

<<传媒全球化与中国崛起>>

图书基本信息

书名：<<传媒全球化与中国崛起>>

13位ISBN编号：9787509701805

10位ISBN编号：7509701805

出版时间：2008-6

出版时间：社会科学文献出版社

作者：明安香

页数：293

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>

<<传媒全球化与中国崛起>>

内容概要

本书对当代影响最广泛、最直接、最紧迫的全球性课题之一——传媒全球化和传播全球化及其中国对策，进行了迄今为止最为全面、系统、深入的研究，明确提出“改变当今全球传播格局和秩序势在必行”！

传媒全球化、传播全球化和媒介数字化的重大影响及其来龙去脉 当今传播全球化的主要特征及其带来的难得机遇与严峻挑战 全球传播格局的主要理论、发展现状和全球传播的崭新格局 当今全球传播格局和传播秩序中存在的严重弊端 国际舆论中的“大忽悠”陷阱及其背后的“鼓风机”综合体 新世纪中国全球传播战略目标和方略 全球传播中的硬传播、软传播和大传播的概念 新世纪的中国全球新闻传播工程、影视动漫传播工程 汉语言文字传播、国学国粹传播、中医药传播、传统节日传播工程 中国国家形象大传播和中国国际传播公共关系工程 书中提出的各项对策与建议，不仅高屋建瓴而且十分具体，既富于创新性又具有很强的可操作性。

读者范围：新闻传媒、思想宣传、文化产业、政府部门及相关行业的领导、主管、专家学者和工作人员，大专院校广大师生，以及对国际问题、传媒问题、文化产业诸问题感兴趣的广大读者。

<<传媒全球化与中国崛起>>

作者简介

明安香，中国社会科学院新闻与传播研究所研究员。

历任中国社会科学院新闻与传播研究所传播研究室主任，世界传媒研究中心主任，中国社会科学院研究生院新闻系教授，中国社会科学院第四届、第五届研究系列正高级专业技术职务评审委员会委员。享受国务院政府特殊津贴。

兼任中国公共关系协会常务副会长。

主要研究领域是新闻学、传播学、公共关系学。

主要著作有：《美国超级传媒帝国》、《全球传播格局》(主编)、《信息高速公路与大众传媒》、《领导者媒介形象设计》、《企业形象管理：最新一代管理》、《公共关系总论》、《广播电视新闻概念》、《公共关系概论》、《传播学(简介)》(合编)等；译著有《有效公共关系》、《媒介形态变化》等，主要论文有《传播全球化和新世纪我国传播战略的几个问题》、《新世纪世界报业发展的大趋势及我国报业的发展前景》、《新世纪：大众传媒将向何处去？》等。

