

<<转型时期的大众传媒>>

图书基本信息

书名：<<转型时期的大众传媒>>

13位ISBN编号：9787504363183

10位ISBN编号：7504363189

出版时间：2010-12

出版时间：中国广播电视出版社

作者：唐远清 编

页数：389

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>

<<转型时期的大众传媒>>

内容概要

本书是由中国传媒大学电视与新闻学院、中国人民大学新闻与社会发展研究中心、莫斯科大学新闻系共同主办，由中国传媒大学电视与新闻学院承办的第六届中俄大众传媒发展学术研讨会的论文集。

为反映参会论文的全貌，我们收入了所有58篇参会论文的全文或摘要；论文编排次序基本上沿用会议分组讨论的发言顺序。

部分稿件在论文集定稿前作了修改。

由于论文集容量限制，除大会主题报告均全文收入外，我们对一些字数较多的论文进行了删减；同时，在本书定稿前、已公开发表的十余篇论文不再收入全文，但收入论文摘要以表明是本次会议的入选论文，并注明其发表刊物以便读者查阅。

<<转型时期的大众传媒>>

书籍目录

序

转型时期，大众传媒将面临转型——第六届中俄大众传媒发展学术研讨会综述

第一部分 大会主题报告

新闻业与21世纪的挑战

论社会转型与媒体责任

审视传媒转型中的中国新闻业——读《重建美国新闻业》的启示

俄罗斯大众传媒：范式?换

权力衍续与媒介寻租——中国与俄罗斯的比较制度分析

第二部分 转型时期及金融危机背景下的中俄大众传媒 作为歪曲信息之源的俄罗斯传媒 普京治下俄罗斯

国家与媒体关系探析 中俄转型与中俄大众传媒转型 对《纽约时报》乌克兰“橙色革命”

报道的框架分析 俄气传媒与上海文广市场化运作初期战略的比较分析 国家与社会的角力：转型时期

的俄罗斯公民新闻 试论“普京时代”俄罗斯电视管理体制 经济危机对于作为公共关系发展

因素的大众传媒的影响 从金砖四国传媒市场10年变化看文化政策走向 后金融危机时期我国传媒业发

展对策研究 金融危机背景下中国报业生存和发展的路径选择 第三部分 社会转型与大众传媒 现代条件

下大众传媒提高广告有效性的新方法 马克思人民报刊思想发生过“两个转变”吗? 传媒对

于事实的判断要有基本的法治和政策意识 论改革开放以来我国新闻报道的嬗变 当代中国灾难新闻报?

模式的演变 知识话语、知识型读者与新主流媒体 大众传媒与公民社会转型

……

第四部分 媒介融合背景下的大众传媒

第五部分 转型时期的传媒公信力

<<转型时期的大众传媒>>

章节摘录

现代经济学的公共选择理论认为，租金是指由于缺乏供给弹性的差价收入。但是，这种供给弹性不是某种生产要素自然性质或产权关系所产生的，而是由于政府干预和行政管理抑制了竞争，扩大了供求差额，从而形成了差价收入。

所谓“寻租”（rentseeking），戈登·图洛克给出的经典定义是“利用资源通过政治过程获得特权从而构成对他人利益的损害大于租金获得者收益的行为。”

“寻租”的概念不仅为解释腐败提供了一种科学化的思路，并且包含了一种关于政府与市场关系的认识。

如果政府活动极大地超出了保护性的国家所限定的范围，并且在政府干预市场调整的过程中，租金耗散的趋势受到阻碍，那么，租金（超过资源所有者的机会成本的报酬）就会存在，寻租活动就不可避免。

正如布坎南所言：“寻租活动是与政府在经济中的活动范围大小直接联系在一起的，是与公共部门的相对规模直接相关的”。

传播研究者将“寻租”的概念应用到媒介领域，是由于现代媒体作为一种具有巨大社会影响力的公共舆论机构，特别是在某些转型国家中，媒介机构与政府权力有着混沌不清的联系，因此媒体也可能运用自身的影响力作为一种筹码来谋取不正当的利益，即通过“制造‘注意力’”，导致媒体寻租的机会。

”例如，为谋取特殊好处而发布偏向某一社会集团利益的言论，发布虚假信息或者软性广告信息，收受贿赂或进行信息讹诈而放弃媒体的公共监督职能，等等。

<<转型时期的大众传媒>>

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>