## 媒介融合理论研究及国外出版融合案例分析



作者: 杨玲, 田新民著

出版社:北京:北京对外经济贸易大学出版社

出版日期: 2021.12

总页数: 163

介绍:本书将理论演绎、案例分析与规范分析相结合展开研究。具体内容包括:媒介融合 的演进规律及我国媒介融合模式分析。对媒介融合的本质及其规律的理论研究和实践总结 ,对媒介融合发展进程的选择具有指导意义。本部分对媒介融合的本质、内在动因和演进 规律进行分析研究,对我国媒介融合进程和融合模式进行归纳总结,结合理论和实践层面 提出媒介融合发展将遵循新旧媒体共同演进和产业融合的迭代进路。媒介融合的经济效应 分析。进入移动互联时代后,以大数据、人工智能和SG为代表的技术集群正引领媒介产业 进入智能化传播时代。传播范式和传播生态的改变,需要对传媒经济的本质以及价值生成 逻辑重新认识。本部分在对新兴媒介及传媒经济新特性进行分析研究的基础上,结合媒介 的特殊属性,提出媒介融合的经济效应呈现为网络和开放、共振、协同和集成、非居间化 和平台化、外部和政策高频等效应。同时,媒介的社会浸入性使得媒介融合呈现多维效应。 传媒组织环境变革及竞争。媒介融合对传媒组织的竞争环境带来革命性的影响,环境的变 革、产业界限的模糊化、竞争形式的平台化以及话语权力重心的转移必然与传统媒介体系 引发一系列矛盾,这些矛盾成为制约融合演进的关键因素。本部分基于传媒组织政治环境、 市场环境、技术环境、社会环境和信息环境的变革,分析媒介融合对于传媒市场和竞争格 局的改变,提出传媒市场将呈现市场边界模糊化、市场结构横向裂变、市场容量扩大、市 场垄断因素强化和市场集中度提高,带来竞争范围的扩大、竞争程度的加剧、竞争方式以 及竞争关系的改变,由此引发传播主体多元化与核心主导权、内容泛化与专业化、消费自 赋权与媒介控制权、平台化与利润迁移、无边界趋势与规则有限性等一系列竞争。传统媒 体竞争优势再建及动态创新机制。媒介融合改变了传媒的竞争基础及竞争本身,传媒环境 呈现复杂多变的超竞争特征,传统媒体必须有效应对环境变化和竞争,改变竞争优势的获 取方式才能在竞争中取胜。同时,在新的经济和竞争规则下,传媒组织的价值构成要素、 生成逻辑以及价值实现方式,需要从连接到联结、从价值链到价值网络的改变。本部分引 入动态能力理论框架,提出传统媒体必须通过不断改进和创新,以战略、商业模式、流程、 业务等多层次整合创新机制,实现竞争优势重建和价值重塑,包括基于智能传播范式的战 略创新、基于跨界的商业模式创新、基于非线性的业务流程创新、基于融合形态的产品创 新和基于管理的知识创新。北京市媒介融合的发展对策及建议。本部分在对北京市媒介融 合发展概况进行调研和总结的基础上,分析当前北京市传媒行业面临的主要挑战。选择市 属媒体融合具有典型意义的《新京报》、北京广播电视台听听FM和北京广播电视台融合进

行了案例分析。针对北京媒介融合中存在的问题,提出可将"管控"规则与"发展"规制相融合,利用新技术加大版权保护力度;管理重点聚焦导向,引导融合深度发展。根据出版、广播、电视、影视等媒体类型分类指导,重点突破;引导建立新型的人才培养和保障机制;强化政策支持,强化资本融合化解资金困境;推进媒体管理制度创新,优化传统媒体资源基础的政策建议。国外出版融合案例分析。通过对爱思唯尔学术出版公司、约翰威利父子出版公司、牛津大学出版社和培生集团等国际出版公司的数字化转型路径进行分析,归纳和总结其战略、商业模式和产品创新经验,为我国出版媒介的融合发展提供参考和借鉴。

说明: 登录教客网(https://www.jiaokey.com/book/detail/96284487.html) 查找全本阅读方式

媒介融合理论研究及国外出版融合案例分析 评论地址: https://www.jiaokey.com/book/detail/96284487.html

教客网提供千万本图书阅读地址。

https://www.jiaokey.com/book/detail/96284487.html

书名: 媒介融合理论研究及国外出版融合案例分析