

<<中国传媒制度绩效研究>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒制度绩效研究>>

13位ISBN编号：9787806526170

10位ISBN编号：780652617X

出版时间：2007-5

出版时间：南方日报出版社

作者：丁和根

页数：231

字数：300000

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>

<<中国传媒制度绩效研究>>

内容概要

传媒业不仅是党领导下的重要的思想舆论工作部门，它还是在社会生产中占有很大份额的支柱产业。推进以法制化、民主化为重要内容的政治文明建设，同样呼唤着中国传媒体制的改革与创新。本书立意高，视野广，思考深，从中央对于文化体制改革战略目标出发，扫描了国内报刊、出版、广电和网络主要媒体以及海外五国传媒体制及其衍变，探索和设计了中国传媒体制改革最佳方案。本书是一部在中国传媒体制改革中涌现的，又将有益于传媒体制改革推进的理论与实践相集合的成功之作。

本书以中央文化体制改革的指导方针为标尺，观察中国正在全面展开的传媒体制改革的生动实践，以中国传媒体制改革的丰富经验和海外五国传媒体制的广阔图景印证中国文化体制改革的目标设计与现实期待。

本书在研究过程中碰到的最大难题就是制度评价的非直接性和不确定性。为此，本书结合中国传媒业和传媒制度的特殊性，从制度绩效评价的角度切入。提出了社会绩效与经济绩效评价相结合、主观性评价与客观性评价相结合的基本思路，构建了中国传媒制度综合绩效的评价系统，并论证了提升中国传媒制度绩效的主要路径。

<<中国传媒制度绩效研究>>

作者简介

丁和根，1964年生，江苏东台人。

1999年毕业于南京大学中文系，获文学博士学位。

2002年至2004年，在复旦大学新闻学院从事博士后研究并以优异成绩出站。

2006年，当选为教育部新世纪优秀人才。

现任南京大学新闻传播学院副教授、南京大学国际传媒研究所副所长。

近年来，在《新闻

<<中国传媒制度绩效研究>>

书籍目录

总序 为传媒体制改革提供理论支持
导言 为什么要重视传媒制度研究
第一章 新中国传媒制度的建立及变迁
第一节 新中国传媒制度的渊源
一、马克思主义经典作家的新闻思想
二、抗战根据地和解放区的新闻实践
三、苏联的新闻体制模式
第二节 新中国传媒制度的确立
一、正式规则
二、实施系统
第三节 改革开放以来的传媒制度变迁
一、新闻传播法制建设的展开
二、新闻事业的重新定位
三、传媒财经制度的改革
四、媒介结构布局的调整
五、传媒业管理模式的重建
六、媒介产业化经营的开始
七、媒介所有制形式的新探索
八、文化体制改革的正式启动
第四节 对传媒制度变迁的几点反思
第二章 传媒制度绩效评价的思路与方法
第一节 有关制度绩效研究之回顾
第二节 传媒制度绩效：一般性与特殊性
第三节 两种评价思路：主观型与客观型
一、主观型评价思路
二、客观型评价思路
第四节 传媒制度绩效的评价方法
一、问卷调查评分法
二、标准化综合评分法
三、主成分综合评价法
第三章 中国传媒制度的社会绩效评价
第一节 传媒制度社会绩效评价模型
第二节 传媒制度利益主体认同指数
一、分析框架
二、指标说明
第三节 传媒社会责任表现指数
一、分析框架
二、指标说明
第四节 传媒制度社会绩效基础指数
一、分析框架
二、指标说明
第四章 中国传媒制度的经济绩效评价
第五章 媒体社会责任意识的增强——提高传媒制度绩效的路径之一
第六章 媒体核心竞争力的塑造——提高传媒制度绩效的路径之二
第七章 传媒业结构布局的调整提高传媒制度绩效的路径之三
第八章 传媒业宏观管理体制的改革——提高传媒制度绩效的路径之四
参考文献
后记

<<中国传媒制度绩效研究>>

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>