

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

图书基本信息

书名：<<加入WTO与中国新闻传播业>>

13位ISBN编号：9787801904867

10位ISBN编号：7801904869

出版时间：2005-1

出版时间：社会科学文献出版社

作者：丁柏铨

页数：598

字数：437000

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>

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

内容概要

本著体现出如下特色：(1)进行多种学科交叉研究。

研究中体现了新闻学、传播学、经济学、政治学、社会学、法学等学科的交融，达到了相当的深度。

(2)将定量研究与定性研究相结合。

课题组成员对多位著名专家学者进行了深度访谈，对一批具有在不同国度接触新闻传媒的受众进行了结构性访谈，在部分省市做了问卷调查。

并展开了个案研究，在掌握大量鲜活材料的基础上进行了深入的学理分析。

(3)注重比较研究。

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

作者简介

丁柏铨 1947年6月出生，江苏无锡人。
现为南京大学新闻传播学系主任、教授、博士生导师，兼任教育部高等学校新闻学学科教学指导委员会委员、中国新闻教育学会常务理事、江苏省新闻工作者协会常务理事、南京大学学术委员会委员、南京大学学报（哲学社会科学版）编委，清华

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

书籍目录

前言	1	一 关于几个主要概念的说明	1	二 本书研究中的主要着力点	
3	三 本书主要内容和结构框架	6	第一卷 “入世”以后我国新闻传播业生存环境研究	卷首语	2
3	第一章 关于“入世”对我国新闻传播业的影响及学界的争论	3	第一节 当代我国社会历史进程中的一个重要时段	3	一 十六大为我国的未来发展勾画了宏伟蓝图
3	二 我国“入世”以来履行承诺的情况令人满意	5	第二节 “入世”以后我国经济社会发展状况扫描	8	一 我国正在逐渐进入世界经济发展的中心
8	二 “入世”后我国经济呈现出高增长的趋势	9	三 “入世”后我国社会运行总体情况良好	14	第三节 关于“入世”对我国新闻传播业影响之争
16	一 新闻传播学研究者所持有的两种基本观点	16	二 准确评价“入世”对我国新闻传播业的影响	19	第二章 “入世”以后国内相关产业的发展与新闻传播业
30	第一节 相关工业的发展使新闻传播业增添了活力	30	一 汽车工业的发展为广播媒介振兴提供了可能性	30	二 彩电业的发展将为电视媒介在农村开拓广阔天地
34	三 印刷机械业的发展给报纸媒介带来利好消息	38	第二节 交通业的发展拓展了新闻从业者的活动空间	41	一 交通业的发展为新闻传播业插上了“翅膀”
41	二 物流配送业的发展为报纸媒介提供了便利	44	第三节 信息产业与新闻传播业的发展息息相关	47	一 信息产业为新闻传播业提供了技术平台
47	二 信息产业：当代新闻传播业的“黄金搭档”	48	三 境外力量：能够切下信息产业多大的蛋糕	51	四 新闻传播业：与信息产业共进退的五条路径
59	第四节 文化产业的发展变化与新闻传播业	65	一 关于文化产业的界定和我国文化产业的现状	65	二 “入世”以后我国文化产业所受到的冲击
67	三 新闻传播业在文化产业发展中的机遇和挑战	69	第三章 “入世”以后我国新闻传播法制环境的变化	76	第一节 “入世”表明我国法律将在多方面与国际接轨
76	一 我国国内法与WTO规则及国际惯例的接轨	76	二 WTO协议直接约束对象是成员国政府及其行为	78	第二节 “入世”与我国新闻传播法制环境变化的相关性
80	一 新闻传播法制的某些基本规范需逐步与国际接轨	80	二 WTO原则对我国新闻传播法制环境的制度性影响	82	第三节 我国新闻传播法制与WTO法律框架的差别及对策
92	一 我国新闻传播法制与WTO法律框架的差别	92	二 我国新闻传播法制建设的应对策略研究	95	第四章 社会公众观念层面的变化与新闻传播业
101	第一节 社会公众民主观念的拓展与新闻传播	102	一 “入世”与我国的政治文明建设	102	二 公众民主观念拓展与新闻知情权
106	第二节 社会公众婚恋观念的变化与新闻传播	112	一 同性恋现象、公众的态度与新闻传播	112	二 异性同居现象、公众的态度与新闻传播
117	三 离婚率增加、公众的态度与新闻传播	120	第三节 社会公众利益观念的变异与新闻传播	123	一 利益观失衡是一种值得注意的异化现象
123	二 新闻传播应当重视传播内容的道德评价	124	三 新闻传播应当注重发挥正向的道德功能	133	四 新闻传播应当避免形成负向的道德功能
136	第四节 社会公众环保观念的现状与新闻传播	139	一 新闻传播应引导公众增强环境道德意识	139	二 加强自然灾害报道与公众环保观念
140	三 加强环境污染报道与公众环保观念	142	四 加强物种濒危报道与公众环保观念	143	第二卷 关于“入世”对我国新闻传播业影响的实证研究
148	卷首语	148	第五章 对具有跨文化背景的传媒受众的实证研究	149	第一节 调查中所采用的研究方法
149	一 研究目的、研究对象及研究方法	149	二 调查过程中的主要发现及结论	151	第二节 关于中外传媒新闻业务的比较研究
156	一 国外传媒值得借鉴的报道观念与手法	156	二 与国外传媒相比我国传媒所具有的优势	161	三 结论：新闻从业人员必须真正进入角色
162	第三节 关于中西传媒各类节目的比较研究	164	一 关于中西传媒娱乐类节目的比较研究	164	二 关于中西传媒知识类节目的比较研究
164	三 关于	166			

