

<<传媒制度分析和战略重构>>

图书基本信息

书名：<<传媒制度分析和战略重构>>

13位ISBN编号：9787208100725

10位ISBN编号：7208100721

出版时间：2011-7

出版时间：上海人民出版社

作者：梅明丽

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>

## <<传媒制度分析和战略重构>>

### 内容概要

我国传媒的产业属性经历了一个缓慢释放的过程，在制度供给上呈现非连续、偶然性特征，缺乏长期、系统的制度安排与前瞻设计。

制度供应不足与战略规划滞后成为我国目前传媒产业发展的严重阻梗。

梅明丽编著的《传媒制度分析和战略重构》力图弥补的正是传媒产业发展相关宏观战略研究的一种缺位，在国际竞争背景下重新建构中国传媒产业自主创新之路。

《传媒制度分析和战略重构》基于两个重要的研究基点：国家主导和战略产业。

这种模式是适合中国经济改革和传媒改革情境的一个必然选择。

打破行业和地域分割的现状，摆脱低层次行政介入，实现统一协调的宏观管制模式，为传媒产业发展提供宏观目标和保证，这种战略思维模式的转变，将是对目前我国传媒产业发展路径的一种突破。

## <<传媒制度分析和战略重构>>

### 作者简介

梅明丽，同济大学传播与艺术学院教师，媒介经营与管理博士。  
大学入学之初，主修新闻学专业，曾担任电视台记者和编导，有较长的媒介实践经验。  
在博士期间专修媒介经营与管理，参与多项国家级和省部级研究项目，已出版和参编著述两部。  
主要研究方向为媒介经营与管理、媒介制度、广告学等。

## <<传媒制度分析和战略重构>>

### 书籍目录

- 序
- 引言
- 第一章 分析框架与研究综述
  - 第一节 国内传媒产业发展研究的理论传统与研究现状
    - 一、相关研究文献综述
    - 二、相关政策检视
    - 三、本书力图解决的主要问题
  - 第二节 国家主导与战略产业研究视角的选择
    - 一、国家主导理论背景与研究综述
    - 二、战略产业的理论背景与研究综述
    - 三、基于中国传媒产业发展现实背景的理论选择
  - 第三节 研究框架与基本研究假设
    - 一、研究框架
    - 二、基本假设
- 本章小结
- 第二章 问题的提出——短视中前行的中国传媒产业
  - 第一节 产业定位不明与长远发展目标不清
    - 一、传媒产业到底是什么？
    - 去行政化努力的过程
    - 二、传媒产业政治与经济属性如何定位？
    - 身份分裂的无奈求索
    - 三、传媒产业的发展目标是什么？
    - 摸索前行的“试错”路径
  - 第二节 阶段性政策摇摆与宏观战略的匮乏
    - 一、中国传媒产业进入“存量改革”——当政府主动拿起指挥棒
    - 二、“试点”遭遇“寒冬”——政策摇摆背后的盲目与短视
    - 三、战略决定成败——变化的时代与变化的环境
- 本章小结
- 第三章 战略滞后与制度供应不足——既有发展模式的缺陷
  - 第一节 传媒产业发展的制度逻辑与三次重大的制度安排
    - 一、产业化：“事业单位企业化管理”的市场起步
    - 二、集团化：行政之手主导的规模化浪潮
    - 三、文化体制改革：系统性变革的开始
    - 四、我国传媒产业的制度安排与制度逻辑
  - 第二节 制度供应不足——行政主导模式的绩效分析
    - 一、行政主导的路径依赖——行政之手的必然性
    - 二、行政主导资源配置状态下的整合无力——行政之手失灵
    - 三、行政主导的低效原因——行业与地域的双重壁垒
  - 第三节 战略滞后——“强意识形态”与“弱产业发展”状态下的传媒产业发展危机
    - 一、制度供应不足的内在原因——意识形态属性的过分张大
    - 二、有待突破的战略瓶颈——规则制定者的惰性与二元并轨的压力
    - 三、从行政主导到国家主导——战略路径的突破
- 本章小结
- 第四章 国家主导的现实选择——对传媒产业发展逻辑的重新审视
  - 第一节 基于新的发展背景与发展要求

