

<<国际传播学导论>>

图书基本信息

书名：<<国际传播学导论>>

13位ISBN编号：9787309035469

10位ISBN编号：7309035461

出版时间：2004-7

出版时间：复旦大学出版社

作者：郭可

页数：264

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>

<<国际传播学导论>>

前言

中国新闻教育经过20多年的快速发展，近几年已出现了一个新的转折：研究生招生人数的增长超过本科生招生人数的增长，个别新闻院系研究生在校的人数已接近本科生的在校人数。这是中国新闻教育结构的重大调整。

研究生的快速增长是对新闻媒体渴求高级采编、管理人才的回应。

研究生除了少部分继续攻读博士学位、留校任教和去其他科研、党政机关外，他们中绝大部分将进入新闻媒体。

与本科生相比，进入新闻媒体的研究生应该是学者型（专家型）的记者、编辑，他们应该有独立的科研能力，有独立的思考能力，在一两个领域有自己独立的见解，真正成为高级记者、高级编辑、高级评论员和管理人才。

在中国新闻传播业面临国际化的竞争之时，他们是一支任重道远的中坚力量。

然而，现在的研究生教育却难以达到这一水准，课程设置老化，师资力量不足，都是一时难以解决的难题，许多研究生课程不过是本科生的延续，甚至和本科生大同小异。

而研究生教材空缺却是研究生教育中最迫切需要解决的，全国几十家新闻院系的硕士研究生点，至今还没有系统的研究生教材。

有鉴于此，2001年5月，在复旦大学出版社的鼎力支持下，复旦大学新闻学院、复旦大学信息与传播研究中心联合全国高校新闻院系，决定共同出版一套研究生核心课程系列教材。

与会者共同商定：本教材是一套专著性、学术性教材。

教材一定要有原创性。

本教材应该吸收国内外研究的最新学术成果，但绝不是编编写写，必须要有原创性见解和观点，教材中除了历史陈述部分外，典型案例必须用最新资料。

教材一定要严格遵守学术研究的规范。

本系列教材作为研究生核心课程基本教材，涵盖新闻传播学的新闻、传播、广告三个专业以及三个专业的十几个研究方向。

教材的撰稿人或主编都是这个研究方向卓有成就的学术权威或全国高校公认的学术带头人。

从这个意义上讲，本系列教材向世人展示的是中国新闻传播学四年来的研究成果，代表着当代中国新闻传播学研究的最新水平。

我相信，它的权威性、前沿性和规范性将会得到社会的认可。

本系列教材的出版如果能够把全国高校研究生的教学推上一个新台阶，把新闻传播学研究推向一个新层次，那将是我们全体作者的最大心愿。

复旦大学出版社长期致力于新闻传播学著作、教材的出版，品位上乘，累积丰厚，影响广泛。

这次，他们调集精兵强将，花费大量心力，确保本系列教材的出版，是深具战略眼光的举措，我谨代表全体作者向复旦大学出版社表达深深的感谢。

<<国际传播学导论>>

内容概要

《国际传播学导论》的编写思路是“全面回顾、客观评估、突出重点、以我为主”。为了体现这一思路，《国际传播学导论》首先阐述了国际传播的概念问题、国际传播的发展历程、目前的发展状态和特征。

《国际传播学导论》还论述了国际传播学作为一个学科的理论框架和研究重点，并在全面回顾国际传播有关理论的基础上提出了国际传播研究的三个范式。

《国际传播学导论》首次全面介绍并分析了国际传播学的三大主要板块内容：即国际媒体、国际信息流和世界媒体体系研究。

《国际传播学导论》不仅理论联系实际，全面介绍国际媒体、国际信息流和世界媒体体系的基本内容，还从政治、经济、文化及国际环境等多角度阐述这三个方面在国际传播过程中的新问题和新现象，为我国国际传播的研究者和学生提供了一个崭新的研究视野和框架。

《国际传播学导论》还论述了20年来我国媒体在国际传播过程中的崛起。这一方面是国际传播本土化研究的一种体现，同时随着我国总体国力的不断提高，我国的国际传播领域已越来越引起国际和国内学者的关注。

<<国际传播学导论>>

作者简介

郭可，生于1963年，浙江诸暨人。

先后获得浙江大学（原为杭州大学）英语专业学士学位、上海外国语大学国际新闻学士学位（双学位）、美国堪萨斯州立大学（Kansas State University）新闻学硕士学位和复旦大学新闻学院传播学博士学位。

现为上海外国语大学新闻学副教授、新闻传播学院副院长和国际新闻系主任；过去16年中，一直在上海外国语大学从事国际新闻教学，讲授中英文新闻传播课程，包括本科阶段的“国际传播”、“英语新闻采访与写作”、“英语广播电视新闻写作”、“对外传播概论”和研究生阶段的“国际传播学”、“对外传播概论”和“大众传播学研究方法概论”等。

