

# 《传媒公共性与市场》

## 图书基本信息

书名：《传媒公共性与市场》

13位ISBN编号：9787567525844

出版时间：2015-1

作者：冯建三

页数：244

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《传媒公共性与市场》

## 内容概要

“大众传媒”作为一种特殊的商品形态，其公共性与市场性从诞生那一天起就引起广泛争议，作为大众传媒形态，它承载着一定的文化教育功能，而作为一种特殊商品，又兼具逐利的本质。本书分为两部分，上篇为通论，主要讨论传媒的公共性与市场的复杂关系。下篇为个案，作者借鉴了大量西方传播学者的研究成果并结合欧美、韩国等各个国家和地区的传媒实际运行情况，进行深度解剖，这部分对中国传媒界有很好的参考价值。本书文献丰富、观点独到、视野开阔，作者冯建三教授为未来中国公共媒体的建设提出了自己的建议。

# 《传媒公共性与市场》

## 作者简介

作者冯建三，台湾政治大学新闻系学士与硕士，英国莱斯特大学传播学博士，现任台湾政治大学新闻系教授，台湾社会研究季刊、媒体改造学社与台湾媒体观察基金会成员。在传播政治经济学、中国与西欧传媒研究、市场社会主义与传播媒体、传播科技研究等领域颇有建树。著有《广电资本运动的政治经济学》等六本学术专著，合作翻译作品十八本，发表学术论文数十篇，撰写有关传媒的报章杂志评论数百篇。

# 《传媒公共性与市场》

## 书籍目录

前言

通论

第一章 传播：自由使用、平等分享、不论疆界

第二章 传播：西方马克思主义的盲点（史麦塞）

第三章 关于西方马克思主义的盲点（默多克）

第四章 传播、文化与劳动

第五章 反公共政策：科斯的传媒论述

第六章 公共广播电视的钱、人与问责

案例

第七章 论欧洲联盟的《电视无疆界指令》

第八章 公共性的诡谲：公共电视的产权争议

第九章 公共广电、市场竞争与效率：关于BBC前途的论述

第十章 开或关，这是个问题：评价关电视机运动

参考文献

后记

# 《传媒公共性与市场》

## 精彩短评

- 1、《传播：西方马克思主义的盲点》。还会再读。
- 2、论文集式的著作，但角度新颖，尤其是对把传媒一直作为意识形态这一盲点的反思。有启发。
- 3、这套书不错，马之还需细读
- 4、通论部分挺有意思的，接触到一些新的知识。

# 《传媒公共性与市场》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)