

<<全球传播学引论>>

图书基本信息

书名：<<全球传播学引论>>

13位ISBN编号：9787501193561

10位ISBN编号：7501193568

出版时间：2010-9

出版时间：新华出版社

作者：李智

页数：228

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>

## &lt;&lt;全球传播学引论&gt;&gt;

## 前言

一般而言，传播学是研究人类信息传播现象的一门人文社会科学。可以从不同的研究角度来对传播学进行学科分类。

依据传播的方式，可分为人际传播学、组织传播学、大众传播学等；依据传播的内容，可分为政治传播学、军事传播学、经济传播学、科技传播学、文化（艺术）传播学等；依据传播的类型，可分为文化内传播学和跨文化传播学；依据传播的范围，可分为地域（本土）传播学、国内传播学、国际传播学和全球传播学等。

这些都是传播学的研究分支即学科支系，它们共同构成了传播学的学科体系。

在如此庞大的传播学学科体系中，全球传播学处于何种位置？

它同传播学的其他分支学科有什么样的关系？

全球传播学是整个传播学学科体系中的一个分支学科，是传播学系统中新近生成、显露出来的一个有机组成部分，因而，普泛的传播学同它构成一种包含与被包含的关系。

与此同时，全球传播学并不完全独立于传播学的其他分支学科如人际传播学、组织传播学、大众传播学、跨文化传播学、国际传播学、政治传播学、文化传播学等等，它不是同其他分支学科并立于传播学体系内；相反，全球传播学几乎介入到所有其他的分支学科界域内，而所有其他的分支学科也无一例外地要涉及全球传播学，两者相互渗透、相互启发。

因而，全球传播学与传播学的其他分支学科之间的关系既不是并列关系，也不是包含与被包含的关系，而是交叉关系。

全球传播学与传播学的其他分支学科之间的交叉关系意味着，全球传播学不归属于传播学中的任何一个支系，它既不归于人际传播学，也不归于大众传播学；既不属于跨文化传播学，也不属于国际传播学；既不限于政治、经济传播学，也不限于文化传播学。

事实上，全球传播既有人际传播的成分，也有大众传播、组织传播的成分；既有跨文化传播的因素，又有国际即跨国传播的因素；既含政治传播的元素，也含文化传播、经济传播等的元素。

因此，在全球传播学与传播学的其他分支学科之间必然存在着概念互动和范式交流。

## <<全球传播学引论>>

### 内容概要

全球传播学是近年来在西方逐渐兴起的一门拓展型学科，是国际传播学延伸和深化的产物。它从对外传播发达的西方国家发端，日渐在全世界范围内“传播”，受到了全球社会的广泛关注和认同。

本书是国内第一本较为系统而深入地从学理上阐释全球传播的著作。

它在借鉴、吸收国外全球传播研究成果的基础上，初步构建起全球传播学的理论基础、分析框架和解释范式，从发展历程、基本特征、控制方式和效果效应等多个维度基本上勘界和廓清了全球传播研究的版图；同时也为新的全球传播语境下中国对外传播的战略决策提供了理论支持。

其学科建设上的努力和贡献显示了全球传播学的政治实践品性和现实导向作用。

本书既可作为国内高等院校国际传播学、国际关系学和国际营销学等相关专业方向的教材，也可供相关领域科研人员、政府公务人员、跨国公司职员、各种非政府组织成员以及普通公众阅读参考。

## <<全球传播学引论>>

### 作者简介

李智，中国传媒大学传播研究院国际传播研究中心副教授。

毕业于北京大学哲学系(2001年)，先后在外交学院国际关系研究所、复旦大学新闻与传播学院从事教学工作和博士后研究(2001—2005年)。

主要从事政治哲学、国际关系学和国际(全球)传播学等领域的研究。

已出版学术专著5部，发表学术论文30余篇。

代表作包括：《文化外交——一种传播学的解读》(北京大学出版社，2005年)、《国际政治传播：控制与效果》(北京大学出版社，2007年)、《试论国际传播在国家树立国际威望中的作用》(《国际论坛》2005年第1期)、《文化软实力化的一种传播学解读》(《人文杂志》2008年第4期)和《软实力的实现与中国对外传播战略》(《现代国际关系》2008年第7期)等。

## &lt;&lt;全球传播学引论&gt;&gt;

## 书籍目录

引言 迎接全球传播时代的到来第一章 作为一门学科的全球传播学研究纲领 第一节 全球传播学的学科内涵 一、全球传播学的学科归属和定位 二、全球传播学的研究对象和内容 第二节 全球传播学的研究现状 一、国外研究 二、国内研究 第三节 全球传播学的研究范式 一、技术主义范式 二、政治经济学范式 三、文化主义范式第二章 全球传播的发展历程 第一节 印刷媒介时代的全球传播 一、印刷媒介的全球化 二、全球传播体系的萌发 第二节 电子媒介时代的全球传播 一、电子媒介的全球化 二、全球传播体系的扩展 第三节 互联网时代的全球传播 一、互联网的全球化 二、全球传播体系的成形第三章 全球传播的基本特征 第一节 传播主体的多元性 一、主权国家 二、跨国公司 三、国际非政府组织 四、个人 第二节 传播内容的复合性 一、传播信息种类的多样性 二、传播信息性质的混合性 第三节 传播手段的融合性 一、传播媒介的技术融合 二、传播媒介的产业融合 第四节 传播对象的主动性 一、受众的自主性 二、受众文化身份的多重开放性 第五节 传播态势的不均衡性 一、不均衡态势的表现 二、不均衡态势的成因 三、不均衡态势的前景第四章 全球传播的控制 第一节 国家对全球传播的控制 一、国家对越境信息控制的手段 二、国家对越境信息控制的模式 三、国家对越境信息控制的趋势 第二节 国际组织对全球传播的控制 一、作为全球传播控制主体的国际组织 二、国际组织全球传播控制的手段 三、国际组织全球传播控制的实施及其效果第五章 全球传播的效应 第一节 民族国家主权的弱化 一、全球传播冲击国家主权的地缘逻辑 二、全球传播瓦解国家主权的合法性建构 第二节 全球公民社会的形成 一、全球公民社会的建构 二、全球治理和全球民主政治的实现结语 从国际传播到全球传播——在全球传播语境下增强中国对外传播能力附录 “全球传播”主题阅读书目(37种)后记