主要研究领域为国际传播、对外传播、英语媒体及新闻业务、国际新闻教育等；目前已出版专著《当代对外传播》，译著五部，并撰写了30多篇中文和英文学术论文；参加过数十次国际性新闻学术会议和国内新闻学教育和学术会议；策划并组织了1993年和1999年上外新闻传播学国际研讨会。

<<国际传播学导论>>

书籍目录

引言第一章 国际传播总论第一节 关于国际传播一、国际传播概念二、国际传播与全球传播第二节 国际传播的起源及发展历程一、国际传播的起源二、现代国际传播的发展历程第三节 国际媒体的发展现状一、国际传播媒体种类的多样化二、国际媒体的市场化整合第四节 国际传播的特征一、国际传播目的的多元化二、国际传播范围的扩大三、国际传播方式的多样化四、国际传播主体的多元化五、国际传播功能的增强第五节 国际传播的两大要素一、硬性要素二、软性要素第二章 国际传播研究范式第一节 国际传播作为一门学科：国际传播学一、国际传播研究特点二、国际传播研究的分析单位、研究方法和范围三、关于国际传播研究范式第二节 国际媒体体系范式一、关于国际媒体体系范式二、四种理论三、威廉·哈克坦的五个理念四、赫伯特·阿特休尔的三个世界五、卡尔·诺登斯特伦的五种范式六、其他媒体体系理论研究七、综述第三节 国际传播功能范式一、关于国际传播功能范式二、宣传模式论三、现代化理论四、传媒依附理论五、文化帝国主义六、文化批判理论和文化研究理论七、公共领域理论八、综述第四节 多元化范式一、关于多元化范式二、信息社会理论三、全球化话语体系第五节 国际传播研究的现状及趋向第三章 全球化背景下的国际媒体第一节 国际媒体发展的全球化背景一、国际关系格局新变化二、信息传播技术革命三、经济全球化浪潮第二节 国际媒体定义及发展特点一、国际媒体定义二、国际媒体的发展特点第三节 国际媒体的发展模式及战略一、国际媒体发展模式二、国际媒体的发展战略第四节 国际媒体的影响力分析一、国际媒体成为国际政治和外交的延伸二、国际媒体促进国际经济发展三、国际媒体对全球文化和语言的冲击四、国际媒体对现代战争的影响五、国际媒体对国际新闻媒体业本身的冲击第五节 国际媒体的发展趋向一、全球化时代国际媒体的重大转变二、发展趋向第四章 国际传播中的信息流动第一节 国际传播中的信息流一、关于国际信息流概念二、国际信息流种类三、国际信息流流程四、国际信息流的作用第二节 新闻性信息流和非新闻性信息流一、概念：新闻性信息流和非新闻性信息流二、新闻性信息流三、非新闻性信息流第三节 国际信息流的不平衡问题及争论一、国际信息流中的西方强势问题二、关于国际信息流的争议第四节 国际信息流中的非西方信息流一、非西方信息流（媒体）产生的背景二、非西方信息流的特点第五节 国际信息流的发展态势及相关问题一、国际信息流的五个发展特点二、国际信息流的矛盾发展态势三、国际传播政策和国际组织四、互联网对国际信息流的影响第五章 世界主要国家媒体体系研究第一节 英语国家一、美国案例分析之一：《纽约时报》案例分析之二：美国有线新闻网案例分析之三：美国在线时代华纳集团案例分析之四：维亚康姆集团案例分析之五：美国之音二、英国案例分析之六：《泰晤士报》案例分析之七：路透社三、加拿大四、澳大利亚案例分析之八：新闻集团第二节 非英语国家一、法国二、德国案例分析之九：贝塔斯曼二、日本第三节 俄罗斯及东欧国家俄罗斯第四节 亚洲国家一、新加坡二、印度第五节 中东国家案例分析之十：半岛电视台埃及第六节 拉美国家巴西第七节 非洲国家尼日利亚第六章 中国媒体国际化现状分析第一节 中国媒体国际化现状第二节 中国媒体国际影响力个案分析附件：国际传播大事记参考文献后记

章节摘录

一、法国 法国是民主自由思想的发源地之一，早在1789年的《人权宣言》中就第一次确定了新闻自由的原则。

在法国的历次革命斗争中，法国新闻报刊都为争取自由而斗争。

法国一直奉行一种二元性质的新闻政策。

法国认为新闻事业同时具有商业属性和意识形态属性的双重属性，因此在新闻实践中，法国坚持新闻竞争原则和国家干预原则并存。

一方面法国政府对新闻媒体鼓励展开竞争，以保证舆论的不同声音，又不放弃国家的宏观调控作用，以保证竞争的健康发展，避免出现垄断；另一方面法国政府对报刊和广播电视实行双重原则，对报刊鼓励竞争，鼓励多元化，对广播电视则长期实行国家垄断，直到20世纪80年代中期以后才有所变化。

