

<<初识传播理论>>

图书基本信息

书名：<<初识传播理论>>

13位ISBN编号：9787302214458

10位ISBN编号：730221445X

出版时间：2010-3

出版时间：清华大学出版社

作者：格林芬

页数：415

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>

前言

麦克卢汉所预言的地球村，当年人们还半信半疑，如今却几乎成了一个不争的现实。通信卫星、互联网、电子信号以及现代化的交通运输工具，已经将地球联结为一个巨大的网络，环环相扣、息息相关。

中国走向世界或者世界走向中国已经不再是一种期待，中国已经立足于世界，世界已经包容着中国。正是在这样一种全球化的时代，中国的新闻传播教育也进入了一个新时期。

在未来的世界中，信息就是力量，获得信息和传播信息都将成为衡量一个国家和民族在世界上的地位和影响的重要标志。

中国和关于中国的信息传播，其质量和数量都是中国世界形象和世界作用的一个象征。

因而，为了适应这种全球化发展趋势，中国未来的新一代新闻与传播人才，必然将越来越需要一种世界性的传播视野、国际性的传播能力和全球性的传播意识。

正是基于这样的认识，与清华大学建设“综合性、研究型、开放式”的世界一流大学的规划相适应，清华大学新闻与传播学院在建院初始就计划一方面陆续在校内开设部分新闻学、传播学英语课程和中英文双语课程，另一方面将陆续编辑出版与课程相适应的英文原版系列教材，以培养学生的国际传播和国际交流的素质和能力。

<<初识传播理论>>

内容概要

这是一本国际流行的传播理论教材，共拥有16种文字版本，是美国大学传播理论课的首选教材之一。本书的特点是采取“理论精选+案例释义”的写法，深入浅出，通俗易懂，适合从未接触过传播理论的本科生和普通读者使用。

《初识传播理论》自1991年问世以来至今出到了第七版，是美国大学传播理论课的首选教材之一，其权威性和受欢迎的程度仅从其再版更新的频度上可见一斑。

同时，这本书也被翻译成了16种文字，受到了国际学生和读者的喜爱。

与采用全景概观式写法的《人类传播理论》相比，《初识传播理论》采用了“理论精选+案例释义”的写法，更为通俗易懂，因而更适合从未接触过传播理论的本科生和普通读者使用。

这种“理论精选+案例释义”的写法很快被其他学者所借鉴。

其中较为成功的是理查德·韦斯特（Richard West）和林恩·特纳（Lynn H. Turner）编写的《传播理论导引：分析与应用》（Introducing Communication Theories: Analysis and Application）。

该书第二版由刘海龙博士翻译完成，中国人民大学出版社2007年推出。

《人类传播理论》问世于1978年，迄今已经出到了第九版，其中涵盖了迄今为止在传播学领域内得到广泛认可的116种理论或“范式”。

但无论从广度和深度来说，该书对于初学者来说都是个挑战，并不适合于传播学“入门”或“导论”方面的课程，它更适合于传播学专业的高年级本科生和硕士生相关的理论研讨课中使用。

因此，在钻研此书之前，我们还需要一本传播理论方面的“入门书”。

《初识传播理论》的问世填补了这个空白。

这也是笔者力荐清华大学出版社引进此书的主要依据，希望这两本经过时间检验的“权威”教材能够相互补充和参照，满足不同层次读者和不同性质课程的需求。

截至2008年底的统计，我国已经有825所院校设立了新闻传播学的相关系科。

传播理论方面的课程已经成为专业核心课的重要组成部分。

另一方面，随着传播学在国内的进一步普及，“传播学”或“传播理论”方面的公共课也成为许多院校对本科生的基本要求。

这是因为“一个人没法不传播”已经逐渐成为全社会的共识，在人际、组织、媒介和跨文化层面上提升传播的有效性已经成为大学通识教育（General Education）的基本要求之一。

