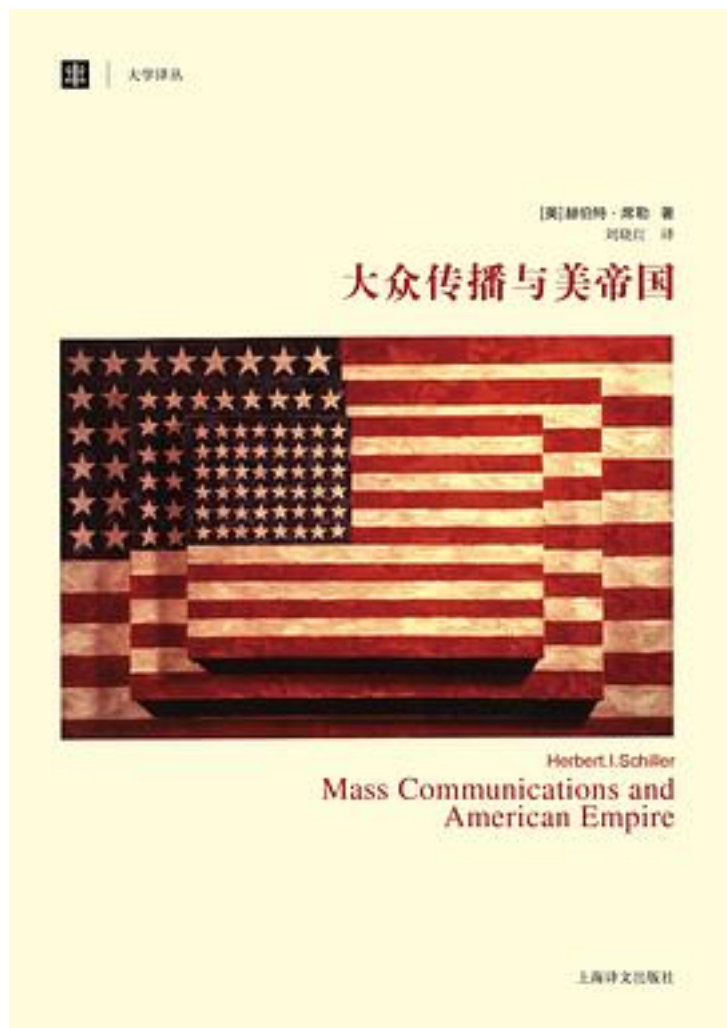


大众传播与美帝国(大学译丛)



[大众传播与美帝国\(大学译丛\) 下载链接1](#)

著者:[美] 赫伯特·席勒著 刘晓红

出版者:上海译文出版社

出版时间:2013-6

装帧:

isbn:9787532760374

本书是批判传播学领域内的经典之作。它首次联系大传播的两大功能——政治功能和经

济功能，全面剖析美国大众传播的结构与政策。作者以其国际主义和人道主义的独立立场，紧扣现实问题，广泛地从工业和政府方面汲取信息，批判地研究美国的信息机构和产品如何被用来支持其在全球的帝国政治。此书帮助我们理解美国文化帝国主义的发展和转变，进而理解美国大众传媒的功能，及其政治、经济 and 外交的议程设置结构。

作者介绍:

赫伯特·席勒（1919-2000），长期从事美国传播和文化产业的批判性研究，被誉为20世纪最具原创性和影响力的媒体分析家。其代表作有：《大众传播与美利坚帝国》、《思想的管理者》、《文化公司》以及《信息与经济危机》等。

目录:

[大众传播与美帝国\(大学译丛\) 下载链接1](#)

标签

传播学

传播政治经济学

美国

新闻传播

历史

赫伯特·席勒

社会科学人文

社会科学

评论

直观感受：看完之后没有那么反对媒体审查制度了，颠覆了我对新闻自由的笃定。本书给了一个反向思考的角度并罗列出了若干举证：自由是一个典型的美国价值观；美国的节目追求商业性，注重风险管理多于创新，艺术角度上讲非常欠缺，但是传播威力很大；各个国家都在控制美国节目的传播，英加日都制定相关政策（日本在发展技术，保护民族文化上做到非常好）；发展中国家面对侵略性很强的美国文化产品的入侵，很难保护好民族文化。由于时代关系，本书缺少了这二十年来的发展变化，即社交媒体章节和同质化之后逐渐走向异质化。再次总结了一下美国价值观：自由，煽情，获取观众注意，成功学，消费主义。另外还再次强调了跨国公司在国际传播中扮演的角色。

内容较为简单，大量实例和数据的运用使得论述清晰。传播政治经济学的奠基性文献，确立了学派的基本理路。但老席勒也同样鲜明地体现出该学派的主要局限：“只批判不建构”，他最后提出的一系列利用媒介反抗商业与政治侵袭的设想也不可避免地走向理想化甚至无用化。2018:38

