

<<传媒效果概论>>

图书基本信息

书名：<<传媒效果概论>>

13位ISBN编号：9787810856157

10位ISBN编号：7810856154

出版时间：2006-2

出版时间：北京广播学院出版社

作者：(美)詹宁斯·布赖恩特苏姗·汤普森

页数：321

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>

<<传媒效果概论>>

内容概要

《国外传媒经济管理经典译丛》系列之一，人们已经变得越来越需要和依赖信息。因此对传媒效果的理论与实证研究也就成为了一个重要的和引人关注的研究领域。要在信息时代脱颖而出，具备基本的传媒效果知识就是一项不可或缺的必要条件。

本书概述了媒介传播历史、传播过程、传播模式。
重点阐述了媒介效果的理论与概念、研究方法、媒介效果的重要性。

<<传媒效果概论>>

作者简介

詹宁斯·布莱恩特（1974年获印地安那州大学哲学博士学位），传播学教授，里根资深私立传播大学的所有者，阿拉巴马州大学传播研究所的主任。

在2000年，他荣获了学校的布莱克—穆迪杰出教授奖，并成为国际传播协会主席的候选人。

詹宁斯博士在peer-reviewed杂志上发表了70多篇论文，于汇编学报上出版了80多个章节的文章，同时向国内、国际的专业传播协会的会议投了200多篇论文。

其中，他所写论文的23%都获得了嘉奖。

最近由詹宁斯，布赖恩特博士执笔或主编的图书包括：传媒影响力：理论研究高级教程（1994），传媒沟通入门，第四版（1995），传媒重构（1996），传媒沟通入门，第五版（1998），人类沟通理论，第二版（2000），电视与美国家庭，第二版（2001）。

詹宁斯博士除了自己进行研究、写作外，他还积极参与到提升并校定其它研究者的编辑工作中。

曾服务于11家学报杂志的编辑部，现在也是8家学报杂志的特邀编辑。

他也是一系列由LEA出版社出版的学术书籍的合作编辑，LEA出版社出版的传播系列教材的编辑，和LEA出版社出版的系列传播图书的编辑。

<<传媒效果概论>>

书籍目录

序言第一部分：概要和历史 第一章：理解传媒效果 第二章：传媒效果：历史透视 第三章：传媒效果的科学研究史第二部分：理论和概念 第四章：社会认知理论 第五章：诱因效应 第六章：教养（涵化）理论 第七章 创新扩散理论 第八章 使用与满足 第九章 议程设置 第十章 说服第三部分 主要研究领域 第十一章 传媒暴力的影响 第十二章 传媒中有关性内容所产生的影响 第十三章 对传媒暴力、恐怖内容的反应 第十四章 新闻的影响 第十五章 传播活动的影响力 第十六章 传媒对健康的影响 第十七章 广告效果研究 第十八章 大众传媒的政治传播效果 第十九章 对少数民族形象的影响 第二十章 传媒的娱乐功能 第二十一章 传播新技术《传媒效果概论》参加翻译人员分工表

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>