第一图书网, tushu007.com

<<大众传播理论>>

图书基本信息

书名：<<大众传播理论>>

13位ISBN编号：9787302095941

10位ISBN编号：7302095949

出版时间：2004

出版时间：清华大学出版社

作者：（美）巴兰（Raran S.J.），（美）戴维斯（Davis D.K.）

译者：曹书乐

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

内容概要

这是一部全面而权威的大众传播理论专著，也是一部对国内师生面言因独辟蹊径而值得细读的经典教材。
书名虽然叫做“大众传播理论”，却并非我们常见的那种分门别类地介绍各种理论的集合体；而是采取历史视角，并注两大传播理论学派（社会/行为理论和批判/文化理论）的起源和演进的传播理论史。
丰富的名词解释、案例、参考资料、概括性表格、重要学者及著作列表使本书成为一本优秀教材。它被国外多所高校用作传播学专业学生的高级读本。

作者简介

斯坦利·巴兰博士同任美国布赖恩特学院传播系主任、教授。
主要研究方向为；大众传播的经验主义/定量研究，大众媒介与社会的现实建构，媒介素养技能的形成与发展。
主要著作有：《无线电通迅绪论：技术的会聚》，《大众传播绪论：媒介素养和文化》，《电视批评：解读、写作

<<大众传播理论>>

书籍目录

总序导读前言第一部分 大众传播理论介绍 第一章 介绍　关于媒倮的三个问题　大众传播的定义和再定义　媒介理论发展的五个时期　大众社会与大人文化时期　大众传播的科学研究视角的出现　有限效果范式的出现　文化批评理论：对有限效果范式的挑战　适中效应视角的出现　正在进行的论战　理论探索　批判与思考　重要学者及其著作 第二章 大众传播理论　综述　科学与人类行为　分裂的社会科学　理论的定义　大众传播与理论　小结　理论探索　批判与思考　重要学者及基著作第二部分 大众社会与大众文化时期 第三章 媒介产业的崛起和大众社会理论　综述　起源　黄色新闻业的兴起　大众媒介发展与衰落的循环　大众社会的批判与关于媒介的大论战　大众社会理论的假说　关于媒介的大论战的兴起　大众社会理论的早期例子　礼俗社会和法理社会　机械团结和有机团结　当代的大众社会理论　小结　……第三部分 有限效果论的兴盛和衰退第四部分 当代大众传播理论——寻求共识、面对挑战中英人名对照表参考文献大众传播编年表

编辑推荐

丰富的名词解释、案例、参考资料、概括性表格、重要学者及著作列表使《大众传播理论》(基础争鸣与未来第3版翻译版)成为一本优秀教材。
它被国外多所高校用作传播学专业学生的高级读本。

第一图书网, tushu007.com

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