

<<市场新闻业>>

图书基本信息

书名：<<市场新闻业>>

13位ISBN编号：9787501167777

10位ISBN编号：750116777X

出版时间：2004-1

出版时间：新华出版社

作者：[美]麦克马纳斯

页数：339

字数：260000

译者：张磊

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>

<<市场新闻业>>

内容概要

本书对地方电视新闻的剖析入木三分，令人坐不安席。

约翰·麦克马纳斯熟练地将社会理论与实证的调查研究结合在了一起。

如今，媒体承受着压力，要争取受众以扩大利润，那么，专业新闻主义的社会精神特质将置身何地？每一个关心这个问题的人，都应该读一下这本著作。

本书发人深思。

它有着严谨的研究框架，对市场力量和新闻价值的关系进行了深入考察。

对于这个公众广泛关注的问题来说，本书的确意义重大。

约翰·麦克马纳斯做了一件标志性的工作。

市场驱动的新闻业如何运作？

它对美国的新闻受众又会产生什么影响？

麦克马纳斯将这两个问题结合在一起，他的结论令人如芒刺在背，却无疑是正确的。

这本著作是一个完整的研究成果，对于每一个广播电视新闻工作者以及每一个有志于此的人来说，本书都不可不读。

<<市场新闻业>>

作者简介

约翰·H·麦克马纳斯：圣十字学院文学士，密歇根大学艺术学硕士，斯坦福大学哲学博士。
圣塔克拉拉大学传播系副教授。

曾是报纸记者。

主要研究领域为新闻媒介的社会责任。

文章散见《传播研究》、《新闻学季刊》、《大众传播评论》、《哥伦比亚新闻评论》。

<<市场新闻业>>

书籍目录

总序 导读：新闻业的市场转型及其社会效应 致谢 导论 第一章 市场驱动新闻业的兴起 一种白痴文化？
风险何在？
市场理论与新闻业 寻找分析点 分析地方电视台新闻第二章 重新思考新闻的本质 个案研究：重构事件真相？
商业化新闻生产的模式 介绍各股力量 主要的关系 谁掌握最大权力？
该模式的应用 结论第三章 新闻生产的环境因素 一个假想的实验 从假想回到现实 主要来自文化方面的影响 主要来自科技方面的影响 主要来自法律/法规方面的影响第四章 寻找商业化新闻生产的逻辑 个案研究：出了什么事？
市场逻辑和公共商品 新闻生产中的其他交易 市场外的力量 模式的应用第五章 为市场服务与公众服务是否冲突？
新闻生产的市场理论 市场理论和新闻理论何时一致 市场理论和新闻理论何时冲突 妥协可行吗？
结论第六章 新闻生产的第一个环节：发现 第七章 新闻生产的第二个环境：选择 第八章 新闻生产的第三个环节：报道 第九章 新闻工作者如是说 第十章 市场新闻业的社会效应 第十一章 未来往何处去？
附录A 测量新闻节目的“营养价值” 附录B 测量报纸的“营养价值” 附录C 关于效度和概括度的话题

<<市场新闻业>>

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>