1.法国报业 (1) 政府鼓励自由竞争和多元化 二战期间法国沦陷使得许多早期报纸停刊。二战后法国的报业进行了大调整，因此目前法国的多数报纸是二战以后发展起来的。

但法国政府一直鼓励自由办报，自由竞争，防止垄断。

法国议会在法国报业集团不断发展壮大后，于1982年出台《反托拉斯法》，限制报业过度集中。

目前，法国虽有报业集团，但集中程度明显不如美、英等其他西方发达国家。

从报纸销量来看，没有超过发行量百万的垄断性大报，报业集团的规模也较小，没有绝对垄断市场的报团。

为了保证报纸的多样性，政府向报刊提供了许多优惠政策，比如创办报刊无需事先许可，减免报刊企业税收，提供优惠的新闻纸价格等等；报纸发行也由专门机构统一进行，政府甚至还给予一些报纸发展基金。

(2) 全国报纸领导舆论，地方报纸市场胜出 法国报纸也可分为全国性报纸和地方性报纸。据统计，法国全国共有法文日报136种，发行量超过10万份的全国性报纸有7种，地方性报纸有20份。

在巴黎出版的全国性报纸往往领导舆论，地方性报纸则更注重信息提供，更亲近读者。

就发行量而言，全国性报纸明显不敌地方性报纸，全国性报纸中发行量最大的《费加罗报》只有全国发行量最大的地方报纸《西部法兰西报》销量的一半，但这些历史悠久的全国性大报却对国内和国际舆论有较大的影响力。

法国最有影响力的全国性报纸《世界报》创办于1944年，目前发行量约40万份。

该报报道严肃，注重政治、外交内容，对重大国际问题的报道内容详尽、材料丰富。

法国历史最悠久的报纸《费加罗报》于1854年创办，政治上属于保守派，读者多在商界或是为高级白领。

《费加罗报》每天出版约100版，另附经济专刊和体育专刊。

该报的一大特色是头版要闻版每天配一幅政治漫画，以当天国内国际时事为中心。

讽刺辛辣，寓意深长。

报纸的政治时事版经常对知名领导人做专访，具有很高权威性。

《国际先驱论坛报》是一份较特殊的报纸，虽然在巴黎出版。

但是主要由美国企业经营，用英文出版，是西方比较有影响的严肃报纸之一。

该报常自誉为真正的世界日报，因为它在世界主要大城市都有印刷点。

该报前身是1887年在巴黎创办的《纽约先驱报》欧洲版，后更名为《纽约先驱论坛报》。

1967年5月22日起，该报启用现名，读者对象主要针对居住在海外的美国公民。

其股份原由《纽约时报》和《华盛顿邮报》平分，但2002年底《纽约时报》以7500万美元，收购了《华盛顿邮报》在《国际先驱论坛报》持有的50.9/6股份，宣告结束了两报平分《国际先驱论坛报》股权的39年历史。

