

<<传播公地的重建>>

图书基本信息

书名：<<传播公地的重建>>

13位ISBN编号：9787509731376

10位ISBN编号：7509731372

出版时间：2012-4

出版时间：社会科学文献出版社

作者：罗慧

页数：276

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>

<<传播公地的重建>>

内容概要

《传播公地的重建(西方另类媒体与传播民主化)》以传播公地和媒介圈地的历史追溯为起点，从基于国家和市场之间的社会控制的社会学存在意义，到自治传播中的主体性抗争，再到参与式传播实践中双重民主诉求的三个层面，并结合在加拿大访学期间的参与式观察和第一手访谈资料，立体化呈现了另类媒体兴起的社会背景、生存空间、权力形态、实践作为以及价值困顿这五个相互关联的理论与实践问题，避免了对西方另类媒体的一般性描述，形成了概念界定、解释场域及评价体系上的创新。

《传播公地的重建(西方另类媒体与传播民主化)》对当下中国传播研究在范式革命和中国媒体制度从市场化改革的困境中突围具有启发意义。

本书由罗慧著。

<<传播公地的重建>>

作者简介

罗慧
毕业于武汉大学新闻与传播学院，获博士学位(中加联合培养)，现执教于厦门大学新闻传播学院。
博士毕业论文被评为“湖北省2010年优秀博士学位论文”。
曾公派赴加拿大西门菲莎大学(Simon Fraser University)传播学院留学一年，并赴台湾世新大学交流访问。
研究的主要领域包括：比较新闻学、国际传播、跨文化传播、传播与民主。

<<传播公地的重建>>

书籍目录

- 第一章 传播公地的开拓：西方另类媒体研究导论
 - 第一节 西方另类媒体研究的缘起与意义
 - 第二节 西方另类媒体研究的基础与视角
 - 第三节 西方另类媒体研究的拓展与新思路
- 第二章 另类媒体兴起的历史与媒介环境
 - 第一节 在公地与圈地之间的媒介与传播
 - 第二节 民主传播赤字下的商业媒体霸权
 - 第三节 作为传播公地的另类媒体的兴起
- 第三章 另类媒体的生存空间：在国家与市场之间的社会控制
 - 第一节 社会的来源：社会学马克思主义的理论谱系
 - 第二节 社会的功能：霸权与反霸权抗争的空间平台
 - 第三节 媒体的社会控制：国家、市场与公众的博弈
- 第四章 另类媒体的权力形态：自治传播中的自主抗争
 - 第一节 自主论马克思主义：寻求非资本控制的主体抗争
 - 第二节 自治：一种超越国家和资本控制的可能性
 - 第三节 自主传播：另类媒体的自治实践
- 第五章 另类媒体的实践诉求：参与式传播中的激进民主
 - 第一节 民主、民主传播与另类媒体的双重民主诉求
 - 第二节 基于反信息霸权的内容民主
 - 第三节 基于参与式传播的空间民主
 - 第四节 基于社会运动的行动民主
- 第六章 另类媒体的价值困顿与传播公地的重建
 - 第一节 另类媒体的影响力：替代性还是点缀性？
 - 第二节 另类媒体的评价体系：跳出制度性崇拜的围墙
 - 第三节 传播公地如何重建？

参考文献

- 附录1 PTTV视频节目一览表
 - 附录2 DDTV专题节目一览表
 - 附录3 Co - op Radio节目指南
 - 附录4 Indymedia全球网络分站点
- 后记

<<传播公地的重建>>

章节摘录

霸权是指统治阶级对社会意识形态的领导和控制。

在雷蒙·威廉斯的词源学考察中，该词源于希腊文，指支配他国的领袖（leader）或统治者（ruler），直到19世纪后，才被广泛用来指称一个国家对另一个国家的宰制，且在政治支配的意涵不断扩大中时常被人用来作为“大国”、“超级强国”或“帝国主义”的替代词使用。

