

<<传播理论>>

图书基本信息

书名：<<传播理论>>

13位ISBN编号：9787508019840

10位ISBN编号：7508019849

出版时间：2000-1

出版时间：华夏出版社

作者：[美] 沃纳·赛佛林,小詹姆斯·坦卡德

页数：403

译者：郭镇之等

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>

<<传播理论>>

内容概要

本书全面介绍传播学发端以来有影响力的理论，理论的衍变，以及多媒体、互联网新媒介环境下理论研究的最新动态。

适用于新闻、广告、公共关系专业或者其他传播学领域的学生和教师。

为求索中的媒介业内人士，提供时间的方法与思路。

<<传播理论>>

作者简介

沃纳·赛佛林，1984年应邀访问中国，是首位访问中国的富布赖特奖新闻学教授。
小詹姆斯·坦卡德，得克萨斯大学新闻系教授。
《统计先驱者》一书的作者，与迈克尔·瑞恩合著《基础新闻报道》。

<<传播理论>>

书籍目录

第一篇 改变中的媒介景象第一章 大众传播理论概述第二篇 大众传播的科学方法与模式第二章 科学的方法第三章 大众传播研究的模式第三篇 大众传播中的理解与语言争议第四章 传播中理解的作用第五章 编码的问题第六章 宣传分析：解码及效果的最初理论第七章 易读性测量第四篇 社会心理学的研究第八章 认知一致与大众传播第九章 说服理论第十章 群体与传播第十一章 大众媒介与人际传播第五篇 大众媒介的效果与使用第十二章 议程设置第十三章 知识沟假说第十四章 大众传播的效果第十五章 大众传播媒介的使用第六篇 媒介机构第十六章 现代社会中的大众媒介第十七章 媒介连锁企业和媒介集团第七篇 把理论整合起来第十八章 全面的图景

章节摘录

当我们进入“信息时代”之际，大众传播领域面临的挑战比以往任何时候都更加激烈。大众传播媒介所传播的内容是否对社会价值观产生一定的影响？如果是，它是哪一种影响？它是怎样产生的？人们怎样从大众传播媒介中获取知识和信息？人们怎样形成他们对周围世界的基本看法？在这一过程中大众传播扮演了什么角色？面临诸如因特网、信息高速公路、多媒体等媒介的新发展，大众传播正在发生怎样的改变？毋庸置疑，回答诸如此类的问题，我们可以用几种不同的方法。

在本书中，我们建议通过科学的方法来研究解决有关大众传播的问题。

科学建立在它的经验论和逻辑性基础之上，为我们提供了解、预测及控制周围世界的有力工具，尤其是当世界变得日益充满信息时更是如此。

科学方法的基础是理论的建构与试验，第1章将讨论用于大众传播领域的理论的本质。

它叙述了20世纪90年代传播研究者努力研究的一些问题，与此同时，它还为我们提供了我们面临的新传播科技的快速发展导致的媒介景象改变的概观。

这些变化反过来也影响到大众传播理论本身。

我们生活在一个迅速变化的媒介环境之中。

仅仅几年前，大多数人还从来没有听说过多媒体或因特网。

现在，你几乎找不出一张看不到这两个词的报纸。

媒介环境发生了许多变化，有时甚至是惊人的变化。

报纸的发行总量和读者人数下降已经有一段时间了。

美国电视从五大网(ABC, CBS, NBC, FOX和公共广播)结构变为50个频道的有线系统，据说有望达到500个或更多频道。

录像机使人们可以在家中观看电影，而且人们还可以录制电视节目，从而改变了观赏时间。

一些杂志通过万维网(WWW)的网页或只读型光盘出版。

旧的新闻传播方式已经被所谓“新式新闻”所取代。

广告在新的传播景观中保住了一席之地。

人们花费很多时间在电脑“聊天室”中拜访其他人，“虚拟现实”游戏为参与者提供了新的体验。

新的媒介环境有一个特征，即承认所有的信息都是相同的，即数字化的。

(Powell,1995) 当然，这还要看所有这些变化究竟会把我们带往何处。

人们是否真的愿意放弃一些乐趣，例如在早晨喝咖啡时阅读手中的报纸，或是在一天结束时浏览堆放在卧室沙发上的心爱杂志？一种可能性是，无论是哪一种新媒介，都将在旧媒介的旁边占据它们的位置，而旧的媒介不会消失。

过去发生变化的一种共同形式是，新的传播技术并没有完全挤走旧的传播技术，却引发旧的传播技术承担新的角色。

比如：电视没有使广播消失，但导致了新类型的广播节目：包括谈话节目(脱口秀)和专门音乐节目等形式。

无论大众传播采取何种形式，它都将继续在我们的生活中发挥极其重要的作用。

大众传播是社会的耳目。

它为社会提供做出决断的途径；它为社会提供认识自身的集体声音。

它是传达社会价值观的主要源泉。

一位伟大的19世纪科学家托马斯·赫克斯利(Thomas H.Huxley)曾将科学定义为“经过训练的和有组织的常识”，并认为，理论的建构是你在“生活中的每天及每一时刻”都在做的事情。

相对论之父爱因斯坦说：“所有的科学不过是每天想法的改进而已。”

这并不是说，第一流的科学就不需要大量的想象——想象存在于对重要的调查领域的确认能力，存在于对未知的联系与因果关系的洞察能力，存在于将抽象的假说变为现实世界中可测变量(可操作的定义)的转化能力，也存在于设计测量工具掌握难以理解的数据的操作能力之中，它还存于科学的其他方面。

