

<<传播与社会影响>>

图书基本信息

书名：<<传播与社会影响>>

13位ISBN编号：9787300065793

10位ISBN编号：7300065791

出版时间：2005-06-01

出版时间：人民大学出版社

作者：[法]加布里埃尔·塔尔德

页数：258

字数：263000

译者：何道宽

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>

<<传播与社会影响>>

前言

加布里埃尔·塔尔德至今仍拥有吸引读者的魅力。

为什么？

因为他是以个体为本位的社会学理论家，是在个人本位的研究方法遭到攻击时崭露头角的前沿的社会学家。

与他对立的、“反个人主义”最有力的理论家是结构主义者埃米尔·迪尔凯姆。

迪尔凯姆鼓动社会学家注意外在于个体的社会约束，主张以这样的约束来解释许多社会进程和政治进程。

他竭力贬低个体的重要性，将其心理因素和主观因素贬低到最低限度。

塔尔德坚守和迪尔凯姆相反的立场，尤其是在20世纪初的时候，他们进行过激烈的争论。

<<传播与社会影响>>

内容概要

这部选集在不到三十万字的篇幅中尽情展现了19世纪西方社会的知名学者，今天令后辈学人仰慕的大师——加布里埃尔·塔尔德的思想精髓。

它涵盖了塔尔德在社会学、社会心理学、刑事犯罪学、统计学、新闻和传播学各方面的成就，撷取了他丰厚的传统学养之精华和前沿探索之精粹。

在塔尔德的著作里，你可以发现他对一般概念框架的详细阐述。

这个框架把中层理论和经验分析整合为一体。

<<传播与社会影响>>

作者简介

加布里埃尔·塔尔德(Gabriel Tarde, 1843-1904), 法国社会学三大创始人之一, 他的研究范围横跨社会学、心理学、统计学和犯罪学。

他有十余种社会科学著作传世: 《比较犯罪学》、《模仿律》、《社会规律》、《权力的变迁》、《舆论与群众》等。

塔尔德社会学

<<传播与社会影响>>

书籍目录

英译者前言绪论 1.生平 2.冲突的思潮：塔尔德，迪尔凯姆与社会学 3.塔尔德思想的结构：发明，模仿与对立 4.人格，文化与社会结构：信念与欲望 5.方法论，方法与量化 6.精英的起源与功能 7.社会控制与社会偏离 8.公众与群众 9.公共舆论，大众传播与人格影响 10.思想传承：塔尔德思想的扩散第一章 社会学的性质与范围 1.社会学 2.经济学与社会学 3.社会学，社会心理学与唯社会学论 4.与迪尔凯姆的一场论战第二章 社会学的一般原理 5.基本原理 6.发明 7.对立第三章 模仿律 8.逻辑模仿律 9.超逻辑模仿律 10.模仿的过程第四章 人格与态度的测量 11.信念与欲望第五章 方法论，方法与量化 12.社会学理论的经验基础 13.量化与社会指标第六章 社会分层 14.精英的起源与功能第七章 社会控制与社会偏离 15.青少年犯罪第八章 集体行为 16.公众与群众第九章 公共舆论，大众传播与个人影响 17.舆论与交谈参考文献中译者后记

<<传播与社会影响>>

章节摘录

书摘，在他的总体框架里，交谈是创造发明的源头：在热烈、闪亮的交谈里，主张不同发明的双方互相摩擦，产生思想火花，触发创造发明；通过其他短暂、不太热烈的交谈，这些创造发明渐次在整个社会网络里传播开来。

塔尔德分析交谈的基点，是社会学的一个核心命题：社会互动产生并肯定共同规范，即社会体系里行为者共享的规范。

实际上，塔尔德的很多论述都深挖和细化了这个主题。

因为每一个社会体系的生存都依靠规范的维持，所以互动在功能上是必要的条件。

维持一个大型社会体系还要有另一个必备的条件，那就是一个权威等级体系。

但是权威体系自身的维持，必须建立在合法的基础上，这个合法性来自于一套不同的符号和不同的规范信念。

全国性的报业和连续的社会互动都会使基本的符号和信念在全社会弥散。

当然，塔尔德并没有走极端去断言，国家的整合仅仅是产生于报纸的兴起。

相反，他列举的一整套新开发的事物——中央邮政设施、全国道路系统、常备军、围绕国王的宫廷——都有助于实现全国的统一。

“然而，最重要的是印刷机，这个伟大的事业要留待印刷机来完成。

”集体利益和国家身份迈出的前几步，似乎是在几个欧洲国家议会型结构的形成中完成的。

全国性的报业形成之前，强大的全国性政党调动选民的能力形成之前，议会只能是地区利益团体的集合，而不是忠于全社会的公民议事的场所。

塔尔德并没有贬低扩大投票权等选举改革在促进变革中所起的作用，不过他特别强调的是报纸的贡献。

然而，需要规范性共识才能发挥作用的并非只有政治体制。

经济的运转也需要类似的基础：大群人之间如果没有某些基本一致的意见，定价和交换显然就是不可能的。

最古老的市场是没有固定价格的，买卖双方要经过长时间的讨价还价才能够确定价格。

有了广泛的规范性共识之后，虽然市场之间有时空差异，然而不同市场的价格还是相对固定的。

生产者和消费者再也不用进行长期的议价。

生产者通过广告来弥补个人直接影响的丧失，当然在有些情况下，个人的影响还是重要的。

家人和朋友间交谈产生出需要和欲望的等级系统，人们根据这个系统来衡量商品的价值。

当然在实际的买卖里，熟练的销售技巧P42

<<传播与社会影响>>

媒体关注与评论

<<传播与社会影响>>

编辑推荐

本书系统而详尽地论述了塔尔德的理论框架、核心思想、杰出成就、与迪尔凯姆论战的是是非非，相当于一部塔尔德评传。其余9章17节涵盖了塔尔德思想的各个方面，社会学、社会心理学、刑法学、犯罪心理学、统计学、传播学界的研究者都可以从中“各取所需”。塔尔德对公众与群众、公共舆论与大众传播的论述至今犹如洪钟巨响，具有振聋发聩的震撼力量。

<<传播与社会影响>>

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>