

<<媒体垄断>>

图书基本信息

书名：<<媒体垄断>>

13位ISBN编号：9787543456204

10位ISBN编号：7543456206

出版时间：2004-1

出版时间：河北教育出版社

作者：贝戈蒂克安

页数：256

译者：吴靖

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>

<<媒体垄断>>

内容概要

20世纪中叶以来，西方媒体在经济体制、经济能力，以及与其他产业之间的关系发生了翻天覆地的变化，这种变化从根本上动摇了大众传媒传统的社会文化身份。

作者以自己多年的从业经验和专门的研究所得对美国媒体的垄断进程做出了准确的预言，并对现代传媒作为“独立的声音”的日益缺失，以及完整的社会图景如何被主流媒体有意识地遮蔽作了警示性的批评和剖析。

目前，国内的传媒业正处于快速扩张时期，在跨媒体联合、大集团组建的过程中，面临着如何进行成功合并，如何科学管理运营，如何获利，如何避免垄断造成的负面影响等等问题，书中精彩的案例和详实的数据，从理论和实践两方面为之提供了有益的借鉴。

<<媒体垄断>>

作者简介

本·H·贝戈蒂克安,一名曾获普利策奖的美国记者,加州大学伯克利分校新闻研究生院的名誉院长。

他的其他著作包括:《双重视域:对于我的传统、生活和职业的反思》(Double Vision:Reflections on My Heritage, Life, and Profession)。

<<媒体垄断>>

书籍目录

致谢第六版前言第一版前言导言第一部 私有的信息部 第一章 无尽的链条 第二章 公共信息成了工业副产品 第三章 “他们什么时候才能明白？” 第四章 从神话到神学 第五章 “亲爱的总统先生……” 第二部 免费广告的高额成本 第六章 只有富人才算数 第七章 垄断 第八章 免费午餐的高额成本 第九章 布兰德雷思医生去过哈佛 第十章 民主与媒体 第三部 没有大众的大众传媒 第十一章 没有大众的大众传媒 第十二章 日境的鸿沟 第十三章 媒体需要节制 后记 译后记

<<媒体垄断>>

媒体关注与评论

《媒体垄断》第一版于1983年出版时，评论家们贝戈蒂克安的话“耸人听闻”。从那时起，控制美国大多数报纸、杂志、广播、电视、书籍、电影的公司数从50家减到10家再到6家。第六版新增有关互联网和巨头的预言，详细描述了世纪进入21世纪之际的媒体状况，并且对新媒体的社会意义做了全新的评价。

一本有史以来对新闻媒体提出最重要批评的家。

——《圣彼得堡时报》凯瑟林·富顿 一本令人不安，但让人信服的书。

——《旧金山书评》凡顿·约翰逊 这本书剥去了大众传媒的华丽外衣。

这本书令人震惊，使人警醒，发人深思，催人行动。

我愿将它推荐给生活在住处传播时代的每一位读者。

——北京大学新闻与传播学院 龚文庠 本书利用较为丰富的资料分析了当代以美国为代表的西方社会愈演愈烈的媒体垄断现象：大型公司以兼并、收购、合并等手段直接控制越来越多的媒体公司，或以投放广告施加影响于更加大量的媒体公司，从而控制公众信息、公众舆论，并大量炮制“冲破一个又一个公共道德和价值底线”的大众娱乐制品。

作者对于西方媒体垄断现象及其危害的剖析具有相当说服力。

由于本书为西方学者所著，对我国文化界、舆论界来说，在理解“西方舆论自由问题”上，会更具有客观借鉴意义。

——中国期刊协会会长 张伯海 这是一部具有开创意义的著作，描述了美国主要传播媒介所发生的历史性的变化：它们离俱的需求越来越远，离公司的利益却越来越近。

——《基督教科学箴言报》布鲁斯·曼纽尔

<<媒体垄断>>

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>