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

中西传媒文艺类节目的比较研究	167	四 关于中西传媒所刊播广告的比较研究	
168	五 结论：在节目中融入本国文化的精髓	171	第六章 对新闻从业人员的调查和实证分析
173	第一节 调查过程中所采用的研究方法	173	一 调查过程中所采用的研究方法
173	二 调查过程中的主要发现及结论	174	第二节 从调查结果看“入世”对新闻传播业的影响
177	一 “入世”对我国新闻传播业具有正面影响	177	二 “入世”对我国新闻传播业也有负面影响
181	二 “入世”以后受到冲击最大的是电视媒介	183	第三节 对我国新闻传媒优势以及不足的分析
185	一 对西方新闻传媒优势的分析研究	185	二 对我国新闻传媒优势的分析研究
188	三 调查对象对开放传媒市场的看法	189	第四节 关于南昌新闻从业人员的个案研究
192	一 关于本次调查目的和方法的说明	192	二 在本次调查中的若干主要发现
193	——个案研究之一	201	一 国外电视媒介竞相发展新闻频道
201	二 我国电视媒介纷纷以新闻立台	203	三 电视新闻频道是传媒竞争的产物
203	四 央视创办新闻频道有着自身优势	204	第二节 央视新闻频道的新闻传播策略
205	一 央视新闻频道的受众定位和风格定位	205	二 央视新闻频道的节目形态分析
208	三 央视新闻频道的播出内容分析	210	四 央视新闻频道新闻传播方式的变化
219	第三节 央视新闻频道的经营环境和策略	223	一 央视新闻频道经营的“生态环境”
223	二 央视新闻频道的频道经营策略	227	第四节 央视新闻频道发展前景展望
236	一 央视新闻频道存在的某些不足	236	二 央视新闻频道未来的发展路径
237	第八章 省级党报《新华日报》的新一轮改版		——个案研究之二
241	第一节 《新华日报》生存和发展的现实环境	242	“入世”以后省级党报所面对的宏观环境
244	二 省级党报《新华日报》改版前的状况分析	244	第二节 采用多种手段充分发挥党报核心竞争力
248	一 对新闻传媒核心竞争力的认识与界定	248	二 充分发挥党报核心竞争力的基本方法
251	第三节 以内容为主全面展现党报核心竞争力	255	一 用拓宽报道面之法为读者提供全方位新闻
256	二 用做强主流新闻之法锁定党报的主流读者	256	三 用深刻的人文精神去观照去关注社会民生
262	四 用优质周到的服务凸现党报的实用纸功能	266	五 用对新闻规律的科学认识来指导新闻实践
269	六 用优化的版面体现稳重大气灵活生动风格	272	第九章 X人民广播电台新闻和内部机制改革透视
277	第一节 关于对X人民广播电台调研的一般情况	277	——个案研究之三
277	二 个案研究过程中所采用的主要方法	279	一 个案研究的背景及研究对象的背景
282	三 X人民广播电台近年来的主要业绩	282	二 对X人民广播电台存在问题的分析
287	一 X人民广播电台存在的某些不足	287	对X人民广播电台问题症结的思考
300	第三节 X人民广播电台新一轮改革方略	302	一 走频率制与中心制互补结合的道路
302	二 形成内部外部行之有效的合作机制	306	三 建立科学合理的报酬分配激励机制
310	第三卷 “入世”以后我国新闻传播业宏观发展战略研究 卷首语	316	第十章 我国新闻传播业的总体发展战略(上)
317	第一节 “入世”后我国新闻传播业发展的基本立足点	317	一 “入世”之初我国新闻传播业的发展概况
317	二 “入世”后我国新闻传播业发展的三个立足点	320	第二节 “入世”以后我国新闻传播业发展的先决条件
336	一 对“入世”以后我国新闻传播业发展战略的诠释	336	二 通过解放思想将观念转到适应现实的轨道上来
336	三 通过调整机制对新闻传播业实行科学管理	340	第十一章 我国新闻传播业的总体发展战略(下)
346	第一节 实行充分释放新闻传播业内部能量的战略	346	一 “入世”头几年是新闻传播业发展的关键时期
348	二 新闻传播业的潜在能量目前尚未得到充分释放	348	三 加强保护期内新闻传播业释放自身能量的研究
348	第二节 实行以机制和体制改革将传媒做大做实做强的战略	349	一 某些机制

