

<<媒介研究的进路>>

图书基本信息

书名：<<媒介研究的进路>>

13位ISBN编号：9787501164936

10位ISBN编号：7501164932

出版时间：2004-01-01

出版时间：新华出版社

作者：奥利费·博伊德·巴雷特

页数：683

字数：667000

译者：汪凯,刘晓红

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>

<<媒介研究的进路>>

内容概要

对于一个被许多不同的人文、社会科学所关注的研究领域来说，厘清其理论和方法论传统是一件极为重要但也相当困难的事情。

许多传播学的研究者们或许都思考过这样一些问题：这个领域中的研究传统是否太过庞杂？

能否很方便地得到一个多世纪以来最经典的传播研究文献？

对这些文献能否作出比较清晰的理论和方法论上的梳理？

不能说《媒介研究的进路》完全解决了这些问题，但它确实是一次相当出色的尝试。

《媒介研究的进路》一书为您了解媒介和大众传播研究的不同理论和方法传统提供了丰富的资料。对于媒介研究的每一主流传统，本书都在其开创性研究和杰出研究中选取了某些范例，这些研究揭示了该传统的发展线索，编者在第一部分的导言中作出了联系语境的解读。

<<媒介研究的进路>>

作者简介

奥利费·博伊德-巴雷特：莱彻斯特大学大众传播研究中心远程教学主任。

克里斯·纽博尔德：莱彻斯特大学大众传播研究中心讲师。

<<媒介研究的进路>>

书籍目录

总序编者导言：走近媒介鸣谢第一章 媒介研究的领域 1、研究领域的界定 2、论忽视历史：大众传播研究与社会批判 3、媒介社会学：主导范式 4、大众传播研究的背景 5、欧洲大众传播研究：起源与展望 6、大众传播与现代文化：对意识形态批判理论的贡献第二章 大众社会理论、多元主义、功能主义 7、媒介研究的早期理论 8、文化工业：期骗大众的启蒙 9、大众社会和经的文化 10、大众社会与大众文化：独立还是依存？ 11、传播在社会中的结构和功能 12、功以分析和大众传播研究回顾 13、媒介研究：理论进路 14、政治家和新闻界：一篇有关角度关系的论文第三章 媒介效果研究第四章 政治经济学第五章 公共领域第六章 媒介职业和职业人员第七章 文化霸权第八章 女权主义第九章 活动图像第十章 新受众研究译后记

<<媒介研究的进路>>

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>