有鉴于此，与《人类传播理论》相比，《初识传播理论》一书应当在我国的高等院校中得到更为广泛的使用，同时也会获得更广泛层面的普通读者的青睐。

<<初识传播理论>>

书籍目录

前言第一部分 概观 第一章 开展传播理论的研究 第二章 漫谈理论(略) 第三章 字斟句酌(厄内斯特·鲍曼的符号聚合理论)(略) 第四章 绘制学科地图(传播理论的七大传统)(略) 第二部分 人际传播 人际信息的传递 第五章 符号互动主义(乔治·赫伯特·米德) 第六章 意义的协调与管理(巴内特·皮尔斯和沃农·克龙恩) 第七章 期望破坏理论(朱迪·伯古恩) 第八章 构成主义(杰西·德里亚) 人际关系的发展 第九章 社会穿透理论(厄文·艾尔特曼和达尔马斯·泰勒) 第十章 不确定性削减理论(查尔斯·伯格) 第十一章 社会信息处理理论(约瑟夫·华尔瑟) 人际关系的维持 第十二章 关系的辩证法(莱斯利·巴克斯特和芭芭拉·蒙哥马利) 第十三章 互动观点(保罗·瓦茨莱维奇) 人际影响 第十四章 社会判断理论(穆萨弗·谢里夫) 第十五章 深思概率理论(理查德·培蒂和约翰·卡西奥普) 第十六章 认知不协调理论(雷昂·费斯廷杰) 第三部分 群体传播和公共传播 群体决策 第十七章 群体决策的功能主义视角(蓝迪·广川和丹尼斯·古伦) 第十八章 适应性建构理论(马歇尔·斯科特·普尔) 组织传播 第十九章 组织的文化取向(克利福德·吉尔兹和迈克尔·帕卡诺夫斯基) 第二十章 组织传播的批判理论(斯坦利·迪兹) 公共修辞 第二十一章 修辞术(亚里士多德) 第二十二章 戏剧主义(肯尼斯·伯克) 第二十三章 叙事范式(沃尔特·菲舍尔) 第四部分 大众传播 媒介与文化 第二十四章 媒介生态学(马歇尔·麦克卢汉) 第二十五章 符号学(罗兰·巴特) 第二十六章 文化研究(斯图尔特·霍尔) 媒介效果 第二十七章 培植理论(乔治·格博纳) 第二十八章 议程设置理论(麦克斯威尔·麦科姆斯和唐纳德·肖) 第二十九章 沉默的螺旋(伊丽莎白·诺埃尔·纽曼) 第五部分 文化语境 跨文化传播 第三十章 传播调适理论(霍华德·贾尔斯) 第三十一章 面子协商理论(丁允珠) 第三十二章 言语符码理论(盖瑞·菲利浦森) 性别与传播 第三十三章 性别语体(黛博拉·坦嫩) 第三十四章 立场理论(桑德拉·哈丁和朱莉亚·伍德) 第三十五章 噤声群体理论(切瑞丝·克莱玛瑞) 第六部分 整合传播理论 传播理论 第三十六章 传播理论中的共同脉络

章节摘录

插图：The next class is different. Right from the start, class members interact with each other on how to design the course. Even Pete wakes up to the realization that he has a stake in what's decided and voices a depth-over-breadth rationale for concentrating on fewer theories—perhaps only a dozen. Michelle piggybacks on his idea, suggesting that each student become an expert on a different theory. Andrew welcomes the chance to specialize in one area—on the condition that he can pick a theory of new media that will intersect with his double major of communication and computer science. This surge of interaction supports Poole's optimistic assumption that group members are "skilled and knowledgeable actors who reflexively monitor their activities as they navigate a continuous flow of intentionality." Skilled and knowledgeable actors don't always agree, however. Paige expresses concern that people will select only theories that are familiar or within their comfort zone. She thinks everyone should discuss theories that question unjust corporate control of the media and propose ways in which poor people could have a voice. Mike wants Pete to explain what he means by studying theory in depth. If he's referring to practical application, fine. If he means wading through primary sources, no way. Reminding the class of his special status as the professor's TA, Josh claims that the prof won't let the group concentrate on only a dozen theories while ignoring the other 20 that are in the book. Note that these class members raised issues of morality, communication, and power—issues that Poole and Giddens agree are fundamental in any social interaction. Poole writes that these three elements are mixed together in every group action. He says that it's "hard to use moral norms without considering their interpretation—a matter of meaning—and how they are 'made to count'—a matter of power." Megan, always a sensitive observer of the human scene, notices that Lauren seems hesitant to speak. By specifically asking for her opinion, Megan tries to create a space for Lauren to be heard. In a soft voice, Lauren wishes there could be a midrange compromise on the breadth/depth issue. After class you overhear her thanking Megan for caring what she thinks. No doubt Megan's intentions were good, but in subsequent classes you observe that Lauren is even quieter. This confirms Poole's structuration research, which suggests that advocacy can sometimes hurt rather than help a reticent member of the group. Megan's encouragement may simply reinforce Lauren's tendency to wait for an invitation before speaking up. Even actions that are well-thought-out have unanticipated consequences.

<<初识传播理论>>

编辑推荐

《初识传播理论(第7版·影印)》：新闻与传播系列教材·英文原版系列

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>