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

不合理影响传媒做大做实做强	349	二 新闻传媒做大做实做强与传媒资本运作	351
三 新闻传媒做大做实做强与传媒资源整合	352	四 新闻传媒做大做实做强与打破各种壁垒	353
推进以“三贴近”为主要内容的新闻改革	355	二 努力进行报道方式和新闻文体方面的创新	364
第四节 实行培养高素质人才和构筑人才高地的战略	365	一 增强新闻传媒竞争力与造就优秀新闻人才	366
三 新闻传媒应担当新闻人才继续教育的重任	368	四 优秀的传媒领导人与充满活力的用人机制	369
第十二章 “入世”以后我国新闻传播业管理研究	371		
第一节 “入世”以后我国新闻传播业的宏观管理	372	一 市场经济体制确立后我国新闻传播业的管理	372
二 “入世”以后我国新闻传播业管理中不变的方面	373	三 “入世”前后新闻传播业管理方面的调整	375
第二节的网络媒体管理解析	381	一 以报业集团和报纸媒介为对象的管理解析	381
二 以广电集团和广电媒介为对象的管理解析	389	三 从事新闻传播活动的网络媒体管理解析	393
第三节 “入世”以后我国新闻传播业的管理战略	397	一 制订有前瞻性的新闻传播业宏观产业政策	397
二 逐步改进管理模式、管理方法和管理手段	399	三 在管理者与被管理者之间建立良性互动关系	401
第十三章 “入世”以后的新闻传播业与知识产权保护	405		
第一节 “入世”以后保护知识产权问题的紧迫性	405	一 知识产权的概念界定及其主要特征	408
第二节 WTO知识产权保护的规定对我国新闻传播业的影响	410	二 知识产权保护原则：WTO的重要支柱	410
WTO关于知识产权保护的一系列规定	410	二 “入世”后知识产权保护问题对我国传媒的影响	413
三 新闻传播业在知识产权保护方面面临的严峻形势	415	第三节 我国对知识产权法律法规所作的修改	417
一 我国对有关知识产权的法律法规的修改	417	二 我国对有关著作权保护法律法规的修订	418
三 最高人民法院于著作权案适用法律的《解释》	420	第四节 我国传媒在知识产权保护方面存在的问题	423
一 新闻传媒在专利权保护方面存在的问题	423	二 新闻传媒在商标权保护方面存在的问题	427
三 新闻传媒在著作权保护方面存在的问题	432	第五节 知识产权保护：我国新闻传播业的对策	445
一 观念上：努力强化知识产权保护的意识	445	二 机制上：建立知识产权保护的制度体系	447
三 运作上：用有效手段加强知识产权保护	449	第四卷 “入世”以后传媒发展和对外传播战略研究 卷首语	454
第十四章 “入世”以后我国报业的发展战略	455	第一节 对我国报业内部三大因素的考察	455
一 关于我国报业概念的基本含义	455	二 “入世”以后报业生存环境总体描述	457
