

<<欧美公共广播电视危机与变迁研究>>

图书基本信息

书名：<<欧美公共广播电视危机与变迁研究>>

13位ISBN编号：9787811272192

10位ISBN编号：7811272199

出版时间：2009-1

出版时间：中国传媒大学

作者：李娜

页数：192

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>

前言

中国的广播电视应该如何定位？

国外公共广播电视有无可借鉴性？

这些问题是近年来不少学者、专家感到困惑的地方。

为此，当本书作者李娜在2003年提出要研究公共广播电视的时候，我就非常支持甚至很是期待。

虽然我不是这方面的专家，但是一直非常关注这个话题，希望她通过对欧美公共广播电视制度的研究，能够对我国的广播电视改革提出一些有启示性的建议。

经过几年的不懈努力，她终于完成了这本书，我很高兴应邀为她的这部处女作写几句话。

欧美公共广播电视制度作为一种西方传播制度，其背后蕴藏着丰富的政治、经济和人文观念，自从80多年前在英国问世以来，深受各国政界、学界和公众的关注。

与私营商业电视体制相比，公共广播电视制度具有抵御不良政治和商业势力侵蚀、维护公民社会和公共领域的制度特点。

本书以市场化背景下欧美公共广播电视的危机与变迁为切入点，系统地分析了公共广播电视与政治、经济权力的互动关系，具有明显的创新性。

首先，本书以一种严谨的科学态度和理性的批判精神，对欧美公共广播电视的历史与现实进行了富有跨度的研究。

具体表现在：对欧美公共广播电视制度的价值与特点做出了比较全面的概念性描述；综合运用马克思主义的传播政治经济学、公共领域理论和新制度经济学理论，解构和建构欧美公共广播电视的危机实质与变迁路径；提出了公共广播电视与国家、市场和社会的重构关系，公共广播电视与社会资本的增值关系；对欧美公共广播电视制度的形成与演变，尤其是其与公共领域的关系提出了创新性的见解。

<<欧美公共广播电视危机与变迁研究>>

内容概要

公共广播电视制度自80多年前在英国问世以来，深受各国政界、学界和公众的关注。与私营商业广播电视相比，公共广播电视具有抵御不良政治和商业势为侵蚀、维护公民社会和公共领域的制度特点。

本书以市场化背景下欧美公共广播电视的危机与变迁为研究命题，揭示了传播制度背后的政治经济思潮和权力影响，探索了公共广播电视与国家、市场和公民社会之间的互动关系，具有明显的创新性。

<<欧美公共广播电视危机与变迁研究>>

作者简介

李娜，毕业于中国传媒大学，文学博士（传播学专业），瑞典斯德哥尔摩大学访问学者。曾在省级电视台从业十载，现在中国传媒大学与新闻学院从事科研教学工作。
主要研究领域：传播制度、传播政治经济学、文化研究等。

书籍目录

绪论 第一节 研究的缘起与问题 第二节 研究对象与概念 一、研究对象和基本概念 二、研究对象的外延 第三节 研究现状及成果 一、以引介为主的国内公共广播电视研究 二、批判的传播学取向的欧美公共广播电视研究 第四节 研究方法与实施 一、思辨分析为主的文献研究方法 二、访谈与调查为主的实证研究方法

第1章 理论资源及分析框架 第一节 传统传播学理论的运用 一、大众传播的意义构成和政治功能 二、媒介规范理论：从自由主义理论到社会责任理论 第二节 传播政治经济学理论：一种解构的思想 一、批判学派的典范——传播政治经济学理论 二、传播政治经济学的研究路径 三、传播政治经济学对欧洲媒介研究的影响 第三节 公共领域理论：一种建构的思想 一、公共领域理论与公共广播电视制度 二、公共领域理论的发展 第四节 新制度经济学理论的启示 一、新制度经济学理论 二、新制度经济学分析方法在本研究中的运用

第2章 公共广播电视产生的历史背景与制度特点 第一节 公共广播电视制度产生的历史渊源 一、政治思想渊源：欧洲自由民主的传统 二、公共服务的理念：里思的精英主义思想 第二节 社会文化价值与公共利益原则 一、公共广播电视的社会文化价值 二、公共广播电视的公共利益原则 第三节 公共广播电视的制度特点 一、相对独立的公共法人资格 二、相对稳定的公共财政来源 第四节 公共广播电视的历史与使命 一、英国广播公司：一个成功的“神话” 二、德国公共广播电视：结束极权主义的耻辱 三、加拿大公共广播电视：塑造民族文化认同为己任

第3章 公共广播电视与国家利益的同构及制度困境 第一节 公共广播电视与国家利益的同构性 一、公共利益与国家利益的一致性 二、公共广播电视与国家利益的同构性 第二节 公共广播电视的制度困境第4章 媒介市场化与公共广播电视的危机

第5章 解构欧美广播电视市场化改革

第6章 市场化背景下公共广播电视的制度变迁分析

第7章 公共广播电视制度的保障机制

第8章 对中国广播电视改革的启示与借鉴

结语参考文献后记

章节摘录

第1章 理论资源及分析框架 第一节 传统传播学理论的运用 一、大众传播的意义构成和政治功能 有关大众传播的一个常用定义是：“大众传播由一些机构和技术所构成，专业化群体凭借这些机构和技术，通过技术手段（如报刊、广播、电影等）向为数众多、各不相同而又分布广泛的受众传播符号的内容。

” 梅尔文·L·德弗勒（DeFleur, M. L）进一步指出：“大众传播是一个过程，在这个过程中，职业传播者利用机械媒介广泛、迅速、连续不断地发出讯息，目的是使人数众多、成分复杂的受众分享传播者要表达的含义，并试图以各种方式影响他们。

” 与一般传播行为相比，大众传播的特殊意义在于：“一切传播的公众性与开放性；接近发送设施的有限性与有控性；发送者与接受者之间的非人格性；发送者与接受者之间关系的不平衡性；

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>