随后，在1926年未完成的《南方问题的一些情况》中，安东尼奥·葛兰西第一次提出“文化霸权”（culturalhegemony）的概念，并在《狱中札记》中明确把“统治”（压制）和“领导”区分开来，强调通过大众同意进行统治的方式。

在此，霸权被赋予了新的含义，用来描述社会各个阶级之间的支配关系，但这种支配或统治关系并不局限于直接的政治控制，而是试图成为更为普遍性的支配，包括特定的观看世界、人类特性及关系的方式。

在对西方资本主义社会进行细致考察后，葛兰西把资本主义社会的上层建筑分为“市民社会”和“政治社会”或国家。

市民社会由政党，工会、教会、学校、学术文化团体和各种新闻媒介构成，而政治社会或国家则是由军队、监狱等暴力机构构成。

葛兰西指出，西方资本主义社会，尤其是先进的具有较高民主程度的资本主义社会，其统治方式已不再是通过暴力，而是通过宣传，通过其在道德和精神方面的领导地位，让广大民众接受他们一系列的法律制度或世界观来达到其统治的目的，于是，霸权不仅表达统治阶级的利益，而且渗透到大众的意识之中，被从属阶级或大众接受为“一般的事实”（normalreality）或“常识”（commonsense）。

如果说，直接的政治支配与控制是一种刚性霸权，那么，葛兰西所说的文化霸权可被视为一种潜在的柔性霸权。

当刚性霸权在实施中受到抵触而无法完全实现时，柔性霸权则可在意识形态的悄然渗透中通过大众同意从而维系统治。

在此过程中，文化霸权的实现方式不是直接的、强迫式的政治控制，而是在传播过程中通过政治话语的表达、文化观念的诉求以及社会生活方式的塑形等途径设法赢得从属阶级的同意，使他们在潜移默化的不自觉状态下接受统治者的世界观。

在此过程中，大众媒介成为文化霸权实现的重要工具和场所。

鉴于此，资本主义的文化霸权需要通过塑造媒介霸权来维系意识形态向全球化渗透的空间和平台；与此同时，媒介在成为资本主义霸权推行工具的同时，其本身也成为资本主义霸权实现的载体。

究竟什么是媒介霸权（mediahegemony）？

回答这一问题需要从三个方面来考察，即媒介的被控方式、生产的基本功效及意识形态的社会表达。

在西方新闻史上的政党报刊时期，媒介霸权主要体现为政党直接掌控下的宣传机器，因此，无论从控制的主体还是控制的目的来看，那时的媒介霸权是一种刚性霸权。

于是，当大众化的私人商业报刊于19世纪初期出现时，人们认为与政党报刊相比，它是一种更民主、更能代表普通大众利益的媒介所有权方式。

但是，当商业媒体体制在历经了19世纪末20世纪初的垄断风潮以后，其柔性的文化霸权本质逐渐得以体现：一方面，它在资本逐利的逻辑下将娱乐化、暴力化、低俗化的新闻兜售给受众，并在新一轮又新一轮阅读率、收听率及收视率的调查中不断提高媒介自身的受众规模；另一方面，在传播对象上，当从原来享有精神特权的上层社会转向下层广泛的普通民众后，媒介虽然越来越平民化，但主体性仍掌控在媒介的资本所有者手中，受众只不过是被打包成商品，在自主消费新闻与娱乐的非物质性生产中被出售给广告商。

在当下新自由主义全球化的浪潮中，资本主义的文化霸权主要体现在三个层面。

首先，在政治行动上，海湾战争、阿富汗及伊拉克等战争的发动，并不是为了维护所谓的国际和平和传播西方的民主价值，而是源于经济利益上的争夺而引发的政治冲突，其中，主流商业媒体虽有与政府相悖的新闻与观点，但是，出于媒体自身的经济利益，其主流言论是对战争的支持，这无疑有助于资本主义文化霸权在国际政治秩序上的巩固和扩张。

<<传播公地的重建>>

.....

<<传播公地的重建>>

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>