(3) 总体发展不理想 尽管法国政府积极鼓励法国报纸的发展，但法国的报业总体发展水平却并不理想，甚至出现了走下坡路的趋势。

据法兰西学院2002年有关各国日报形势的报告显示，法国的报纸读者人数比爱尔兰、新西兰、德国、日本及挪威都要少。

<<国际传播学导论>>

1976年到1997年，法国人口下降了3%多一点，报纸发行量却下降了6%。近年来，随着读者不断减少，法国报业危机四伏，广告收入低迷，报业利润下滑。

2.广播电视：私营并存 法国的广播电视事业目前公私营并存。

从收入来看，公营的广播电视经费主要来自“执照费”，占总收入的三分之二，还有部分来自广告和国家补贴。

私营广播电视收入主要来自商业广告。

但法国广播电视传播技术目前仍由国家垄断，具体由法国无线电广播公司负责管理。

公营的法国国家广播公司成立于1975年，下面设有6个广播电台：国内台、新闻台、文化台、音乐台、蓝色台、7号台，其中最重要的是国内台“法国电台”。

此外，国家广播公司还和地方共同投资了17个独立的地方台。

另一个重要的公营广播电台是“法国国际广播电台”，由国家广播公司专门设立，旨在加强对外宣传。

该台原属法国国家广播公司的一部分，但后根据1982年广播法成为独立的机构。

目前全国性公营电视台有四家：老牌的法国电视二台和法国电视三台、ARTE台、法国电视五台。

ARTE由法、德合资于1992年创办，主要播送国际文化类节目，以促进欧洲各国相互之间的了解；五台为教育台，1986年成立，以播出教育性的节目为主。

1982年政府取消国家垄断，允许私人 and 团体设立电台后，法国私营电台和电视台纷纷涌现。

目前，全国私营电台近1300家，主要有卢森堡电台、蒙特卡洛电台、欧洲一台等。

法国私营电视台主要有三家：法国电视1台、法国电视6台、法国加密台（收费台）。

目前法国广播电视市场的竞争主要在法国三家电视台之间展开。

一台作为老牌电视台，有先发优势，民营之后应用了诸多市场化路线的促销手段，娱乐、体育节目明显较多，好莱坞电影也取代了法国电影，市场占有率也最高，曾达到32.7%。

一台还不断扩大经营，开拓数字收费电视、电视购物、录像带业务等领域，并参与国际市场竞争。

法国加密收费台作为法国最早的卫星付费电视也发展迅速，已从一开始的24万直播用户发展到2001年的1300万户用户，成为法国电视机构发展的领头羊之一。

加密台还积极开拓海外业务，与电影频道HBO、英国天空卫视相抗衡。

现在其卫星数字电视的订户有一半来自海外。

六台则大量播出电视剧、体育、音乐等节目，受到年轻人喜爱，2000年收视率达到14%，是继一台后的第二大盈利机构。

3.捍卫本土文化的领头羊 与加拿大一样，法国传媒业的另一大特点就是在抵制美国文化侵略，捍卫本土文化，并一直是欧洲的领头羊。

传统的文化情结使法国人常以法兰西文化骄傲，美国文化在他们眼里是浅薄的，缺乏根基的。

但是随着美国媒体和流行文化在全球的扩张和渗透，法国的传媒也充斥了美国的流行文化，法国语言和文化受到了威胁。

在巴黎六个电视频道每年播放1300部电影和电视剧，其中1000部来自美国。

影院票房，美国电影占了60%以上。

由于美国文化的入侵，法国采取了种种抵制和保护措施。

比如，法国政府规定对电影的票房收入加收11%的特别税，并用这些税收来补贴到国产电影的制作。

此外，法国对电视节目实行配额制度，1989年10月欧共体通过的一项关于“无边界电视”指导政策就是在法国的倡导下出台的，政策建议各国所有电视频道至少播放50%的“欧洲原产”电视节目。

<<国际传播学导论>>

媒体关注与评论

《国际传播学导论》从策划到最后完稿历时三年，现在终于问世了。这其小的艰辛大概只有经历过才会有体会，其中最大的困难就是时间的不足和体力的不支。因为在这段时间内，本人还完成了第一本专著《当代对外传播》和自己的博士论文。我想用心力交瘁这四个字来描写我目前的状态大概是最贴切了。

尽管如此，我还是非常高兴，终于能够完成本书的书稿。在这过程中，我得到了许多人的帮助和支持。首先是本套系列教材的总主编、我的博士生导师李良荣教授。我衷心感谢李老师对我的信任，能给我这样一个机会，参与编写这套研究生核心课程系列教材。这个过程虽然很累，但我却学到了很多珍贵的东西。此外，李老师还对《国际传播学导论》的大纲的确定和本教材的具体撰写提出了许多真知灼见，使整本教材的结构更趋合理，思路也更加清晰。

我感谢我的同事和我的研究生。李德顺撰写了本教材的第三章，严怡宁撰写了本教材的第五章。潘华和桑翠林帮助我翻译和校对了本教材的附件。他们提供的虽然是初稿并由我最后定稿，但是离开了他们的支持，我是无法如期完成本教材的撰写工作的。

当然，我要非常感谢复旦大学出版社给我提供的大力支持，能把我的第二本专著付梓出版：感谢责编顾潜先生给我提供的莫大帮助和指导。我非常高兴能与顾潜先生进行第二次合作。

对国际传播的研究是我1995年在美国攻读硕士学位时的主攻方向，此后我一直致力于国际传播的研究和教学，也一直在思考如何把国外关于国际传播的研究和我国的国际传播及对外传播实践有机结合，至少能对国外关于国际传播研究进行一次全面的总结和梳理。本教材的撰写就是这样一次努力。

但是，由于国际传播学研究的范围非常广泛，且本人水平有限，因此本教材对国际传播学的总结和梳理(包括整个体系)不一定完全正确，纰漏之处也在所难免。在此，本人诚挚希望各位读者能提出批评意见，给予我指导，使我能不断完善本教材。

<<国际传播学导论>>

编辑推荐

《国际传播学导论》引文规范、观点鲜明，既有总结又有创新，不仅具有理论性，也突出了实用性，反映了作者在这一领域的研究实力。

《国际传播学导论》既可以作为本科生和研究生，以及媒体从业者、各级宣传干部研修提高的教材，也可作为理想的参考书籍。

<<国际传播学导论>>

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>