营对社会政治的影响 1.无处不在的公司帝国 2.全球范围内的影子内阁 3.威胁民主的巨型媒体集团 4.好莱坞电影与美国的实力
- 参考书目后记

## <<西方传媒新秩序>>

### 章节摘录

第一章 西方媒体集团的兴起及媒介产业新秩序 在西方国家，传媒业既是文化产业，也是信息产业。

联合国教科文组织将文化产业（Culture Industry）定义为：按照工业标准生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。

1997年，美国北美行业分类系统给出了信息产业的最新定义：特指将信息转变为商品的行业。

它包括三种类型：（1）生产和分发信息及文化产品的行业；（2）提供传递或分发这些产品以及数据或通信方法的行业；（3）处理数据的行业。

又分四个行业：出版业、电影和录音业、广播电视和通信行业、信息服务和数据处理服务行业。

在信息产业中，传媒业是最活跃的核心产业之一，在文化产业中，传媒业确立了主导地位。

本部分讨论的内容是作为产业，西方媒介的发展变迁历史及巨型传媒集团的兴起。

一、1945年以前的西方媒介产业状况 产业是指生产具有相同性质产品的单位所组成的生产群体，或是具有同类社会经济职能的经济单位所组成的群体。

产业是一个动态的生产群体或经济群体，即产业群体。

在社会生产力发展的不同阶段上，产业群体的组成和结构不尽相同，各类产业部门在产业群体中所占的比例也在发生变化。

有些产业部门，随着社会生产力水平的提高，科学技术的发展和广泛应用，在产业群体中所占的比重将会降低，甚至消亡；有些产业部门，由于社会分工的深化，将会产生、发展和壮大起来。

西方的媒介产业发端于出版业和报业，在出版业和报业的萌芽时期，已经初步具有了产业的性质。

<<西方传媒新秩序>>

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>