

<<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

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 “人世”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 |
| 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 | 三 X人民广播电台近年来的主要业绩 |
| 300 | 第三节 X人民广播电台新一轮改革方略 | 302 | 对X人民广播电台问题症结的思考 |
| 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 |
| 316 | 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 |
| 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 | |

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>