



【文／編譯發展中心 蘇進榮】

【圖／韋伯文化國際出版有限公司】

《媒體事務：媒體企業與公共利益》（The Business of Media: Corporate Media and the Public Interest Second Edition）一書係由本院於 100 年與韋伯文化國際出版有限公司合作翻譯發行之學術著作，並已於 102 年 4 月發行上市。本書作者為大衛·克羅托【David Croteau，退休於美國維吉尼亞州立邦聯大學（Virginia Commonwealth University）】與威廉·霍伊尼斯【William Hoynes，波士頓學院（Boston College）哲學博士，任教於紐約弗沙學院（Vassar College）】；本譯著之譯者為丘忠融先生（國立政治大學新聞研究所博士班）與葉宗顯先生（國立中山大學政治研究所碩士）。

克羅托先生之著作多專注於媒介、社會科學等領域，其《媒體/社會：產業、形象與閱聽大眾》（Media/Society: industries, images, and audiences）已被翻譯成多國語言，並為全世界各大專院校廣泛採用之教材。霍伊尼斯先生之著作《出售公共電視：媒介、市場與公領域》（Public Television for Sale: Media, the Market, and the Public Sphere），咸認為是關注公共電視、民主制度與媒體者，必讀之專書，並榮獲 1995 年哈佛大學瓊斯坦新聞、政治和公共政策中心（Joan Shorenstein Center）頒發之金匠書獎。本書兩位作者之專長皆為媒介、文化理論等領域，多年來合著多本著作，經驗社會學（Experience Sociology）為其 2013 年最新之社會學入門教材。

本書是《媒體企業：公共利益的觀點》之第二版，在進行改版的過程中，兩位作者著重在資料與實例之更新，並將最新之媒體發展現況納入分析，但仍保留原先獨特之分析取徑。本書組織架構規劃為三部分，第一部分，運用政治與經濟理論，概略地描述市場模式與公共領域模式，評估媒體企業之發展；第二部分，標示媒體產業之結構性組織與其轉變，幫助媒體企業運用新的策略，藉以減少風險、控制成本並提高利潤；第三部分，以批判性之角度分析當代的媒體，評估晚近媒體產業

之轉變，對媒介內容以及社會、政治生活產生之衝擊，並以「相關政策與公民行動主義能促使媒體回應多元民主社會中之公民需求」做為結論。

本書以廣泛之社會科學觀點，探究媒體與社會之間的互動，探討「媒體產業利潤」及「公共利益」二項目標之間的緊張關係，謹慎地介紹市場體系之基本特徵，深入淺出地探討相關概念，讀者即使為初學者亦能輕易理解，因此榮獲 2002 年「新聞與傳播教育年會」(Association for Education in Journalism and Mass Communication) 之「皮卡特優秀媒體經濟學著作獎」(Robert Picard Award)，被視為媒體管理與媒體經濟學領域中之重要著作，對於有意瞭解媒體運作系統本質之學生、教師、學者而言，本書皆為必備之典藏。