

新媒体垄断



[新媒体垄断_下载链接1](#)

著者:巴格迪基安

出版者:

出版时间:2013-1

装帧:

isbn:9787302311379

《新媒体垄断》作为21世纪具有重要影响的媒体书，自从1983年出版第一个版本后，

历经六个版本的更新提炼。作者分析了五个巨型媒体集团——时代华纳、迪斯尼、新闻集团、贝塔斯曼和维亚康姆公司（原CBS），试图揭示媒体通过快速聚集，从而制造政治价值和社会价值的真相。

作者介绍:

目录:

[新媒体垄断_下载链接1](#)

标签

新媒体

新闻传播

传播学

传媒

社会科学

工具书

美国

商业

评论

又一次温顾了一下五大传媒集团

商业利益与新闻理想水火不容哟

新媒体部分实在太少

感觉被简介误导了，原来不止是说那五大媒体集团，而是媒体对社会，政治商业对媒体的影响

放假的时候，ZZY的事件成了微博热门话题，围观了Facebook里的网络战役，真相掺杂虚假往往难以理清，网络里的很多严肃话题被禁止演绎，个人的悲惨遭遇大肆渲染，却对公众利益一笔带过，想做一个可以明辨是非的大人，想了解事实真相。

有些被书名误导，“新媒体”并不是想象中的新媒体，而是新的媒体组织、大的媒介集团对话语权的垄断、自身利益的维护、政治经济生活的操纵。难得看到一个美国人把美国的媒体生态如此不留情面的批评。译后记里提到，作者“激愤于胸，疾书于纸”，情绪来的更猛烈，更激进，若有原版，倒是有兴趣来看看~

挺好的，翻译得也挺好

2019.11.06.

断错了句..

媒介集团巨大的话语权，一方面受制于广告商、股东和股票市场，因此屈服于金钱的力量，对政治家和政府施加压力，促使其出台符合资本集团以及自己的利益的法规；另一方面，主流媒体被政府利用，牺牲了真相。公众从言论市场获取的信息越来越片面，社会多样性收到破坏。另外，本书还谈及了媒介集团垄断对

作业

这本书把美国的媒介批评得很惨，还掺杂了很多媒介发展成这样的原因——政府，企业，以及媒体自身的发展方式。媒介的垄断确实让事实得不到公开公平的报道，公民只能这样的大众媒体中获取信息，无可避免地违背了媒体的原则。难得的是作者还是一个美国人。一本非常涨姿势的书！

[新媒体垄断 下载链接1](#)

书评

[新媒体垄断 下载链接1](#)