

<<传播思想>>

图书基本信息

书名：<<传播思想>>

13位ISBN编号：9787214049803

10位ISBN编号：7214049805

出版时间：2008-12

出版时间：江苏人民出版社

作者：Bernard Mi è ge

页数：106

译者：陈蕴敏

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>

<<传播思想>>

前言

传播，或更恰当地说信息—传播的命运令人惊奇。

上个世纪中叶稍早时候，它出现在美国：之后逐渐地传到发达国家，首先是欧洲；接下来它蔓延到世界上的大多数地区，包括最为贫穷的国家中的某些；它超越了政治制度（尤其是近十五年来），它继续表现出不明确的、多样的、多义的甚至是混乱的特征。传播被应用于各种经济活动的管理、政治生活和更为广泛的几乎所有的社会及文化活动中；它在各处引发着可观察到的技术的扩张（信息传播技术是现代化的一个首要媒介）；越来越多的大学、继续教育和中等教育开设了关于传播的教学活动；传播带来了某些新的职业——报刊和书籍（当然也在世界性的互联网上）对这些新职业的描述面貌各异。

传播的研究取向因此必定是多种多样的；在日常交流中，在对各种认知进行比较时，包括从事这一行业的人在内，人们经常会感到惊奇。

作为一个约三分之一世纪以来一直工作于高校的专家，即使我察觉到对信息传播现象的理解有某种的进步，这种混乱还是持续着。

如今，在各地人们依赖于或开始依赖于那些更为可靠的知识，这些知识由高校的研究中心或是专门机构加以说明澄清。

人们越来越少地将传播归结为某种精神状态、某些专门技术或是某些个体固有的禀赋。

人们仍然将它看成在各种情况下都可以或多或少地加以使用的秘诀，但是人们越来越少地相信那些精神领袖，后者随时准备着提供各种消除危机、社会生活或工作生活中的种种冲突的灵丹妙药。

<<传播思想>>

内容概要

明确地说，以一种概括的方式来呈现传播思想的轮廓及其突出方面正是本书的目标。

我并不对今后的发展进行预测，请仅仅允许我强调传播思想的这一主要特征：这一独特的思想来源于相互竞争的、旨在认识传播现象本身的不同理论的贡献，同样，它也来源于各种职业领域的设想，在这些领域传播思想得到应用，也带来种种有组织的社会行动。

就这点而言，传播思想作为一种共同语言而发挥了作用，但没有出现任何一种强制的统一理论。

因此，传播思想既是概念化操作的产物，又是专门技术和采取（多种多样）传播行动的人们积累起来的经验的成果。

它因而是充满悖论的，这一悖论正是本书的中心。

<<传播思想>>

作者简介

作者：(法国)贝尔纳·米耶热 译者：陈蕴敏 贝尔纳·米耶热 (Bernard Miège)，法国著名的传播学家，法国传播学的奠基人物之一，司汤达大学：格勒诺布尔三大荣誉教授（2005年退休起）。

三十多年来，他创立或参与创立了司汤达大学信息传播学本科、硕士和博士等各个阶段研究和课程设置体系。

他拥有两个法国国家博士文凭（经济学和文学-人文科学），长期以来承担教学、学术（和伊夫·德·拉艾一起创办了法国传播学研究重要研究中心之一GRESEC，并担任其主任长达25年）、行政上（1989-1994，司汤达大学校长；1998-2002，法国教育部〔高等教育〕和研究部顾问）和专业（1988-1992，法国信息传播学学会〔SFSIC〕主席）等领域的各种重任。

超过100名的博士生在他指导之下从事研究并获得博士学位，他为17所国外高校开设了课程和系列讲座，参与创办了欧洲博士传播研究暑期学校（1992-1995为其负责人）。

1997-2005，他担任联合国教科文组织国际传播讲坛（Chaire UNESCO en communication internationale）的负责人。

目前已经有4所外国大学授予他荣誉博士学位。

贝尔纳·米耶热最主要的研究领域在传播政治经济学。

他关于文化工业的研究被看成是法语圈的在这一领域的奠基性研究之一，与英语世界的席勒、格雷厄姆、默多克等人的研究齐名，构成了欧洲学术界继法兰克福学派之后在这一领域的权威性研究。

他著述丰富，已有16本专著问世，其中包括本书（《传播思想》，LA PENSÉE

COMMUNICATIONNELLE），以及三卷本的《被传播征服的社会》（La société conquise par la communication）。

他的著作多次再版在法语世界成为传播学领域的经典著作，其中多本被翻译为多国文字出版。

这些著作和论述主要涉及以下领域：文化、信息和传播的工业化；公共领域的转变；信息和传播技术对社会和组织的介入；信息-传播认识论研究。

<<传播思想>>

书籍目录

《传播思想》中文版序言引论第一部分 奠基性思潮（五六十年代）控制论模式 大众传媒的经验—功能主义研究取向 结构主义方法及其语言学应用第二部分 研究问题的拓展（七八十年代及以后）传播（批判的）政治经济学 语用学 传播民族志、常人方法学及社会互动社会学 技术和中介社会学 讯息的接受和媒介使用的形成 传播“哲学”第三部分 当前的争议（在第三个千年的转折点）一般理论：不大可能，并总是不可思议的 被传播所延伸的信息 难以想象的信息（或传播）社会 交叉学科，而非退回至各个学科 对信息传播学特性的必要确认结论

章节摘录

引论传播 (la communication) 已经渗入社会及职业生活的大多数领域, 它通过以它的名义而展开的各种行动、提供的越来越多的技术以及经由它而扩散开来的象征体系 (la symbolique), 总是有着令人震惊的吸引力。

然而, 越是如此, 特别是在某些专业领域, 对那些可以解释传播的运行机制的种种知识的生产就越显得矛盾和徒劳无益, 更不必说人们仍然拒绝将传播视为科学研究的对象。

的确, 初看起来, 描绘出信息传播学 (les sciences de l'information et de la communication) 作为一个具有自主性的 (交叉) 的学科领域, 从自我建构开始所经历的发展阶段, 这一企图是会令人感到震惊的。事实上, 对于一个科学学科或领域而言, 当其认识论基础已经被认识清楚并得到承认时, 这种思考会因此更加容易站住脚。

然而, 毫无疑问, 信息传播学自我呈现的图像即使不是大杂烩式的, 也是复杂而多样的: 各种范式雄心勃勃地试图再现传播的所有维度, 并经常在各个维度上显现出来; 而理论上的相互对立则遮掩了那些现实的关系和具有创造性的主张。

但是, 对于一个科学领域而言, 获得学术上长久的认可或者科研政策 (politico scientifique) 部门的大力支持, 以便人们能够理直气壮地研究其进展并明确对它的管理, 这是否是必不可少的? 对于这个问题, 极少有人敢给出正面的回答。

<<传播思想>>

编辑推荐

《传播思想》是贝尔纳·米耶热编著的，由江苏人民出版社出版。

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>