

<<中国传媒生态研究>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒生态研究>>

13位ISBN编号：9787807303312

10位ISBN编号：780730331X

出版时间：2008-12

出版时间：学林出版社

作者：王国珍

页数：252

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>

## &lt;&lt;中国传媒生态研究&gt;&gt;

## 内容概要

《中国传媒生态研究》借助传媒生态理论的学术视角,本研究在分析我国入世承诺和传媒生存环境的基础上,着重探讨了我国传媒市场主体和市场竞争两大问题,并以此为切入点对我国传媒市场生态作了现状分析、问题探究和对策思考。

在入世承诺方面,《中国传媒生态研究》较为全面地梳理了我国入世时与传媒相关的承诺,深入分析了我国的入世身份、权利和义务的平衡分歧等问题。

我国是以“发展中国家身份”入世的,可享受一些优惠待遇,而承担相对较少的义务。

“发展中国家身份”就成为我国入世时争取到的权利和义务平衡支点。

但随着我国经济实力的增强,我国将被要求接纳WTO较为完整的权利与义务框架,而这才是权利与义务平衡的真正支点。

WTO所倡导的市场开放和公平竞争等原则,将为我国未来发展提供一个外来的参照。

就我国传媒业而言,虽然入世承诺十分有限,但开放趋势还是端倪可见。

鉴于传媒的意识形态属性,我国传媒市场的进一步开放需要考虑国情因素,但过多的媒体保护显然不利于传媒业的活力激发。

在传媒生存环境方面,《中国传媒生态研究》主要分析了入世后我国政治和经济环境的变化,以及传媒与政府、市场关系模式的相应变化。

WTO要求其成员能够充分尊重国际规则,尊重市场机制,尊重贸易自由,这推动了我国入世后相应改革措施的出台。

显然,在我国传媒对政治的从属关系中,需要引入一个健全的法律体系,赋予传媒相对独立地位。

传媒与政府关系的调适,是传媒与市场关系达致和谐的保障。

在传媒市场主体方面,分析了我国传媒市场主体的渐进式培育过程,探究了我国传媒市场主体内涵的缺失问题。

从市场经济角度看,作为市场主体的企业或个人,需要具备三大内涵:产权独立、拥有自主决策权和追求自身经济效益最大化,其中产权独立是核心内涵。

产权具有一个本质特征:排他性。

而我国传媒的国有产权却具有“共享性”特征,是一种虚置产权,容易导致委托—代理问题。

只有赋予传媒真正意义上的市场主体内涵,我国传媒才能激发出进一步的生机和活力。

在传媒市场竞争方面,《中国传媒生态研究》探讨了我国传媒市场的竞争态势。

市场经济本质上是竞争经济。

在市场竞争中,拥有独立产权的市场主体,会努力进取,以避免产权转移到其他竞争者手中。

其中市场准入的自由度,是衡量竞争公平性的重要因素。

因为即使是高度垄断的行业,只要市场准入之门不被关闭,潜在争胜者的竞争可能,会促使市场垄断者想方设法提高效率。

而我国传媒市场,呈现一种垄断竞争态势,市场准入控制也十分严格。

从市场经济角度看,我国传媒市场竞争机制还有待健全:一方面,政府应减少对市场的干预,为市场竞争提供法律保障;另一方面,传媒不应通过政治庇护获得竞争优势,而应更多地引入WTO公平竞争理念。

入世之路,我国走了漫漫15年。

“入市”(争取WTO其他成员承认我国的市场经济地位),我国还要走多久呢?这无疑取决于我国破除深层障碍的改革决心。

我国的传媒改革,已落后于其他行业的改革进程。

鉴此,以一定的学术勇气和理性,就传媒市场相关问题进行深刻独到的剖析,就显示出重要的理论价值和实际意义。

## <<中国传媒生态研究>>

### 书籍目录

序一序二绪论一、研究问题的提出二、文献综述三、主要研究内容和研究架构四、主要研究方法五、选题意义第一章 入世承诺：权利与义务的平衡一、WTO基本原则二、以发展中国家身份加入三、服务贸易领域与传媒相关的承诺四、货物贸易领域与传媒相关的承诺五、权利与义务的平衡六、小结第二章 传媒生存环境变化的政治经济分析一、政治环境的变化：“权力型”向“规则型”的转变二、经济环境的变化：“入市”和“毕业”的考验三、传媒与政府、市场三者关系模式的变化四、众多环境变数与传媒变迁的关联度五、小结第三章 传媒市场主体的培育及其内涵一、“市场主体”概念的经济制度含义二、计划经济下传媒市场主体地位的缺失三、我国传媒市场主体的渐进式培育四、国有传媒的阿基里斯之踵：委托—代理问题五、对传媒市场主体内涵的重新审视六、小结第四章 传媒市场的竞争态势一、市场竞争的有益性二、传媒业曾经的非竞争性环境三、对传媒市场竞争的认同四、传媒竞争意识的强化五、对WTO公平竞争理念的接受六、传媒市场竞争的诸多制约因素七、小结第五章 结语一、本研究的主要观点二、传播生态理论的启示启示之一：传媒的生命性启示之二：传媒的独立性启示之三：传媒的依存性三、本研究的主要价值主要参考文献后记

<<中国传媒生态研究>>

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>