## &lt;&lt;全球传播学引论&gt;&gt;

## 章节摘录

一般而言，传播学是研究人类信息传播现象的一门人文社会科学。

可以从不同的研究角度来对传播学进行学科分类。

依据传播的方式，可分为人际传播学、组织传播学、大众传播学等；依据传播的内容，可分为政治传播学、军事传播学、经济传播学、科技传播学、文化（艺术）传播学等；依据传播的类型，可分为文化内传播学和跨文化传播学；依据传播的范围，可分为地域（本土）传播学、国内传播学、国际传播学和全球传播学等。

这些都是传播学的研究分支即学科支系，它们共同构成了传播学的学科体系。

在如此庞大的传播学学科体系中，全球传播学处于何种位置？

它同传播学的其他分支学科有什么样的关系？

全球传播学是整个传播学学科体系中的一个分支学科，是传播学系统中新近生成、显露出来的一个有机组成部分，因而，普泛的传播学同它构成一种包含与被包含的关系。

与此同时，全球传播学并不完全独立于传播学的其他分支学科如人际传播学、组织传播学、大众传播学、跨文化传播学、国际传播学、政治传播学、文化传播学等等，它不是同其他分支学科并立于传播学体系内；相反，全球传播学几乎介入到所有其他的分支学科界域内，而所有其他的分支学科也无一例外地要涉及全球传播学，两者相互渗透、相互启发。

因而，全球传播学与传播学的其他分支学科之间的关系既不是并列关系，也不是包含与被包含的关系，而是交叉关系。

全球传播学与传播学的其他分支学科之间的交叉关系意味着，全球传播学不归属于传播学中的任何一个支系，它既不归于人际传播学，也不归于大众传播学；既不属于跨文化传播学，也不属于国际传播学；既不限于政治、经济传播学，也不限于文化传播学。

事实上，全球传播既有人际传播的成分，也有大众传播、组织传播的成分；既有跨文化传播的因素，又有国际即跨国传播的因素；既含政治传播的元素，也含文化传播、经济传播等的元素。

因此，在全球传播学与传播学的其他分支学科之间必然存在着概念互动和范式交流。

## 后记

在我看来,就理想态而言,基于客观性、普遍性(或者说,某种程度上的“教条性”)上的考虑,一部著作最好以“裸书”形式面世,而不要负赘“序言”和“后记”之类的价值评判性或情感诱导性言辞。

一切交给读者而让作者“死亡”,这该是著作“到场”及“在场”的最高境界。

然而,出于写作习惯和道义感驱使,我还是要写下与本书的正文内容无关却又关乎整个写作行为的几行文字——“致谢词”。

首先,我十分感激我所在的学术团队、以陈卫星先生为领导的中国传媒大学国际传播研究中心,为我提供了无上纯粹的学习和研究环境。

其次,我要深深感谢我的硕士生们,他们在课堂上的倾心投入和热情参与让我尽享教学相长的乐趣。

再次,我衷心感谢新华出版社新闻编辑室,其超拔的出版旨趣和谨严的编辑态度助力了我的学术成就

。我还要借此机会向复旦大学的黄旦先生、童兵先生,北京外国语大学的展江先生和深圳大学的吴予敏先生表达我由衷的谢意,感谢他们在我的学术成长道路上所给予的思想上的指导和精神上的鼓励。

最后,我深情感谢我的妻子晓巍,她为我营造了一个温馨的“陋室”,鞭策我安贫乐道,泰然任之;感谢我的女儿惟嘉,她“宽容”我舍弃了作为父亲对她的养育天职,而把时间慷慨在这略显苍白的“学理”上——在整个写作过程中,她们还随时为我备好字典、文具、靠垫、坐垫和温热的白开水!

## <<全球传播学引论>>

### 编辑推荐

《全球传播学引论》编辑推荐：世界上最重要的事情就是关系，人际传播、大众传播、国际传播、全球传播都是为了建立一种较为合意的人类关系。

全球传播的本质是全球关系。

研究全球传播，就是要在信息全球范围内自由而均衡的传播中建立理想的人际关系、群际关系和国际关系，并最终实现全球关系的公正化、合理化，在最大范围内和最大程度上实现和保障全人类的自由和幸福。

这应该是一般意义上的全球传播研究的宗旨。

br ——摘自《全球传播学引论》引言《迎接全球传播时代的到来》。



<<全球传播学引论>>

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>