

<<美国传媒体制>>

图书基本信息

书名：<<美国传媒体制>>

13位ISBN编号：9787806525449

10位ISBN编号：7806525440

出版时间：2007-1

出版时间：南方日报出版社

作者：辜晓进

页数：339

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>

<<美国传媒体制>>

内容概要

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。

本书以对美国传媒体制的深刻剖析和对中央关于文化体制改革文件精神的全领会见长。

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结合的成功之作。

<<美国传媒体制>>

作者简介

辜晓进，1956年生于南京，中国人民大学新闻学院研究生毕业，法学硕士，高级编辑。从事报纸编辑工作20余年，现任深圳报业集团总编助理，高级研究员。迄今发表各类作品逾300万字，其中20多篇分别获中国国际新闻奖、中国时事报道奖、全国科技新闻优秀论文奖、首届全国现实题材科学文艺奖等奖项。1998年获广东新闻最高奖“金枪奖”。现为中国科普作家协会会员，中国科技新闻学会理事，北京大学新闻与传播学院研究生导师。

书籍目录

总序 为传媒体制改革提供理论支持绪论 美国新闻传媒的形成与发展第一节 报纸由党派化走向大众化一、报纸诞生与政府无关二、政党报纸水火难容三、五十年实现大众化第二节 广播电台十年成大器一、新闻广播来势汹涌二、报纸广播互成冤家三、广播普及大势所趋第三节 新闻电视后来居上一、漫漫电视技术之路二、彩色电视因战争而迟到三、有线电视卫星电视接踵而来第一章 新闻自由与政府控制第一节 禁锢自由的黑暗时期一、报纸上街政府惧怕二、突破第一个禁区三、新闻自由第一案四、以印花税压制报业第二节 早期政府与新闻界的关系一、《独立宣言》包含的自由思想二、宪法《第一修正案》艰难诞生三、报刊的“混乱”与政府打压四、开明总统的宽容与矛盾第三节 非常时期的新闻管制一、南北战争期间温和的新闻检查二、第一次世界大战与新闻控制三、第二次世界大战与战时新闻局四、冷战对言论自由的影响五、越战、海湾战争及“9·11”事件影响深远第四节 官方新闻机构的建立与运作一、新闻署的建立与演变二、对外广播不忌“宣传”第五节 政府与新闻界的博弈一、全国大报与地方官的较量二、五角大楼文件与司法部禁令三、水门事件与媒体正义四、保护新闻来源与“藐视法庭”第二章 当前媒体的法律环境第一节 《信息自由法》与新闻采集权一、《信息自由法》的诞生及演变二、《信息自由法》的应用三、有关《信息自由法》的媒体诉讼四、公开会议内容的“阳光法案”第二节 反诽谤法与新闻媒体一、诽谤的司法解释二、《第一修正案》对正当批评的保护三、媒体批评公众人物的特权四、与广播电视和互联网相关的诽谤五、撤销报道与诽谤案的善后第三节 隐私权法与新闻媒体一、隐私权法的保护范围二、媒体自我防护与联邦《隐私权法》三、隐私权法与互联网第四节 媒体广告的法律限制一、媒体刊登广告的自由二、《第一修正案》对广告有限保护三、《拉纳姆法》与虚假广告四、全国广告管理五、地方管理及刊登者责任第三章 报业组织与管理第一节 所有权及市场进出一、市场的准入与准出二、报纸的所有权类型三、企业兼并与报业集团化四、报纸保护与JOA第二节 数量与产业布局一、报纸种类与数量二、市场分布与转变三、星期天刊的市场占有四、十大报业集团简介第三节 报业组织结构与编辑管理一、日报组织结构二、集团组织结构三、“两分开”原则四、报纸编辑管理第四节 赢利模式与经营管理一、报业赢利模式二、报业发行管理三、报业广告管理四、成本构成与税收优惠第四章 广播电视组织与管理第一节 广播电台产业一、广播电台种类二、广播节目类型三、广播电台的集约化趋势四、电台组织结构与赢利模式第一节 电视产业一、电视台的所有权及种类二、主要节目类型及来源三、电视台的组织结构及日常管理四、电视赢利模式及广告经营第三节 对广播电视的宏观控制一、两部大法把握产业方向二、一个机构形成执法体系三、五大方面决定广播内容四、七大阵营影响电视运作第四节 广电产业管理规则一、所有权规则二、许可证规则三、应急规则四、节目控制规则五、广告控制规则六、FCC处罚规则第五节 有线电视管理一、地方授权经营二、收费规则多次改变三、“必须传送”与“同意转播”第五章 期刊与网络管理第一节 美国期刊之稳定发展一、期刊发展简史二、专业化与多样化趋势三、美国期刊主要类型四、期刊的组织结构与成本构成五、主要期刊公司简介第二节 互联网成时代新宠一、互联网现状二、与传统媒体融合三、政府对互联网的管理第六章 报刊发行量稽核制度与媒体自律第一节 报刊发行量稽核制度一、公平需求催生审计组织二、ABC组织结构及经费来源三、会员资格及权利义务四、有价定义及发行量申报标准五、《发行人陈述》与审计要求六、发行促销规则七、违规处罚第二节 媒体新闻自律一、美国报纸主编协会与《新闻规则》二、职业新闻工作者协会与《道德守则》三、广播电视道德准则四、新闻单位的自我约束附录 美国信息自由法

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>