

图书基本信息

书名：<<21世纪传播学研究丛书-大众传播理论解读>>

13位ISBN编号：9787810904032

10位ISBN编号：7810904035

出版时间：2005-3

出版时间：苏州大学

作者：张慧元

页数：392

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>

内容概要

美国新闻学教授密勒（John C.Merrill）在课堂上对新闻学的评语是“新司学像水蛭，专吸别的学科的血。

”如果这句话用在大众传播理论上，那就更为恰当。

因为只要稍微一探究提出传播理论的学者的学术背景，就会发现这些早期的传播理论学者是来自各个不同的学术领域，诸如心理学、行为科学、政治学、社会学及数学等学科。

不同的学科有不同的学术用语、不同的学术背景，再加上大众传播是20世纪新兴的学科，为表达某一新的理念，在日有的词汇不足以表达时，只有创造新词。

这样一来，让读大众传播理论的人就伤透了脑筋。

这还是对以英文为母语的人来说，对母语不是英文的人来说，那就更令人头痛了。

大众传播理论解读，就是企图打破大众传播理论对国人所形成的障碍。

书籍目录

前言第一章 科学方法与理论第二章 大众传播的演进第三章 大众传播与现代社会第四章 大众传播模式第五章 态度转变研究之兴起第六章 态度转变研究的发展第七章 讨论新闻选择性的暴露第八章 选择性认知个案研究第九章 讯息的关卡第十章 二级传播与人际传播第十一章 宣传与早期传播理论第十二章 大众传播之功效第十三章 知识鸿沟论第十四章 大众传媒的议题设定第十五章 群体与传播第十六章 媒介使用与满足理论第十七章 衡量可读性第十八章 衡量内涵意义：语义差异第十九章 传媒暴力与儿童社会学习第二十章 创新、现代化及反射理论第二十一章 电子文化及传播理论发展趋势后记

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>