<<传媒全球化与中国崛起>>

书籍目录

前言上卷 传媒全球化和全球传播大格局第一章 传媒全球化和传播全球化 第一节 传播网络全球化
一 传播全球化的基础结构：网罗天下、疏而不漏 二 电视广播网 三 电话电信网 四 国际互联网
第二节 由传媒全球化到传播全球化 一 关于全球化的概念 二 传媒美国化引领传播全球化 三 经济全球化推动传媒全球化 四 传媒产业的全球化浪潮 五 全球传媒产业高度集中：跨国传媒巨无霸 六 传媒产业全球化并非偶然 第三节 传播全球化带来的机遇 一 跨越式发展、全球化发展 二 向美国进军、向世界进军 第四节 传播全球化面临的问题 一 发展不平衡和数字鸿沟 二 垃圾信息和有害信息全球化 三 文化传统和文化安全受到严重威胁第二章 新世纪全球传播的崭新格局 第一节 关于全球传播格局的几种理论 一 依附理论 二 文化帝国主义理论 三 媒介帝国主义理论 四 世界系统理论 五 关于建立世界新闻传播新秩序的斗争和理论 六 新世纪全球传播人格局：一超、多强和新兴传播国家多元并存理论 第二节 一超：主导全球舆论的唯一超级传媒帝国 一 全球新闻传播、文化传播、舆论传播影响力最大 二 霸业遭遇挑战、积极寻求对策 第三节 多强：传播大国群雄并立 一 英国 二 法国 三 德国 四 俄罗斯 五 其他国家 第四节 新兴文化语言传播国家方兴未艾 一 新兴文化语言传播国家崛起的背景 二 拉美新兴文化语言传播国家 三 阿拉伯世界和亚洲其他新兴文化语言传播国家 四 非洲出了个“瑙莱坞”第三章 全球传播格局中的中国 第一节 传媒大国与传播强国的差距（上） 一 中国电视：影响扩大但仍然有限 二 中国广播：发展壮大但竞争激烈 三 中国电影：世界第三但差距不小 四 互联网：长足进步还需努力 第二节 传媒大国与传播强国的差距（下） 五 日报：期发数世界第一但需扩大影响力 六 杂志、图书：急需创立世界品牌 七 广告：发展迅猛但基础薄弱 八 通讯社：跨入世界级但影响需提升 第三节 西方主流媒体中的中国形象 一 中国在西方主流媒体上的可见度仍然较低 二 中国在西方主流媒体中的形象仍然以负面为主第四章 现行全球传播秩序的主要弊端（上） 第一节 垄断和操纵国际传播“话语权” 一 统一新闻报道口径，保证“政治正确” 二 操控国际电视新闻报道的话语权 第二节 “政治挂帅”的美国政府和媒体 一 “政治挂帅”愈演愈烈：美国利益至上 二 美国和西方主流媒体政治倾向性的背后因素 第三节 国际新闻报道手法：平面镜还是哈哈镜 一 西方主流媒体常见的歪曲失实报道手法 二 歪曲失实报道的主要原因 第四节 国际传播中的双重标准 一 以我划线、双重标准 二 国际新闻自由的双重标准 三 国际新闻与信息流动的双重标准 四 国际新闻报道的双重标准 五 国际投资贸易和军售等领域的双重标准第五章 现行全球传播秩序的主要弊端（下） 第五节 国际舆论中的“大忽悠”陷阱 一 国际“大忽悠”的“六步制胜术” 二 典型案例：伊拉克 三 国际“大忽悠”还在不断翻新上演 第六节 国际舆论的“鼓风机”综合体 一 国际舆论“鼓风机”综合体的构成 二 国际舆论“鼓风机”综合体的内在运作动机 三 媒体成为推行全球强权政治的首要 and 首选工具 四 认真应对国际“大忽悠” 第七节 国际间新闻文化传播的严重不平衡 一 国际新闻报道的流通严重不平衡 二 国际文化交流领域的严重不平衡下卷 新世纪的中国全球传播工程第六章 新世纪的中国全球传播战略目标和方略 第一节 建设传播强国的主要标志 一 主要大众媒介人均拥有量超过世界平均水平 二 形成全球全天候即时现场报道国际新闻的能力 三 增强在全球主要国家的印刷、传播和落地能力 四 扩大在全球主要国家的媒介投资、出口和营销能力 五 分别形成一至几个跨国传媒集团 六 培育一批世界知名的传媒品牌和传媒人士 第二节 传播方略：硬传播、软传播和大传播 一 全球传播渠道：媒介传播与非媒介传播 二 传播影响方式：硬传播与软传播 三 面向全球的大传播战略第七章 硬传播：全球新闻传播工程 第一节 大力加强新闻传播的全球竞争力 一 现场报道、一线报道 二 首发有我、首发用我 三 剖析命题、揭露实质 四 设置议题、主动出击 第二节 整合资源、调整政策，加强新闻媒体建设 一 整合资源 二 调整政策 三 分工协作第八章 软传播：影视动漫传播工程 第一节 中国电影需要大力振兴 一 中国电影业现状不容乐观 二 中国电影业面临的主要问题 三 中国电影发展拥有巨大优势和潜力 第二节 中国电视剧需要大发展 一 国产电视剧的新发展 二 国产电视剧面临的问题 第三节 中国动漫不能靠打工度日 一 全球传播格局中方兴未艾的动漫产业 二 国产动漫产业面临“三短缺” 第四节 中国的影视动漫要站起来、走出去 一 让中国影视动漫业成为重要的文化生产力 二 中国影视动漫的“走出去”战略第九章 中国传统文化的传播：软硬兼具的实力和软传播 第一节 中国传统文化：中华民族的文化基因 一 中国传统文化的内涵和主要元素 二 中国传统文化面临严重危机：民

