第一图书网, tushu007.com

<<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

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。

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

第一图书网, tushu007.com

<<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 l 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 “ 人世 ” 以后我国新闻传播业生存环境研究 卷首语 2 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“ 人世 ” 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 “ 人世 ” 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 “ 人世 ” 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 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及主要发现 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 166 三 关于

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此较研究 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与主要发现 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 三 “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 第七章 新闻频道开播：“入世”后央视新变化——个案研究之一 201 第一节 央视新闻频道诞生的相关背景 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 一 “入世”以后省级党报所面对的宏观环境 242 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 255 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——个案研究之三 277 第一节 关于对x人民广播电台调研的一般情况 277 一 个案研究的背景及研究对象的背景 277 二 个案研究过程中所采用的主要方法 279 三 X人民广播电台近年来的主要业绩 282 第二节 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 二 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 346 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

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 第三节 实行推进新闻改革和报道方式创新的战略 355 一 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 365 二 培养高素质新闻人才与深化新闻教育改革 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 “入世”以后我国新闻传播业管理解析 38l 一 以报业集团和报纸媒介为对象的管理解析 38l 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 405 二 知识产权保护原则：WTO的重要支柱 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 一 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 最高人民法院关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 5ll 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

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 多点经营：应对市场激烈竞争的需要 549
二 网络业多点经营的具体内涵和方法 551 第三节 建立多层次的网络新闻传播结构 554 一 网络：受众获取新闻信息的重要渠道 554 二 “入世”后我国网络新闻传播机构的格局 555 第四节 逐渐壮大和规范网络记者编辑队伍 560
一 时代呼唤网络新闻记者编辑队伍建设 560 二 网络记者编辑队伍的规范与建设 563 第十七章 “入世”以后我国对外新闻传播发展战略 569 第一节 我国对外新闻传播历史的简要回顾 569 一 我国对外新闻传播事业发展情况考察 569
二 我国广电和网络传媒的对外传播历史 57l 三 关于我国现当代对外新闻传播的三个结论 574 第二节 “入世”后加大对外新闻传播力度的障碍分析 575 一 “入世”后我国对外新闻传播工作面临严峻挑战 575 二 在加大对外新闻传播力度方面所存在的障碍 576 三 跨文化新闻传播的障碍和障碍的排除 58l 第三节 未来我国对外新闻传播的发展战略 584 一 在认识对外新闻传播重要性基础上准确定位 584
二 完善对外新闻传播工作的领导和协调机制 586 三 打破国际上的文化霸权和“妖魔化中国”的企图 587 四 改变分散局面以建立统一的对外新闻传播体系 588
五 积极利用海外华文传媒力量进行对外新闻传播 591 后记 595 补记 598

第一图书网, tushu007.com

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