

### 图书基本信息

书名：<<大汇流整合媒介信息与传播/高校经典教材译丛>>

13位ISBN编号：9787508020945

10位ISBN编号：7508020944

出版时间：2000-01

出版时间：华夏出版社

作者：(美)托马斯·鲍德温等

译者：官希明等

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>

## 内容概要

《大汇流:整合媒介信息与传播》作者以西方国家信息传媒业的现状为背景,描绘了21世纪传播通信业整合发展的宏伟蓝图。

书中分析了全方位通信系统的基本特性,多角度地介绍了该系统的技术支持能力和各项基础性服务设施,阐述了该系统集语音、图像、数据为一体的传输形式。



书籍目录

目录

第1章

概论

整合宽带系统的要素

汇流

竞争

汇流之路

独立机构的电信

电话与广播

无线电视与有线电视

有线电视与电话

其他视频、电话及信息服务业的结盟

整合宽带系统的挑战：本书编排体例

技术的挑战

服务与节目制作

经营、文化与资本流转

销售

广告与购物

竞争

传播政策

国际发展

冲击

缩写注释

第2章

电话、有线电视及无线电技术

基本原理

频率与波长

化声像为电能

调制

双边带

数字系统

电缆传输

光纤系统

今日电话网络

交换

传输

室外设备

远距离终端

用户终端设备

ISDN 综合服务数字网络

今日的有线电视网络

电视图像

有线电视系统结构

双向系统

自动号码识别

光纤干线与骨架  
今日的无线科技  
电磁波频谱  
蜂窝式移动电话与个人通信系统  
无线广播  
多频道多点传送系统  
直播卫星  
第3章  
家用电话和信息服务  
公共载体的起源  
从公共载体到普及服务  
基本电话服务的构成要素  
电话产业的结构  
普及服务的演变  
新型电话服务  
移动电话服务  
通过电话网络的基本数据传输  
数据通信的家庭应用  
公共分封交换网络  
综合服务数字网络  
美国的数据及信息服务政策  
电子信息服务  
联机（在线）服务的方式  
电传视频的历史  
主要的消费者联机服务  
联机（在线）服务产业的结构  
因特网  
语音信息  
结论  
第4章  
娱乐与信息电视  
电视频率分布的经济学  
多频道环境下娱乐节目的编排原理  
无线广播  
有线电视：基本级的广播频道  
信号传送规则  
地方自办节目  
公共专用频道  
教育专用频道  
政府专用频道  
商务租用频道  
有限电视节目服务：扩充基本级  
基本联播网，有线电视节目服务  
未来的基本频道  
单选频道与付费频道  
单选频道  
付费频道

计次付费收视  
普通计次付费收视  
准视频点播  
节目经济学  
频道包装组合  
发行窗口  
发行上的变化  
辛迪加市场中的多频道电视  
其他节目  
无线  
电传  
音频  
总结  
第5章  
技术融合  
带宽压缩  
模拟信息数字化  
JPEG, MPEG - 1和MPEG - 2  
混合光纤同轴网络  
通过整合宽带网络传输的传统有线电视服务  
整合宽带网络的视频点播  
整合宽带网络的数字传输  
频谱分配  
整合宽带网络中的上行传输  
家用终端机  
交互服务  
电话业与宽带网络  
整合宽带网络中的电话业务  
高速数据与计算机的联接  
尚未解决的争议与替代性构架  
非对称数字用户回路  
智能型节点  
安全  
技术标准  
操作系统软件  
区域联接  
区域服务器  
高清晰度电视  
兼容性  
高清晰度电视的显示技术  
整合宽带网络中的无线科技  
蜂窝式无线视频  
第6章  
声音、视频和数据的汇流  
电视  
计次付费收视服务、视频点播  
特别节目

体育节目  
音频点播  
交互式娱乐  
阅读电视  
新闻与公共事业  
电视传播的价格区别模式  
视频点播  
单选频道  
基本频道  
无线电视级  
无线电视  
整合系统的其他服务  
教育  
家庭购物  
家庭银行  
通过网络在家工作  
信息检索  
通信  
整合宽带服务内容的搜寻  
电视与计算机  
第7章  
管理  
资金的获得  
开创、获得和组织服务  
选择服务  
按需服务  
单选频道  
电视频道包  
全方位服务网络与电视节目供应商的关系  
点播节目  
节目网  
再转播许可  
地方服务  
分类  
特殊的广告问题  
用户服务功能  
现行用户服务标准  
全方位服务网络的用户服务标准  
收费与付帐的分配  
簿计与会计  
内部使用记录  
外部使用记录  
技术基础结构的维护  
网络设计  
施工  
维护  
专业技术

