

<<中外传播政策>>

图书基本信息

书名：<<中外传播政策>>

13位ISBN编号：9787030226006

10位ISBN编号：7030226003

出版时间：2009-1

出版时间：科学出版社

作者：褚建勋 编

页数：334

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>

## <<中外传播政策>>

### 前言

当21世纪的晨曦照耀大地之际，我们已经有了一个坚定不移的信念——新世纪最具发展潜力的产业之一是传播产业！

我们瞩目科技传播，让更多的人了解科学技术，在更多的领域里运用科学技术，持续不断地普及高新技术，推动社会经济的高速发展，增强综合国力。

让我们致力于传播领域里科学与技术的结合、科技与人文的结合、创新与普及的结合。

我们瞩目数字化传播。

运用数字媒介传播知识与信息，铸造传播新模式，努力推动当代传播的智能化、艺术化和娱乐化。

让我们致力于传播领域里理论与实践的结合、内容与管理的结合、媒体与市场的结合。

我们瞩目全球化传播，在建设传播领域高素质人才培养基地的过程中，把教学、研究、交流的平台建立在国际化传播的基石上。

发展跨文化的传播体系、传播流程以及传播机制。

让我们致力于传播领域里国内和国际的结合、专家与大众的结合、教育与产业的结合。

将传播教学与研究的视野建立在面向前景的学科领域，这是一个年轻的研究群体——中国科学技术大学科技传播与科技政策系的愿景，这里已经形成本、硕、博贯通的传播学培养体系。

这个生气勃勃的学习型团队力争将学习、研究的成果尽快转化为系统的知识资源。

《传播新视角》丛书正是在科学出版社的大力支持下的一种尝试。

《传播新视角》丛书强调理实交融、文理会通。

既关注新理念、新范式，重视理论建设，又突出新案例、新技术，贴近务实流程，努力实践为传播学科和传媒事业建设发展服务的宗旨。

如果《传播新视角》丛书的出版能够符合上述理念并成为引玉之砖。

我们将会深感欣慰。

## <<中外传播政策>>

### 内容概要

《中外传播政策》主要针对中外传播政策的历史和现状进行系统梳理与精要分析，为传媒管理的研究与实践提供大量宝贵的基础数据资料，并为下阶段形成传播政策分析的理论框架奠定研究基础。在章节安排上，首先系统搜集了若干主要国家（包括美国、英国、德国、法国、俄罗斯、澳大利亚、日本、印度等）不同类型传媒产业发展历程与现状数据，并对这些国家的传播政策进行整理归纳。在此基础上，重点针对中国传媒业近30年发展历程及相关传播政策进行梳理，分别根据报刊、图书、广播电视、电影、新媒体、广告等类型系统分析中国相关传播政策的演变，进而提出一系列研究性专题以期与国内外同行学者深入探讨。

《中外传播政策》可作为新闻与传播学、传媒管理、传播政策领域及相关专业大专院校教材或参考书，也可作为各级政府部门、各类传媒机构及相关从业人员的培训用书。

《中外传播政策》最新整理的翔实数据资料，对广大学者或研究生的相关领域课题研究也是大有裨益的。

<<中外传播政策>>

作者简介

褚建勋，安徽庐江人，博士。  
中国科学技术大学科技传播与科技政策系副教授，目前赴哈佛大学肯尼迪政府学院Asia Programs Fellow。  
学术兼职：中国系统工程学会系统动力学专业委员会委员，中国复杂系统研究会理事，International Communication Association国际委员会委员。