三 对我国报业内部重要因素的考察分析	459	第二节 对我国报业的外部生存环境的考察	474
一 互联网的发展与“三网合一”的趋势	474	二 报业集团上市及它所带来的投资风险	482
第三节 “入世”以后我国报业的发展战略	490	一 我国报业的资源整合与跨媒体发展	490
二 报业集团的内部机制和体制改革	495	三 新闻业务改革与创新：以综合性报纸为例	497
第十五章 “入世”以后我国广播电视业的发展战略	507	第一节 “入世”与我国广播电视业的对外开放	507
一 经济环境和社会环境对广播电视业的影响	507	二 “入世”后广播电视业进入对外开放新阶段	511
第二节 中美广播电视业发展模式面面观	513	一 对美国广播电视业商业运作的考察	513
二 对我国广播电视业发展现状的考察	516	第三节 “入世”前后我国广播电视业的重大改革	519
一 “入世”前国内广播电视业体制改革的尝试	519	二 处于现在进行时态的“网台分离”改革	523
三 广播电视节目生产和节目管理的改进	527	四 有关主管部门对行业法规的重新修订	530
五 对广电集团化整合和运作的总体评价	531	第四节 “入世”以后我国广播电视业发展战略研究	532
一 关于“一筐土豆”与“联合起来造大船”	532	二 关于从重“做大”到重“做强”的转变	533
三 关于与世界广播电视业的“接轨”问题	537	第十六章 “入世”以后	

<<加入WTO与中国新闻传播业>>

我国网络业的发展战略	542	第一节 关于我国网络业发展历程的简要回顾	542
一 我国和世界网络业同步发展的日程表	542	二 推动我国网络业紧跟世界潮流的力量	544
三 “入世”以后我国网络业保持良性发展态势	547	第二节 坚持和发展多点经营的盈利模式	549
一 网络业多点经营的具体内涵和方法	551	二 “入世”后我国网络新闻传播机构的格局	555
三 网络：受众获取新闻信息的重要渠道	554	第三节 建立多层次的网络新闻传播结构	560
四 时代呼唤网络新闻记者编辑队伍建设	560	一 网络记者编辑队伍的规范与建设	563
五 我国广电和网络传媒的对外传播历史	571	二 关于我国现当代对外新闻传播的三个结论	574
六 我国对外新闻传播事业	569	三 “入世”后加大对外新闻传播力度的障碍分析	575
七 我国对外新闻传播工作面临严峻挑战	575	四 在加大对外新闻传播力度方面所存在的障碍	576
八 跨文化新闻传播的障碍和障碍的排除	581	五 未来我国对外新闻传播的发展战略	584
九 在认识对外新闻传播重要性基础上准确定位	584	一 完善对外新闻传播工作的领导和协调机制	586
十 打破国际上的文化霸权和“妖魔化中国”的企图	587	二 改变分散局面以建立统一的对外新闻传播体系	588
十一 积极利用海外华文传媒力量进行对外新闻传播	591	十二 后记	595
十三 补记	598		

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>