

<<媒介权力论>>

图书基本信息

书名：<<媒介权力论>>

13位ISBN编号：9787543057302

10位ISBN编号：7543057301

出版时间：2011-5

出版时间：武汉出版社

作者：谢立文 著

页数：310

字数：260000

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>

<<媒介权力论>>

内容概要

大众媒介是现代社会建构的产物，体现人的目的和社会的目的是其宏大而又错综复杂的使命。能够以舆论和合法性的诠释支配事物的存废，大众媒介应该具有权力，应该在社会的权力舞台上扮演角色。

媒介权力的问题是一个主体重构和道义重构的问题。

需要有基于正义、理性、科学的体制和规则的保护，使社会成为开放而和谐的权力的舞台，每一种权力无论强弱都受到尊重都有表现的机会，而非权力的角斗场，一切弱小的权力都会被强权打倒并踩在脚下。

《媒介权力论：结构、精神、目标》在媒介权力研究上分总论和分论两个部分。

总论部分主要廓清并且评价大众媒介权力在不同的历史阶段，在体现人间正道、时代精神、利益追求以及应对整个社会权力结构关系中的复杂表现、社会影响以及一以贯之的精神；分论则主要从大众媒介权力一以贯之的精神出发，考察大众媒介权力在当前的政治、经济、社会、文化等领域应该发挥的作用。

<<媒介权力论>>

书籍目录

总论

引言

第一章 大众媒介权力研究的现状与问题

第一节 大众媒介权力定义的泛化

一 基于媒介支配事实的认知将媒介权力定义为控制

二 权力即控制的定义忽略了大众媒介的历史性和现代性

第二节 囿于表象的大众媒介权力形式

一 曝光的真相与假象

二 说服的对称与非对称

三 媒介操纵的正义与非正义

第三节 局限于传受过程的权力效果研究

一 媒介作为权力主体的效果研究

二 权力效果研究上的伦理修正

三 传受关系框架下审视媒介权力的跨国行动

第四节 在权力基础的历史变革中重新审视大众媒介权力

一 政治基础：表达和知晓的自由

二 经济基础：利润与技术

三 社会基础：共同价值观与民众的反应

第二章 回到媒介权力的历史逻辑中

第一节 媒介权力的历史生成与本质特征

一 报纸的公共性与公众的形成

二 大众媒介与批判的公众的融合

三 大众媒介的权力是政治批判的自由

第二节 媒介权力的目标及其演变

一 政治批判产生正义

二 社会批判产生和谐

三 人权干涉与文化扩张

第三节 媒介权力历史生成与目标中的乌托邦

一 媒介权力目标的启蒙主义激情

二 媒介权力激情的政治偏向

三 媒介权力从政治批判的解构向社会批判的建构转型

第三章 媒介权力的控制：异化

第一节 异化作为社会的一种控制手段和被控制状态

一 异化作为控制手段的思想渊源和现实动因

二 异化成为控制媒介权力的一种手段

第二节 控制媒介权力过程中异化的运作方式

一 社会冲突的弱化使媒介生存和人的生存广告化

二 社会正义的弱化使媒介生存和人的生存个人主义化

三 社会体制结构的强化使媒介生存和人的生存技术化

四 自由市场的神化使媒介生存和人的生存垄断化

第四章 媒介权力的控制：介入

第一节 媒介权力关系的楔孔结构

一 国家身份的变动性历史与国家意识的多元性发展

二 权力精英的频繁转换

三 媒体市场的分层化与公民社会的政治化

<<媒介权力论>>

四 公共媒体和私有媒体的博弈

五 媒介专业主义对媒介利益主义的修正

.....

总论

参考书目

后记

<<媒介权力论>>

章节摘录

源于自由主义报刊的公共批判传统，有一种看法，认为自由的媒介是政治失败和社会不稳定的一个重要因素。

譬如戈尔巴乔夫解禁后的媒介被认为是苏联解体的助推器。

事实上，以公共的批判随时向政府内腐败和错误的行为宣战，媒介权力实质上充当了纠错者的角色。

苏联的崩溃与其说是因为对媒介自由的开放，不如说是因为对媒介自由的长期禁止。

分析西方媒介权力用一种怎样的结构方式既坚持了媒介自由又维护了社会稳定，具有某种现实的意义。

人人即媒介的理想因网络等新媒体的出现正在日益地变为现实，可是媒介的权力却并没有在政治和社会的舞台上显现奇观。

万事俱备，尚欠什么样的东风？

新闻自由与媒介权力是在特定的历史时期，经由市场逻辑和启蒙逻辑这两个体系的共同作用孕生而成的。

媒介权力是一种历史的生成之物、历史的动态之物，只有回归历史的逻辑之中才能揭示媒介权力的本质特征、运行规律和现实问题。

从市场的逻辑看，大众媒介基于人性的需求和市场的需求而产生，最初是依靠发行来获取利润的。

当大众对信息的需求与政府对信息之间的控制发生冲突时，媒介为了满足大众的需求开始了争取新闻自由的行动。

此时，资本主义自由市场对新闻自由的召唤，是为了实现媒介（信息传者）的动机和满足大众（信息受者）的需求，表现出媒介和大众对权力、目的和意义的共享。

在政治上展开行动的同时，在经济上媒介也发明了广告这一赢利的新手段。

从一个方面看，报刊依靠广告的手段获得了经济上的独立，广告成为报业自由的助产士，证明媒介以市场为基础的体制具有合理性；但从另一个方面看，所谓自由报刊的助产士只不过是让报刊从一群人的宰制中自由地转移到了另一群人的支配之下而已。

.....

<<媒介权力论>>

编辑推荐

由于大众媒介是一种历史的变数之物，所以，对于大众媒介权力的研究不能耽于既有的现象与现实，而应该是在大众媒介历史的全部思考和评价中，考察其精神和命运的轨迹，及其在人类社会发展和进步中所起到的或好或坏的作用，更为重要的是要在纷纷扰扰的历史现象中廓清媒介权力的人道与义理。

<<媒介权力论>>

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>