五十年前如何，今日依旧如何。感谢互联网，感谢伯纳斯 李。

今日之中国有点60年代美帝的影子。中资在全球范围扩张，然而我们怎样才能有美国的影响力

跨国公司公关思路可借鉴

虽然此书并不算是真正意义上规范的学术研究，可是赫伯特席勒对美国资本主义的反思以及论证过程中精心的资料收集让人敬佩。

大概是因为他当时接触传播学时间不长，书里大多是政策的罗列以及经济上的些许分析。

翻译得不太好，administrative research翻成管理研究比行政研究更合适些

浮于现象描述，缺乏缘由剖析。

对六十年代广播电视传播的分析很多可以套用在互联网的分析中，换句话说这本书当今的意义更多的是角度、思路或者说立场的启发。当然，原本的分析看起来也更像情感上的控诉。

在席勒看来，美国媒介—文化部门的产品虽然不再是国际市场的唯一来源，但仍然是主要来源，它对世界各地受众的行为和价值观都产生了相应的影响。这类产品的首要目标就是宣扬、推进和销售消费主义，因此，它成为跨国商业组织扩张的理想工具。媒体是我国市场化改革的既得利益方，从报纸、广播、电视等传统媒体到近年崛起的网络新媒体，无一不受商业化赢利逻辑的驱动。商业化的推动力是“大挥霍者”，因此资本大肆鼓吹消费主义，利用传播媒介赋予消费行为本身意义，并使其成为消费的目的。用鲍德里亚的话讲是：“消费主义时代的消费不再是针对实体的消费，而是针对于意义系统的消费”。市场经济中的人成为超乎所有想象的信息接收者，个体不过是现代技术创造的最具影响力的传播媒介的靶子。

《通往奴役之路》值得读，《大众传播与美帝国》同样值得读，甚至按照现实情况来说后者更“当下”。

书中的内容很老了，没有互联网的论述；西方中心论思维，较少涉及中国、印度和苏联等国对美帝传播势力的抵制；发展中国家的国力也在不断增强，并不是像书中那样坐以待毙。

受人钱财替人消灾，政府和资方有人才财力推动传播机构的发展，这些机构为其所用是理所当然的事情。美国的流行文化确实通过电子方式被传输到世界的几乎每一个角落，当然也少不了附带的商业气息。其他的国家、民族在强大的洋基文化冲击下显得无招架之力，但事情未必如席勒所描述的那样触目惊心：被巨石压倒的小草会从旁边露角，有些假以时日甚至会破石而出。异议之声未必动听，但会有值得思考的地方。在人们沉醉于美式文化时，席勒站出来指出这是由政府、军方或资本操控的宣传机器，至少提供了看待问题的可供替代的选择，而且也是有根有据的。苏格拉底能影响无数后代人靠的是以原始形式进行的传播；洋基文化的全球扩散同理，只不过方式较现代罢了。以强大的软实力建立起来的霸权要比枪杆子里出的政权牢固得多。

原著1968年写的，92年做了修订。50年前对美国资本主义和文化帝国主义的分析十分有前瞻性，这几十年来美帝国对全球的文化 and 意识形态输出完全印证了他的分析。当年分析用的例子虽然已经陈旧了，但是得出的论断我们现在随手都能把FB

,TW的例子放进去，依然成立。

很好读，思维还是有些简单化了，把美国以外看得太单纯太被动，把美帝看得太铁板一块

补mark

有点过时了，没太大意思

美国的军事和工业联合体在整个传播体系中发挥着决定性作用；传播手段服务于美帝国的世界霸权，年轻的美帝国之所以如此成熟是因为其背后有经济学和电子学的联合支撑；美国通过电视节目和电影等文化产品的出口实现了全球电子入侵；这给第三世界国家带来了消费主义的陷阱和发展的困境，对这种个人消费需求的刺激使得传播内容“令人痛心”地”远离集体的发展计划。

隔了那么久再来读批判学派的书有点读不下去。里面涉及到的传播学的理论不多，主要从政治、经济、资本、技术等角度来思考论证。

[大众传播与美帝国\(大学译丛\) 下载链接1](#)

书评

在赫伯特·I.席勒（1919—2000）去世六年之后，我们终于看到了其代表作《大众传播和美利坚帝国》在大陆的汉译本。此书在传播学领域无疑具有划时代的意义，不仅在于其高扬的政治经济批判主义大旗，更在于其率先提出了“文化帝国主义”这一命题并成为此后“文化帝国主义”批...

信息的传播是顺应时代需求而出现的产物，美国作为当今世界最先发达起来的国家之一，其信息传播的需求自然会随着一些客观因素而出现。最先出现的是广播，其次是电视

。广播在出现之初和制造业的发展也有很大的联系，后来随着当时世界格局形势的变化，广播也带有军事意味，作为军...

全球传播伦理要求新闻媒介对全球范围内的受众负责，呼吁在跨国新闻报道中，通过不同伦理的观念的碰撞与融合，在平等、自由、互惠、互爱、互谅、和平、美善的基础上，建立起一种具有全球视野的、能达成全球共识的普世性新闻伦理范式。美国伊利诺伊大学香槟分校传媒学院教授克利...

评价“较差”的原因是内容上觉得还行，但翻译真的是一言难尽啊，我读的时候眼睛扫过去那翻译不通顺的基本跟没看一样，只能读着看才勉强集中注意力。读到一半想弃掉，但因为老师推荐勉强读下去，但真的是。。。略失望。
不知道是出版删减掉一部分还是现在保留的...

[大众传播与美帝国\(大学译丛\) _ 下载链接1](#)