

# 手机



[手机\\_下载链接1](#)

著者:田青毅//张小琴

出版者:清华大学

出版时间:2009-11

装帧:

isbn:9787302212805

《手机:个人移动多媒体》内容简介：手机将往何处去？这是与移动通信运营商、手机

生产商、手机用户密切相关的问题。中国的手机用户是世界上所有国家中最多的，但是关于其发展方向和路径，争端层出不穷，尤其是技术标准、产业控制权、内容生产方式等基本问题一直没有得到解决。《手机:个人移动多媒体》把手机作为人类传播行为中的一环，将其置于人类传播史的进程中，对手机的未来进行研究、判断，指出手机将在移动电话的基础上发展为一种新型媒体——个人移动多媒体，即整合多种媒体类型的、个人持有的、完全互动的移动设备，一种重要的私人信息接收终端和信息发布平台。在此基础上，书中对手机的技术选择、产业发展方向、内容生产方式和市场推广策略等具体问题做出了全面论述。

作者介绍:

目录: 导论——借问手机何处去 一、手机简史 二、从移动电话到个人移动多媒体第一章 个人移动多媒体：手机的历史使命 第一节 传播活动与社会变迁 第二节 从工业主义到信息主义 第三节 信息主义的生产方式 一、从大量生产到弹性生产 二、从集中到分散 三、从垄断到共建共享 第四节 信息主义的社会关系 一、家庭关系 二、组织关系 三、一般人际关系 第五节 信息主义的传播 一、为经济服务的传播系统 二、为沟通服务的传播系统 三、全球传播网 第六节 全球传播网与个人移动多媒体第二章 个人移动多媒体的技术选择 第一节 个人移动多媒体的技术标准 一、移动多媒体技术标准 二、3G技术标准 第二节 中国的个人移动多媒体标准之争 一、国产移动多媒体广播标准 二、国产标准之争 第三节 广播式与交互式的模式之争第三章 个人移动多媒体的产业发展 第一节 国外个人移动多媒体的发展 一、美国移动多媒体网络的建设 二、欧洲移动多媒体网络的建设 三、日本的移动多媒体产业 四、韩国移动多媒体业务发展状况 第二节 竞争、管制与市场结构- 一、管制及其原因 二、管制机制的变革第四章 个人移动多媒体的内容生产管理 第一节 内容生产是创新活动 第二节 工业主义的内容生产 第三节 工业主义内容生产的内部挑战 第四节 工业主义内容生产的外部挑战 一、逆专业化 二、去商业化 第五节 信息主义的内容生产 一、平台化 二、小型化与自治化 三、个人移动多媒体的内容生产管理第五章 个人移动多媒体的市场策略 第一节 个人移动多媒体的推广主体 第二节 个人移动多媒体的市场认知 一、手机电视 二、个人媒体设备 三、手机增值业务 第三节 个人移动多媒体的营销策略 一、个人移动多媒体的认知、使用和价格 二、个人移动多媒体的营销计划参考文献后记  
• • • • • [\(收起\)](#)

[手机\\_下载链接1](#)

标签

新媒体

手机媒体

研究生期间

手机

论文

移动互联网

必读

传媒

评论

对我来说，不亚于一次扫盲

-----  
手机科普读物，涉及方面很广~

-----  
[手机 下载链接1](#)

书评

-----  
[手机 下载链接1](#)