## <<传媒制度分析和战略重构>>

- 一、全球化
- 二、产业融合

### 第二节 国外发展模式与发展道路借鉴

- 一、美国：自由放松与政府推动
- 二、日本：政府主导与企业互动
- 三、欧盟：“欧洲意识”和抵制入侵
- 四、国家作用的彰显：规范力与推动力

### 第三节 我国传媒产业发展弱小现状的客观决定性

- 一、规模偏小与资源分散
- 二、封闭竞争与垄断生存
- 三、全国性大型传媒集团的缺位

### 第四节 传媒产业国家主导的战略选择

- 一、经济发展中的国家意志与国家主导
- 二、后发国家赶超的路径选择
- 三、对“行业和地域”管理辖制的超越——国家利益优先

#### 本章小结

## 第五章 软实力的凸显——传媒作为文化与信息产业重要构成的战略产业地位

### 第一节 信息化的全球浪潮与信息产业的战略地位

- 一、信息时代的到来
- 二、信息产业战略地位的界定及其发展
- 三、信息产业、传媒产业与国家软实力

### 第二节 文化和信息产业的软实力平台：对传媒产业驱动力的强调

- 一、我国信息产业定位的缺陷：信息产业不等于电子信息产业
- 二、内容产业的重要性：文化产业的核心竞争力所在
- 三、传媒产业作为软实力发展“平台”的特性

### 第三节 构建合理的软实力竞争战略

- 一、融合趋势下的产业组织框架的重构
- 二、战略转型：软实力的沟通与融合
- 三、产业融合：对政府管制的需求

#### 本章小结

## 第六章 传媒产业“国家主导”的经济学阐释——后发优势与竞争优势

### 第一节 国家主导的核心——国家利益

- 一、国家利益的界定
- 二、国家主导——避免边缘化与殖民化
- 三、自主创新是实现国家利益的根本途径

### 第二节 传媒产业国家主导——基于“后发”与“竞争”的优势选择

- 一、后发优势与竞争优势的经济学视角
- 二、资源优化与制度捷径——后发优势选择的核心内涵
- 三、要素禀赋与产业升级——竞争优势选择的合理路径

### 第三节 传媒产业国家理性建构与市场自然演进：冲突与融合

- 一、政府功能的错位与失位
- 二、“看得见的手”与“看不见的手”：理性、协调性的宏观管制

### 第四节 传媒产业“国家主导”的风险预期与控制

- 一、有效的制度安排是利益竞争和权力博弈的产物
- 二、权力不对等造成的结构分化
- 三、国家失灵的控制机制

#### 本章小结

## <<传媒制度分析和战略重构>>

### 第七章 传媒“战略产业”的政治学阐释——国家安全与国家竞争

#### 第一节 战略产业的合理性与发展趋势

- 一、无政府状态下的国际社会与国家
- 二、战略产业的发展逻辑与战略定位：安全与利益

#### 第二节 传媒战略产业要素分析

- 一、意识形态阵地——作为国家安全资源的传媒产业
- 二、创造力的核心——作为国家软实力资源的传媒产业

#### 第三节 传媒“战略产业”模式的风险预期与控制

- 一、市场结构重在竞争集中而非行政垄断
- 二、政策手段重在产业环境的建构而非直接的行政干预
- 三、可能的道德风险和贸易报复

#### 本章小结

### 结语 基于利益和安全的战略重构——国际化视野中的中国传媒产业发展之路

- 一、文化的因子与制度的规定
- 二、经济的政治化、利益的相对化与后发优势的可能性
- 三、理想的路径与现实的困境

#### 参考文献

- 中文参考文献
- 外文参考文献

#### 附录

- 2003年传媒行业政策法规一览
- 2004年传媒行业政策法规一览
- 2005年传媒行业政策法规一览
- 2006年传媒行业政策法规一览

#### 后记

<<传媒制度分析和战略重构>>

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>