

<<传播学的100术语>>

图书基本信息

书名：<<传播学的100术语>>

13位ISBN编号：9787565703584

10位ISBN编号：7565703583

出版时间：2012-3

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：莫里斯·列维

页数：174

译者：朱振明

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>

<<传播学的100术语>>

内容概要

“只有人才能传播。
没有任何一台机器可以取代思想（尤其是情感）的激发、反思、思考。”
《“我知道什么？”
丛书·传媒卷：传播学的100术语》主要内容包括爱、皈依、焦虑、天线、愿望、注意力、态度、勇敢、利益、碰撞、公民、行为、竞争等。

<<传播学的100术语>>

作者简介

莫里斯·列维（Maurice Levy），阳狮集团董事长兼首席执行官，主要著作有《传播学的100术语》等。

朱振明，北京第二外国语学院英语语言文学硕士，中国传媒大学传播学博士，法国里昂第二大学传播学院访问学者，现为中国传媒大学传播研究院国际传播研究中心讲师。
代表著作：《传播世界观的思想者--阿芒·马特拉传播思想研究》（2011，专著）、《传播的世界化》（2007，译著）、《传播》（2007，译著）等。

<<传播学的100术语>>

书籍目录

1. 爱 (Amour)
2. 皈依 (Adhesion)
3. 焦虑 (Angoisse)
4. 天线 (Antennes)
5. 愿望 (Aspiration)
6. 注意力 (Attention)
7. 态度 (Attitude)
8. 勇敢 (Audace)
9. 利益 (Benefice)
10. 碰撞 (Choc)
11. 公民 (Citoyen)
12. 行为 (Comportement)
13. 竞争 (Concurrence)
14. 默契 (Connivence)
15. 意识 (Conscience)
16. 消费者 (或客户?)
)[Consommateur (ouClient ?)]
17. 对话 (Conversation)
18. 信念 (Conviction)
19. 勇气 (Courage)
20. 创造 (Creation)
21. 文化 (Culture)
22. 犬儒主义 (Cynisme)
23. 设计 (Design)
24. 欲望 (Desir)
25. 债 (Dette)
26. 差异 (Difference)
27. 隐蔽 (Discretion)
28. 怀疑 (Doute)
29. 效率 (Efficacite)
30. 雅致 (Elegance)
31. 情感 (Emotion)
32. 移情 (Empathie)
33. 审美 (Esthetique)
-

<<传播学的100术语>>

章节摘录

版权页:爱我不想按字母顺序,而是从“爱”开始。

就是该术语,如果没有它,其他术语就会失去价值和意义。

这是一个刚柔并济的术语。

如果传播是一种动物,它就是狮子;如果传播是一种情感,它就是爱。

首先是对行业的爱(见职业)。

我们凭激情*投身于传播之中,并停留在那里,以到达一种自由*与依赖并存的特殊状态。

习惯抹杀了其他的东西,只留下了爱。

不过,我们对行业的爱是时间构建的诸爱中非常稀少的一种。

其次是对客户的爱。

我们不会带着距离、忧郁与怒气来进行传播,在做广告时更是如此。

我们不是从狭隘的利益概念来服务客户,而是由于我们热爱客户,有一种自然的冲动把我们带向客户,使他们在我们眼中显得独一无二和不可替代。

犬儒主义*具有破坏性,它消磨人的意志,破坏人的毅力,耗尽人的精力。

只有爱才使人一直相信自己的所作所为,即使在漫长的冬天里和艰苦的道路上也会不顾一切地继续走下去。

传播的世界是艰难的,商业是一种战争形式。

不过这是一场爱的战争,是一种我们从中用光线照亮黑暗而不是与之搏斗的战争。

再次是对商标*的爱。

我们自发地热爱商标,或是因为我们创造了商标,或是通过缓慢的学习来实现。

但是我们不能使用一个自己并不钟爱的商标。

只谈论它的优点,而不管它的缺点。

<<传播学的100术语>>

编辑推荐

《传播学的100术语》对传播学相关100术语进行了全面细致的解释，专业、清晰。

<<传播学的100术语>>

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>