<<中外传播政策>>

书籍目录

总序前言1 美国传媒业与传播政策1.1 美国传媒业简介1.2 美国传媒业发展历程与现状1.3 美国传播政策1.4 美国传播政策特征分析1.5 学术聚焦：《1996年电信法》及其影响1.6 小结2 英国传媒业与传播政策2.1 英国传媒业发展历程与现状2.2 英国传播政策2.3 小结3 德国传媒业与传播政策3.1 德国传媒业发展历程与现状3.2 德国传播政策3.3 小结4 法国传媒业与传播政策4.1 法国传媒业发展历程与现状4.2 法国传播政策4.3 学术聚焦：传媒所有权和传媒自由4.4 小结5 俄罗斯传媒业与传播政策5.1 俄罗斯传媒业发展历程5.2 俄罗斯传媒所有制格局及传媒与利益集团的关系5.3 俄罗斯传媒实务发展特点5.4 俄罗斯传媒业5.5 俄罗斯传媒法律：变化与发展5.6 俄罗斯传媒与西方传媒：冲突与合作5.7 新世纪的俄罗斯传媒发展趋势：融入世界传媒新秩序5.8 小结6 澳大利亚传媒业与传播政策6.1 澳大利亚传媒业发展历程与现状6.2 澳大利亚传播政策6.3 小结7 日本传媒业与传播政策7.1 日本传媒业发展的历程与现状7.2 日本新闻传播政策7.3 日本传播政策分析7.4 小结8 印度传媒业与传播政策8.1 印度传媒业与传播政策的发展历程8.2 印度传媒业发展现状8.3 印度传播政策8.4 小结9 当代中国传媒业与传播政策9.1 导读：全球化中的中国传媒业发展趋势9.2 报刊业9.3 图书业9.4 广播电视业9.5 中国电影业9.6 新媒体9.7 广告业后记

## 章节摘录

## 1 美国传媒业与传播政策      1.2 美国传媒业发展历程与现状      1.2.6 网络媒体发展历程与现状

网络媒体是近十几年来兴起并影响全球的一种大众媒介形式。

凭借其传播速度快、内容丰富、形式新颖等优势冲击着传统媒体的地位。

美国是计算机和网络的发源地，也是网络媒体最早兴起的国家。

1969年底世界上第一个计算机网络——阿帕网连接成功。

1974年，计算机网络互联的核心技术网际协议（IP）和传输控制协议（TCP）诞生，使得全球的电脑连为一体成为可能。

1991年，时任美国国会参议员的戈尔提出了建设“信息高速公路”的设想。

1993年，美国总统克林顿宣布正式实施“国家信息基础设施行动计划”，这一计划使得Internet受到全世界的热切关注。

从1994年开始，Internet开始由提供科研教育服务为主向商业性网络转变，一批以提供搜索引擎为主要服务内容的公司，如Yahoo等应运而生。

1994年11月，美国网景公司推出浏览器NetscapeNavigator1.0，极大地方便了人们在网上的搜索和浏览，激起了用户上网的高潮。

美国国家科学基金会于1995年宣布不再向互联网提供资金，至此，Internet完全走上商业化的道路。

近几年来，美国的计算机拥有率与网络拥有率以极快的速度上升。

到2006年，计算机的户拥有率已突破计划的70.7%，达到78.8%，而网络的户拥有率也突破计划的64.9%，达到72.3%。

较高的计算机拥有率和网络拥有率为美国网络媒体的发展提供了硬件支持。

## <<中外传播政策>>

### 编辑推荐

《中外传播政策》可作为新闻与传播学、传媒管理、传播政策领域及相关专业大专院校教材或参考书，也可作为各级政府部门、各类传媒机构及相关从业人员的培训用书。

《中外传播政策》最新整理的翔实数据资料，对广大学者或研究生的相关领域课题研究也是大有裨益的。

随着信息传播技术（ICT）与媒体形态的日新月异，当代社会正处于一个快速发展、深刻变革的历史转型期。

如何更好地了解和研究当代社会发展与国内外传播政策的演进特点，在各国传媒管理领域已成为值得关注的重要课题。

为了更好地理解中国的传播政策，《中外传播政策》编者组织课题组系统地梳理和分析了部分国家的传媒现状和传播政策，借鉴中外对比的思路，以便对中国的传媒发展现状与未来发展趋势有一个更高层面的了解。

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>