第一图书网, tushu007.com

<<大众传播模式论>>

图书基本信息

书名：<<大众传播模式论>>

13位ISBN编号：9787532743919

10位ISBN编号：7532743918

出版时间：2008年4月

出版时间：上海译文出版社

作者：[英]丹尼斯·麦奎尔，,[瑞典]斯文·温德尔

页数：201

字数：144000

译者：祝建华

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

第一图书网, tushu007.com

<<大众传播模式论>>

内容概要

当代社会科学的一个特点是研究成果的模式化，从而对事物的内在机制和相互联系作出直观而简洁的描述。
传播学素以图象模式见长，堪与经济学的数学模式相媲美。
当你传播学新流派“使用与满足”理论的的倡导人丹尼斯·温德尔，在本书中精心选取了四十八种最具代表性的模式，逐一介绍其涵义、演变过程和主要优缺点，明晰如画地描绘了五十年来传播学发展的轮廓，使庞大的传播学理论体系在人们面前一目了然。
在当今卷帙浩繁的传播学论著中，这是一部独具特色的传播学概论。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

第一图书网, tushu007.com

<<大众传播模式论>>

书籍目录

1　导言 1.1 范围和目的 1.2　模式的应用与误用 1.3　定义与术语 1.4　早期的传播模式与大众传播研究 1.5　基本数学模式的展开 1.6　从传播到大众传播 1.7　传播模式和传播研究的发展 1.8　未来的发展2　基本模式 2.1　拉斯韦尔模式 2.2　香农—韦弗模式、奥斯古德—施拉姆模式和丹斯模式 2.3　格伯纳传播基本模式 2.4　纽科姆ABX模式及其他“平衡”模式和互向模式　2.4.1　纽科姆ABX模式　2.4.2　风筝型互向模式　2.4.3　和谐一失和理论　2.4.4　融合模式 2.5　韦斯特利一麦克莱恩传播研究概念化模式 2.6　马莱茨克大众传播过程模式 2.7　另类传递：仪式模式和关注模式　2.7.1　传播仪式模式　　2.7.2　展示和注意力传播3　人际影响、扩散和大众传播对个人的短期效应 3.1　刺激一反应模式及其修正 3.2　卡茨一拉扎斯菲尔德大众媒体和人际影响的两级传播模式 3.3　康斯托克电视对个体行为之影响的心理学模式 3.4　罗杰斯一休梅克创新扩散模式 3.5　新闻扩散　3.5.1　“常态”扩散曲线　3.5.2　J曲线模式 3.6　新闻理解、处理和记忆　3.6.1　新闻学习的传递模式　3.6.2　新闻处理的接收模式 3.7　民意和人际传播菌丝模式4　大众传播对文化与社会的影响 4.1　文化指标与涵化过程 4.2　议程设置　4.2.1　基本模式　4.2.2 罗杰斯一迪林的差异化议程设置模式 4.3　大众传播效果依赖模式　4.3.1　依赖状态　4.3.2　依赖效果过程 4.4　沉默的螺旋　4.4.1　基本模式　4.4.2　个人意见的过程模式 4.5　信息沟效果 4.6　媒体的社会离心与向心效果5　受众中心模式 5.1　使用与满足模式　5.1.1　基本模式　5.1.2　罗森格伦展开模式　5.1.3　媒体满足的期待一价值模式……6、媒体组织、选择与生产7、策划传播8、新媒体与信息社会9、国际传播附录

第一图书网, tushu007.com

<<大众传播模式论>>

章节摘录

1　导言1.1 范围和目的本书有双重目的：其一，试图用简明、易懂的方式，汇集并介绍一批用于描述或解释大众传播过程的模式。
其二，旨在再现一些从过去四十年研究中涌现出来的大众传播主要学说思想。
我们在某些章节中也推出了我们自己的模式，以反映重要的理论发展轨迹或者相对新兴的研究领域。
本版对十年前的第一版作了许多修改。
我们既删除了一些旧的模式，也增加了另一些新的模式（尤其是新加的第7至第9章），以展现本学科的发展及扩张。
我们还是保留了一些早已过时的基本模式，不但为了记录历史，而且因为这些模式为以后的工作奠定了基础。
叙述大众传播学说发展史的方式很多。
我们选择的是一种传统的方式，即把大众传播视为一种普遍现象的特殊形式，其中的发送者（sender）、讯息（message）和接收者（receiver）等元素都具有各自的特征与含义。
我们打算从所有传播关系都会涉及到的一些非常简单和普遍的模式出发，进而探讨大众传播的效果、主要参与者之间的关系、这些参与者与社会之间的关系，以最终阐明这些含义。
为了集中讨论大众传播，我们不得不省略人际传播研究、个人内向传播研究、群体和组织传播的结构与信息流动研究等领域中出现的有趣进展。
当然，我们自己是将大众传播视为一个与其他各种传播网络及过程同生共长并相互作用的过程。
尽管传播研究领域中出现了在理论、方法与目标上似乎互不相关的各个分支，我们并不主张在各种“传播系统”的实体内容之间划分硬性的界线。
我们期望目前这些界线在未来会变得更加模糊，同时传播技术的发展和新的传播需求方式将导致新的不同传播结构、关系和可能的效果。
当代大众传播学的研究者们一般对建立传播模式的活动并不十分注意。
鉴于这种情况，有人可能会提出问题：为什么我们还要采取这种不合潮流的做法？
我们将在以后的章节中阐述这种做法的一般优缺点，但我们首先要作出的答复，是我们坚信模式的启迪价值，对于我们来说，注重实质性的经验主义的研究与用图形方式表述各种假说、结论和理论的愿望，这两者并不矛盾。

第一图书网, tushu007.com

<<大众传播模式论>>

编辑推荐

《大众传播模式论(第2版)》由上海译文出版社出版。

第一图书网, tushu007.com

<<大众传播模式论>>

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