

传媒经济学



[传媒经济学 下载链接1](#)

著者:肯 · 多科特 (Ken Doctor)

出版者:电子工业

出版时间:2011-1

装帧:

isbn:9787121124792

《传媒经济学:信息传播的12种新趋势》内容简介：社交网站、微博、博客、电子邮件

、媒体的门户网站……数字化背景下，读者获取信息的渠道和方式正在发生怎样的变化？报纸、杂志、电视、广播……在电子书、网络阅读、手机报等大行其道的时候，传统媒体正在发生着怎样的革命？他们应该如何变危机为机遇，从容应对？数字媒体为我们带来了机遇与挑战，在这样的大趋势下，美国媒体行业分析师、资深媒体人肯·多科特先生深刻分析：
作为普通读者，你的阅读习惯应该如何跟上时代的发展？
作为传媒业工作者，你应该掌握哪些新技能，从而不会在变革中被淘汰？
作为传媒企业的管理者，你应该有哪些战略上的转移？
作为广告主，你们的广告投放策略应该有何变化？
作者为我们指出了传媒业发展的12种新趋势，以及在新的条件下，传媒业的创新条件及赢利模式。
《传媒经济学：信息传播的12种新趋势》献给所有关注传媒业未来发展的人们——梦想者、谋划者、战略者、投资者和读者。

作者介绍：

肯·多科特 (Ken Doctor) 先生是一位资深媒体人，俄勒冈大学新闻学硕士，曾任《圣保罗先锋报》(San Paul Pioneer Press)总编辑，是美国第二大报业集团莱德骑士报业主管编辑出版、公司战略的副总裁，同时，他还担任莱德骑士数字内容服务部的副总裁。他是著名博主，是奥特赛尔(Outsell)公司的新闻媒体行业分析师。

目录: 第1章 在新闻出版业自由竞争的年代，自己做编辑

传统的新闻“守门人”角色——编辑，正在逐渐消失。我们生活在新闻泡沫中。新闻会自动出现在人们的生活中，而不再需要我们自己去寻找。我们有着无数的选择：报纸、播客、网络、电视。渐渐地，我们已经成为了自己或他人的编辑。

第2章 数字出版成为主导

十几个跨国、跨平台的数字媒体巨头将会成为新闻出版业的主导力量，包括广播电视台、有线电视台、报社和网络媒体公司。到2015年，其产品将会大同小异。

第3章 地方化：重新定位与重新构建

遭受因特网变革的冲击最为严重的那些新闻企业不得不对自己进行重新定位。这些公司在挣扎着寻求生存战略的过程中，缩减规模，更加着眼于地方化。同时，从城市新闻起步的新型媒体公司开始成长，与行业巨头竞争。

第4章 传统新闻出版面临冲击

长久以来由报社、广播电视台所乐在其中的旧的新闻出版业面临冲击。读者革命和广告革命为这个曾经稳定的行业带来了一场混乱。

第5章 借鉴他人

因特网新闻革命使得许多中间商失去了机会，同时也促使了很多新型媒体公司的出现，这些公司为我们提供了越来越多的阅读选择和广告选择。胜利者们迅速地集中起海量内容。

第6章 职业记者与业余新闻人并存

曾经的新闻出版业中，读者们被动地接受由编辑们处理的新闻。而现在，读者们也参与其中，他们成为新闻内容的创作者。新闻出版业越来越接受这个专业和业余同在的模式。

第7章 记者成为博客写手

我们都知道新闻报道和博客之分，对吗？我们也都知道记者和博客写手之分，对吗？再猜猜……过去的记者们现在正在变成博客写手，改变着新闻出版业的面貌。

第8章 寻找细分市场

大众新闻行将就木。特色主题新闻越来越受到欢迎，如商业新闻、科技新闻、旅游咨询、体育新闻、医疗新闻，以及政治新闻。

第9章 利用10%法则

在新闻出版业流行这样一种说法：新闻工作要么借助人的力量，要么借助机器的力量。灵活运用科技可以帮助解决新闻工作中很多难做的事情，因此现在新闻工作同时需要上述两者。

第 10 章 媒体学会营销，营销人员找到利用媒体的新方式
传统营销方式耗钱、低效且过时。我们看看媒体是如何利用病毒营销，病毒营销是如何改变媒体的。

第 11 章 记者的职责：着眼未来

新闻工作者从历史中学习，为了在这个行业中生存下去，他们不得不掌握多种技能和多种策略。

第 12 章 跨越鸿沟

曾经拥有优势的传统新闻出版业与正在争夺优势的新兴媒体这两股力量之间正在形成鸿沟。鸿沟的一边有明媚的海天、美好的远景，但是我们许多人还没有找到通达美好未来的路径。

• • • • • (收起)

[传媒经济学](#) [下载链接1](#)

标签

传媒

经济

新闻传播

传媒经济

新闻出版传播

Newsonomics

传播学

评论

这种书时效性太强了，4年前的书已经有部分内容显得过时了

美国报纸的末日要来了，我们传媒的黄金时代还遥遥无期，很前沿的传媒学科

一本没什么意思的理论书

美国资深媒体人、媒体行业分析师肯·多科特先生讲述了在数字时代，传媒业正在发生的变革，包括读者阅读方式与传播媒介的变革和广告变革：读者拥有更多获取信息的途径，包括主题网站、社交网站、微博、博客、播客等；企业越来越多地选择成本低廉、更生动和更有针对性的网络广告。作者以亲身经历和与多位美国资深媒体人的访谈为基础，告诉21世纪的读者、新闻出版机构的管理者、广告主和传媒业者，应如何面对数字革命，变挑战为机会。

莱德骑士报副总裁先生既窥见了融媒体的读者革命，也深感廉价生动的网络广告对传统媒体的调战，于是兴致勃勃地归纳出12条法则以应对传统纸媒绝望和放弃的时代。So what? Guess ~what's going on in the next ten years of 21st century?!

[传媒经济学 下载链接1](#)

书评

第一章阅毕后的吐槽畅享：动漫杂志的未来趋势想推断

资讯类栏目建立3D形象主持人，贯穿资讯类及采访类节目。并以此为卖点，创立偶像化经营，开发周边产品。定期发送软件更新包更新升级主持人相关程序。

[传媒经济学 下载链接1](#)