

《传播》

图书基本信息

书名：《传播》

13位ISBN编号：9787810858595

10位ISBN编号：7810858599

出版时间：2007-4

出版社：中国传媒大学出版社

作者：吕西安·斯费兹

页数：136

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

作者简介

作者：(法)吕西安·斯费兹

《传播》

书籍目录

导言I . 传播的传统管理 . 说明性理论 . 三个隐喻，三种世界面孔第一章 再现式传播I . 弹子游戏 . 人工智能 . 自动精神病分析 . 大众传媒的机械论概念V . 传统组织科学中的再现式传播结束语传播的第一个定义，再现第二章 表现式传播I . 克鲁图拉 . 帕洛阿尔托学派 . 自我组织：封闭与补救 . 联系主义或表现性人工智能V . 表现式大众媒介 . 新组织科学中的表现式传播结束语传播的第二个定义，表现第三章 混合式传播I . 自我同义反复：概念与实践 . 混合式大众媒介 . 广告 . 思维技术与认知科学V . 传播，政治制度的标准结束语传播的第三个定义，混合总体结束语治疗混合式传播的处方：解释参考文献作者简介译者简介

编辑推荐

《传播》由中国传媒大学出版社出版。

精彩短评

- 1、又一本言简意赅却晦涩难懂的法国人的书，耐心啃啃还是很有益处。三个隐喻，三种世界面孔。再现式传播整体上是依据弹子游戏构想的一个笛卡尔式机器，线性因果关系明显，主体和客体是分离和实在的，而事实是客观且普遍的，外在于再现它的主体，再现及其特点构成了行为与感觉的基础本身；表现式传播则依托于斯宾诺莎的有机思想，否认掉发出者渠道接受者弹子因果关系等，放在一个大视野里，独拥有被分隔的连续等级体系以及用来再现的符号，于是传播变成一个复杂性主体向一个复杂性环境的融入，陷入一种循环因果关系即双重困境中；而混合性传播其实是自我同义反复，人们混淆了再现与表现，陷入波德里亚之环，通过“媒介”去感知自己所处的世界，一个弗兰肯斯坦隐喻，一种同义反复的我向性的伪全能主义。（读到第三个隐喻时我真的颤抖了...强大的逻辑...
- 2、翻译太差
- 3、第一本读到的完全看不懂的书，亏我还4年传播本了。。。
- 4、不知道是翻译的问题还是我本身学术程度太低。。这本书把我折磨透了
- 5、我错了。暂不评分。
- 6、传播的三种模式：再现型（源于笛卡尔的冲击，一种机械线性模式，“弹子模型”）；表现型（源于斯宾诺莎的有机体理论，整体的有机体模式，螺旋结构）；混合型（当下普遍的把前两种模式混合的模式）【自我同义反复的定义还是很模糊】
- 7、读不大懂...
- 8、一本启人深思的小册子 需要重读
- 9、我我我能感受到原著的高深.....亏得玄之又玄的翻译.....

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：www.tushu000.com