<<传媒全球化与中国崛起>>

族基因缺失 三 发展中国传统文化：保存、传承和发展中国文化基因 第二节 中国汉语言文字传播工程 一 汉字的独特魅力 二 国外“汉语热”和国内“汉语忧” 三 规范运用汉语汉字的社会行为刻不容缓 第三节 中国国学国粹传播工程 一 国学的普及与传播：润物细无声 二 国粹的普及与传播：文化与艺术的双重魅力 第四节 中医药传播工程：中国原创性的生产力文化 一 中医药是中国原创性的、最具生产力性质的传统文化 二 中医药面临严重危机：自生自灭还是大力发展？ 三 大力发展中医药，传播中国传统文化，为全人类造福 第五节 中国传统节日传播工程：原创新兴的文化传播产业 一 最具普世人文文化价值和全球传播穿透力的传统节日 二 中国传统节日的独特魅力 三 继承、弘扬和推广中国传统节日文化：中国节日全球化第十章 大传播：中国国际传播公共关系工程 第一节 开展中国国家形象大传播 一 树立和传播良好国际形象的重要意义 二 国家形象传播：新闻媒介传播和泛大众传播媒介传播 三 美国国家形象不佳带来的启示：国家政策和国家行为 四 日本国家形象反差带来的启示：实物传播与人际传播 第二节 搞好国际大传播的战略布局 一 加强对国际受众的研究定位 二 针对性、精细化、多层次地运用外国新闻媒体 三 分类排队，将传播工作做到“大本营”、“家门口” 四 综合运用各种传播媒介开展全方位传播 五 开展国际院外游说活动，取得国际公共关系工作的突破 第三节 进军国际传媒领域 一 进军国际传媒领域的必要性 二 进军国际传媒领域的可能路径 三 建立中国自己的跨国传媒集团主要参考文献

<<传媒全球化与中国崛起>>

章节摘录

第一章 传媒全球化和传播全球化世纪之交以来，传播全球化的浪潮汹涌澎湃，似滚滚洪流，冲击着地球的每一个角落，给人类社会的政治、经济、军事、社会、文化、国际关系，乃至人们的思想方式、行为方式、生活方式等方方面面都带来深刻的变化。

传播全球化最为突出的特征是全球传播的网络化和传播媒介的数字化。

世纪之交以来，以数字式、多媒体和互联网为代表的传播新技术、新媒介突飞猛进、日新月异、迅速普及，在地球上交织成了电信传播、电脑传播和电视传播的三大网络，使得信息传播在地球上首次突破了疆界和地域的界限，无远弗届、无孔不入、无处不在、无时不有。

数字技术打破了过去传统印刷媒介、音频媒介和视频媒介之间不可逾越的界限，拆除了过去普通公民进入大众传播领域的种种壁垒，掀起了一波又一波数字化新媒介的浪潮。

继博客或摆龙客（blog）之后，音频播客（podcast）、影像播客（vodcast）、网络视频、手机电视等各种各样即时传播而又高度互动的新媒介不断涌现。

个人对个人的传播、个人对大众的传播与媒体大众传播并存的时代已经到来。

数字式、多媒体、互联网和无线电信网等传播新技术、新媒介，正以成本更低廉、使用更便捷、传播更即时、传播范围更广泛等方式，逐步从根本上改变传统的媒体生态环境，加速了全球媒体的大分化、大改组、大转型、大融合。

<<传媒全球化与中国崛起>>

编辑推荐

《传媒全球化与中国崛起》由社会科学文献出版社出版。

<<传媒全球化与中国崛起>>

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>