

# 传媒公共性与市场



[传媒公共性与市场\\_下载链接1](#)

著者:冯建三

出版者:华东师范大学出版社·六点分社

出版时间:2015-1

装帧:平装

isbn:9787567525849

“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。

作者介绍:

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。

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  
· · · · · (收起)

[传媒公共性与市场\\_下载链接1](#)

标签

传播学

冯建三

传媒

传播

学术

港台学者

批判传播学

P.E

## 评论

这套书不错，马之还需细读

---

《传播：西方马克思主义的盲点》。还会再读。

---

个别词汇很生涩。但依旧是不同视角的新发现。

---

《传播:马克思主义的盲点》醍醐灌顶！！！（只读了理论篇）

---

通论部分挺有意思的，接触到一些新的知识。

---

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。

---

个人觉得最好的部分在于同赵月枝的对话。这本书里面吕新雨用了很多她之前的《书写与遮蔽》里面的文章，买了书以后有点略有不值的感觉。

-----  
[传媒公共性与市场 下载链接1](#)

书评

-----  
[传媒公共性与市场 下载链接1](#)