第一图书网, tushu007.com

<<受众学说>>

图书基本信息

书名：<<受众学说>>

13位ISBN编号：9787309058475

10位ISBN编号：730905847X

出版时间：2007-12

出版时间：复旦大学

作者：臧海群,张晨阳

页数：297

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

《受众学说：多维学术视野的观照与启迪》立足于传播学的研究旨趣，从哲学、社会学、心理学、政治学、法学、接受美学、政治经济学、文化研究等多种学科、学派的视角回顾和梳理了有关受众学说的历史发展和表现样态，从理论上对受众学说进行了整合和系统梳理，力图为搭建本土科学的受众学提供一个多维学术理论的框架和视野。
《受众学说：多维学术视野的观照与启迪》还考察和分析了我国学者近些年在受众研究方面所作的宝贵努力和成就，提出了科学发展观指导下的“尊重受众、尊重文化，建立跨学科研究的受众学”的学科发展构想。
《受众学说：多维学术视野的观照与启迪》适合所有付“受众——阅听人”文化现象感兴趣的人士，可作为新闻传播学、社会学、政治学、经济学、公共管理学等院系开设“受众研究”课程的参考教材和读物。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

臧海群，女，复旦大学传播学博士（1998—2001），北京大学社会学与人类学研究所博士后（2002—2004）。
曾任中国传媒大学新闻传播学院和中国青年政治学院新闻系讲师、副教授。
现任甘肃省广播电影电视局局长助理，兰州大学哲学社会学院兼职教授。
撰写本书导论、第一至第五章、第七章。

书籍目录

总序导论一、问题的提出二、受众研究概况三、本书研究思路第一章 受众研究的缘起、传统与范式一、“受众”的历史渊源二、现代受众的产生三、受众学说建立的社会背景和理论前提四、拉扎斯菲尔德的贡献五、两种学术传统六、多种研究路径和多元范式第二章 受众：认知、态度与行为的经验研究一、社会学、心理学的联姻二、心理学取向的社会心理研究三、社会学取向的社会心理研究四、传播学中的受众研究第三章 受众：公众、文化工业与公共领域的理论一、作为公民的受众二、法兰克福学派：文化工业的批判三、哈贝马斯：公共领域的理论第四章 受众：市场、商品与意义生产者的学说一、作为市场的受众二、作为商品的受众三、作为意义生产者的阅听人第五章 审美经验和文化研究中的“阅听人”一、接受美学与读者反应批评二、伯明翰学派：文化研究三、阅听人研究的新阶段第六章 受众研究在中国一、受众调研的起步与探索阶段(20世纪80年代初-1992年)二、受众调研的提高与成熟阶段(1993年至今)三、聚焦当下：受众研究的双重动力与议题来源(20世纪90年代中后期以来)四、中国受众研究的总结与展望第七章 建立跨学科研究的受众学(代结语)一、走向全面的受众/阅听人理论二、受众/阅听人研究的跨学科性质和方法三、跨学科受众/阅听人研究的意义参考文献后记

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