

《全球传播》

书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2009年09月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787301157336

内容简介

无论我们对全球化持什么态度，全球化已经来到了我们身边，我们正身处一个全球化的社会之中。卫星通讯、广播电视、计算机网络等新媒介的发达和普及，使得信息超越了时间和空间的限制，能够瞬间传播到全球的各个角落。

本书从全球化与大众媒体的关系入手，首先介绍了全球化及其相关概念，接着从经济全球化、政治全球化进而论述到文化全球化，重点探讨了文化帝国主义、全球化与媒体政策、跨国传媒集团、全球化时代的媒体内容和受众等现象，深刻分析和解释了全球传播这一现象产生的原因以及它带给我们的影响。

目录

第一章 全球化及其相关概念

第一节 全球化概念

第二节 全球化理论

第三节 全球化研究与中国

第二章 经济全球化

第一节 贸易与金融全球化

第二节 跨国公司

第三节 经济全球化的后果

第三章 政治全球化

第一节 全球化与民族国家

第二节 全球治理

第四章 文化全球化

第一节 文化全球化的进程

第二节 关于文化全球化的争论

第五章 文化帝国主义

第一节 文化帝国主义的发展

第二节 文化帝国主义的抗争实践

第六章 全球化与媒体政策

第一节 全球化与媒体政策的演进

第二节 新自由主义与电信政策

第七章 跨国传媒集团

第一节 全球媒体的出现

第二节 跨国传媒集团的成长

第八章 全球化时代的媒体内容

第一节 文化混杂

第二节 消费主义与大众媒体

第九章 全球化时代的受众

第一节 受众解读的多样性
第二节 受众能动性与全球传播
后记

在线试读部分章节

第一章 全球化及其相关概念

无论我们是否喜欢“全球化”这个概念，也无论我们对全球化现象持什么态度，毫无疑问的是，全球化已经来到了我们身边，我们正身处一个全球化的社会之中。书店里谈论全球化的书籍铺天盖地，对它的评价有褒有贬，然而我们谈论全球化的园地——装修气派的书店、互联网、英语等等——都是全球化的产物。过去三十年中国所经历的改革开放，也是一个加速全球化发展的过程，在这一过程里我们有得有失，也不能阻止我们正视全球化这一基本事实。作为发展中国家的一员，我们对全球化的疑虑，大都集中在它起源于西方、经由西方（有时不是那么令人愉快的强行）推广而来到中国这一点上，然而，全球化全然是“纯洁的”舶来品吗？在这一进程中，美国和西欧执牛耳，发展中国家不能发出自己的声音吗？发达国家的优势地位和发展中国家的弱势地位一直如此吗？事实并非如此。历史学家发现，1800年前后，全球白银产量的一半经由美洲和欧洲最终流向亚洲，欧洲和亚洲的贸易结构性逆差说明了当时的亚洲在经济上处于领先地位，直至19世纪末期，西欧和美国才逐渐超过亚洲成为世界经济中心。如果在全球化进程里，国家的地位可以转换，那么应该怎么看待国家当前的“弱势”地位？除经济发展外，民族国家是理解全球化问题的另一把钥匙，因为全球化更加直接挑战了国家权力，相对而言，个人的收获更多一些。关于全球化的问题太多，我们需要从它最基本的定义入手。什么是全球化？人人都在用这个词，然而关于它的定义，各有各的说法。

……

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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)