系统保障  
特殊的机构挑战  
整编  
转让  
集中与分散  
基础业务上的发展问题  
第8章  
市场  
电视市场  
人口因素  
电视收视  
收视指南  
收视类型  
个人化  
收看有线电视新闻  
儿童与有线电视  
用户满意程度  
媒介消费理论  
电信市场  
电话服务  
先进的电话服务  
无线通信  
家用录像带租售市场  
电子游戏市场  
家庭购物市场  
联机（在线）服务与数据市场  
市场研究  
其他计划  
市场测试结果分析  
全方位服务网络的营销  
组织  
营销任务  
营销策略  
法制  
社会参与  
第9章  
广告与购物  
多频道环境中广告  
产品告知  
信息提供  
直接销售  
语音信息与联机广告  
策略抉择  
区域策略  
改进策略  
分类广告  
补贴媒介



视频点播广告  
单选频道广告  
广告执行  
网络  
全国性广告时段  
地方广告时段销售  
广告播出管理  
广告公司  
广告效果评估  
全国性联播网收视率  
地方收视率  
购物  
娱乐与购物结合  
智能与聪明服务  
消费信息  
信用  
执行  
问题  
超广告电视  
欺骗与隐私  
商机  
第10章  
竞争  
视频服务基本概念与竞争  
有线电视  
视频服务的竞争  
超载建设  
直播卫星  
多频道多点传送服务  
蜂窝式电视  
卫星主天线电视系统  
交互式视频和数据服务  
无线广播  
其他业务  
电话业  
电话业的竞争  
竞争政策  
流通网络里的竞争  
理想与战略模式  
一条或两条线路  
开放使用  
全方位服务网络的结构  
全方位服务网络之间的竞争  
共同管理  
全方位服务网络与有线电视、电话的竞争  
独家全方位服务网络经营  
并列的非整合宽带和窄带系统

拓展容量  
竞争的结果  
第11章  
传播政策  
政策目标  
交叉经营权  
联邦法院与交叉经营权  
视频拨接服务  
电话 - 视频交叉经营权的新选择  
有线电视从事交叉经营  
并购  
长途电话公司的交叉经营权  
对区域贝尔电话公司的特别规定  
同意声明和法院命令  
民生公用事业  
无线电视交叉经营权  
有线电视 - 多频道多点传送系统交叉经营  
管制竞争  
电信载体间的竞争  
电话价格控制  
有线电视价格控制  
竞争 控制价格的一种手段  
交叉补贴  
高级电视  
寡头垄断与双占市场  
纵向整合  
节目获得  
水平整合  
无线竞争  
租用频道  
管制的对称性与等同性  
普及服务  
用户终端设备  
电线杆附挂  
反托拉斯  
检查和不行使权力  
其他公共政策议程  
版权  
盗接信号  
宪法第一修正案的适用者  
征税与宪法第一修正案  
狼袭  
粗话  
频道封锁  
对特许主管部门的限制  
在数据服务上的宪法第一修正案  
采用政府信息

隐私权

州政府与地方政府的法规

现行有线电视法规

现行电话法规

管辖权的问题

三级管制：地方、州、联邦政府

州与联邦政府的双层管制

联邦政府单一管制

第12章

跨国全方位服务网络

现状

电话系统

无线电视、有线电视与卫星电视

整合系统

从有线电视转型为全方位服务网络

各国内部发展的限制

投资领导地位

电视网络与节目制作的交互拥有

铺设全方位服务网络的法规管制框架

网络互联与国际标准

组织

营运

不平衡的媒介与信息流通

全球性市场

区域性市场

国家市场

进口障碍

世界领导地位

第13章

整合宽带网络的冲击

个人

主动选择

主动收视

信息超载

广告、购物与消费观

社会孤立

时间使用的调整

隐私权

电子空间的道德问题

潜在的经济影响

社会

社区

媒介与新闻传统

公共、教育与政府专用频道

生态

传播产业

产业结构

售后服务  
营运  
文化  
商业结构

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>