

<<世界传播与文化霸权>>

图书基本信息

书名：<<世界传播与文化霸权>>

13位ISBN编号：9787801094490

10位ISBN编号：7801094492

出版时间：2005-2

出版时间：中央编译出版社

作者：（法）马特拉

页数：336

字数：318000

译者：陈卫星

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>

<<世界传播与文化霸权>>

内容概要

当今世界，从信息工业的跃进到媒介产业的发展，都足以证明传播对现代社会的渗透是一种工业化的生产方式：不断地产生信息，不断地进行信息循环，再不断地生成新的信息。从有线电波到通信卫星，从通讯社到数据库，传播网络和传播流量的国际化和增量速度不停地改变着世界。

信息传播的“国际化”或“全球化”是如何形成的？
信息传播在世界现当代历史的演进中起到了什么作用？
这就是西方著名学者阿芒·马特拉在《世界传播与文化霸权》中试图解释的问题。

作为法国著名左翼学者，阿芒·马特拉从20世纪60年代就开始走出欧洲，观察国际风云变幻后面的传播脉络。
30多年来著作累累，论题涉及到文化、政治、大众媒介和传播历史及理论。
马特拉在《世界传播与文化霸权》一书中提出了三个观点。

首先是战争对传播具有推动作用。
战争对信息传播的功能性需求，先是缩短时空距离的需要（比如，手机的前身是摩托罗拉公司在第二次世界大战期间发明的步话机；五角大楼作战指挥系统的计算机网络诞生了后来的因特网），同时战争期间对鼓舞士气的要求也促进了宣传鼓动的发展，甚至衍生出心理战这个专门学科。

其次是发展主义的神话使金融资本走向经济全球化，从而模糊了民族 - 国家的边界，最终是跨国的信息传播新网络按照经济资本和文化资本的生产和分配重新分割世界。

第三，信息文化尤其是视听文化的全球流动引发了文化身份和文化认同的危机。
在商品的标签下，跨国传媒集团用工业化方式推广的文化，成了普遍的文化消费资料，而“消费者权利”成了文化传播的动力。

马特拉着力观察和批判了传播强国的跨国媒体集团为了主宰其他民族的、地方的或群体的文化，而在强制性传播中掀起的一场全球化运动。
他认为，文化同化的恐惧和文化认同的希望自从传播工业化以后就成为了国际关系的要素，但文化同时要受社会、经济等因素的影响，因此，文化问题实际上也是一个经济问题、政治问题。
跨国媒体集团所标榜的所谓“现代化的取舍”，虽然看似重视了信息接受者的权利，但却忽视了一个更加重要的问题：真正的信息传播应该是接受者和传播者之间的互动的对话过程。
而在信息交流的不平等背后，马特拉预言了人类将面临着重重危机。

<<世界传播与文化霸权>>

作者简介

阿芒·马特拉，西方著名学者，巴黎第八大学信息传播学教授。

1936年生珩比利时，巴黎大学学博士。

长期以来从事媒介运动、文化策略和传播理论的研究和教学，著有（包括与人合作）30余本学术专著，其主要著作被译为英语第15种文字出版。

马特拉从70年代以来致力于传播国际

<<世界传播与文化霸权>>

书籍目录

马特拉的词与物（代译序）前言 传播的三个支撑点第一部 战争 第一章 技术网络的崛起 1. “黑箱”的幽灵 2. 电报先驱 3. 便士邮局 4. 电话时代 5. 大众文化的最初类型 6. 制造事件或传说的开始 7. 铁马 8. 秒表 第二章 民众的时代 1. 新的道德世界的允诺 2. 社会有机体 3. 大众反对群体 4. 人群的恐惧 5. 货币好比媒介 6. 公共服务：雅各宾主义的替代 7. 民众的表现 第三章 大社会的无形管理 1. 第一次世界大战：火的洗礼 2. 军队和媒介 3. 信息戒严 4. 复员 5. 新强国的基石 6. 经验主义社会学的源泉 7. 强奸民意 8. 福特主义的需要 9. 传播是危机的出路 10. 反对火星人综合症 第四章 意识形态的震荡 1. 电波的国际化 2. 意识形态前线的地缘政治观 3. 心理战 4. 国家安全 第五章 计谋学派第二部 进步 第六章 从进步到传播：概念的变形 第七章 “期望增长的革命” 第八章 流量的国际调节：反复相互渗透的剖析第三部 文化 第十章 经济地理的强制：全球文化的寻觅 第十一章 调解与混杂：文化的报复 第十二章 结论：谜 附录1 大事年表 附录2 国示化和传播 索引

<<世界传播与文化霸权>>

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>