当然，哥白尼将太阳视为太阳系的中心就是出于想象。

<<传播理论>>

这种想象打破了托勒密的天文学，而15个世纪以来，该学说一直宣称地球是中心，是主体，宇宙中所有其他的物体都围绕着地球旋转。

同样的，对伽利略而言，也正是出于想象，他认识到使用新的仪器——小望远镜——观测天空的可能性，从而证实了托勒密理论的错误。

因此，伽利略创造出科学的现代方法：他制造了仪器，进行了实验，并且公布了结果。

伽利略的工作证实了哥白尼的行星围绕地球转的理论是惟一可信的理论。

但是，罗马天主教会命令伽利略“既不能保留也不能捍卫”他的发现(Kane, 1992)。

正如新的思想经常遇到的情况那样，很多人认为他们的权威性受到伽利略发现的威胁，于是他们无所不用其极，压制他对宇宙的新观点。

[布热诺斯基(Bronowski, 1973)的电视片给予了一个极好的简短叙述，新近更详尽的叙述可以在赖斯顿(James Reston)的《伽利略的生活》(Galileo:A life)一书中找到。

] 教会宣判伽利略有罪，在审讯中用酷刑威胁他，强迫他宣布放弃自己的“谬误”发现，并声明他“公开放弃、诅咒并深深憎恶”他工作的荒谬和错误。

69岁的伽利略双目衰退，被迫在软禁中度过了人生的最后8年。

359年后，教会才正式承认了它的错误。

(Cowell, 1992; Montalbano, 1992) 每一位科学家在处理一个题目或争议时，都会采取一种研究途径或特定的方向。

这种研究途径决定了科学家应用的概念、问题、思路及研究程序，它也决定了需要检验的假说和最后产生的理论。

然后，这个研究途径便成为验证一个理论的框架。

正如我们可以经常观察到的，科学所要完成的任务就是理论，换句话说，理论就是科学的全部。它是科学研究的产物。

理论可以解释、预测或帮助发现事实之间有规律的联系。

科学家应用理论对现实的本质进行概括（即抽象的表述）。

在我们的领域中，我们希望对人们进行交流的方式进行概括。

理论经过证实，就可以帮助我们预测特定事件的结果。

在这种情况下，理论的目标就是对传播的过程和效果做出预测。

约翰逊(1972)指出，英文里只有50万至60万个字，而这些字必须表达数以百万计的个别事件、经验和关系。

人们常用的词汇是很少的。

在电话交谈中，人们通常惯用的词汇约5000字，小说使用的词汇平均一万字左右(Miller, 1963, p. 121)，这可能意味着，在日常交流中，我们的词汇通常是够用的，但也不难想象出我们的词汇不够使用的情况。

假使有人在你前面的桌子上放了12个橘子，并且从橘子中随机取出其中之一，让你用文字来形容它，你可以描述得那么精确，让一个不在现场的人依照你的描述待会儿从那12个橘子中选出你所说的那一个来吗？除非幸运(比如橘子有明显的畸形)，否则这项工作是相当困难的。

主要的问题在于，我们在现实中区别事物要比用词汇描述事物容易得多。

同样的问题也出现在描述人类生理特点这一更实际的情况下。

有时看起来，描述人只比上面那个描述橘子的例子稍微容易一点。

这个问题通常出现在执法时，在那种情况下，人们必须将某人描述得非常准确，以便别人能认出他来。

很多人在这方面并不擅长，一方面是因为他们没有仔细观察，另一方面是因为描述的词汇有限。

或者想一下用词来描述一个持续的过程，例如拉小提琴、骑自行车或系鞋带。

许多人会发现，很难用词来表达这些动作，而且教人做这类事情基本上都是由一个人示范给别人的。

像抱吉它的正确姿势这些简单的事情，却可能几乎无法用词来表达，所以给初学吉它者使用的教程通常都配有图片，以帮助理解。

吉它初学者手册的作者要说明，当弹对的时候，吉它发出的声音应该是怎样的，也有类似的问题。

<<传播理论>>

这个作者可能就得造一些词来描述某些节奏方式，如“蹦一嚓，蹦一嚓”，即便如此，这些再造的词也只能接近于期望的声音。

由于我们的知识和语言局限性(limited nature)的特点，普通语义学家强调你永远也不能说得面面俱到，爱迪生说过：“我们对任何事情知道的还不到它的几亿分之一。

”语义学家建议，在任何叙述句子后放一个等(etc.)字，以提醒你，对任何事还能说出更多。

(如果你在实际上并不说出或写出等字，你至少可以想到它。

)语义学家把他们的杂志定名为ETC(等)以此强调这个观念的重要性。

.....

<<传播理论>>

媒体关注与评论

前言 在准备《传播理论》的第四个版本时，我们试图对第三个版本问世以来传播领域和大众传播理论的变化作出反应，我们也试图对采用这本教材的许多教师的改进建议作出答复。

我们的一个目标是讨论传播技术、多媒体和互联网的根本性发展，这些新情况从本质上对大众传播下了新的定义。

在讨论议程设置、知识沟、教养理论、沉默的螺旋和使用与满足研究等重要理论领域的章节我们补充了新的材料，将最近的研究纳入了讨论。

我们的修改也包括科学方法和模式的章节，增加了媒介所有制一节，并对全书章节补充了新近的例子

- 。新增加的部分涉及新式新闻、公共新闻学、图像的视觉修辞方法、媒介构造和真实的社会结构等

- 。为了激发对各个领域研究的思考，我们也在各章末尾增加一些讨论题。

与前面三个版本一样，本书主要针对以大众传播媒介——包括新闻业、广告业、公共关系业、广播、电视、电影和电子印刷——为职业追求的本科生以及需要了解大众传播理论、基础知识和研究方法的读者。

本书也适用于向研究生介绍大众传播理论的课程。

<<传播理论>>

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>