

<<特新大眾傳播理論>>

图书基本信息

书名：<<特新大眾傳播理論>>

13位ISBN编号：9789867830586

10位ISBN编号：986783058X

出版时间：2003

出版时间：韋伯

作者：Denis McQuail

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>

<<特新大眾傳播理論>>

內容概要

主述 大眾媒介的重要性、媒介與社會的關係、方法的基本差異、大眾媒介的興起、印刷媒介參、大眾傳播的過程、主流理論與研究典範的興起等

第一章 緒論

- 壹、大眾媒介的重要性
- 貳、媒介與社會的關係
- 參、方法的基本差異
- 肆、不同型態的理論
- 伍、傳播科學與大眾傳播研究
- 陸、其他的分析傳統：結構分析、行為分析與文化分析
- 柒、大眾傳播的定義
- 捌、大眾媒介制度

第二章 大眾媒介的興起

- 壹、從最初的媒介到大眾媒介
- 貳、印刷媒介：書籍與圖書館
- 參、印刷媒介：報紙
- 肆、身為大眾媒介的電影
- 伍、無線廣播
- 陸、音樂錄製
- 柒、新電子媒介
- 捌、媒介之間的差異
- 玖、媒介變遷對公共利益的意涵

第三章 概念與模式

- 壹、關於媒介與社會的早期看法
- 貳、「大眾」的概念
- 參、大眾傳播的過程
- 肆、廣大的閱聽人
- 伍、大眾文化與通俗文化
- 陸、主流理論與研究典範的興起
- 柒、另類典範
- 捌、四種傳播模式
- 玖、關於媒介與社會的新觀點

第四章 媒介理論與社會理論

- 壹、媒介、社會與文化：聯繫與衝突
- 貳、大眾傳播乃是一種整體性：社會關係的中介
- 參、聯繫媒介與社會的參考架構
- 肆、媒介理論的主要議題(一)：權力與不平等
- 伍、媒介理論的主要議題(二)：社會整合與認同
- 陸、媒介理論的主要議題(三)：社會變遷
- 柒、媒介社會理論(一)：大眾社會
- 捌、媒介社會理論(二)：馬克思主義的觀點
- 玖、媒介社會理論(三)：功能論
- 拾、媒介社會理論(四)：批判政治經濟學
- 拾壹、媒介社會理論(五)：現代化與發展
- 拾貳、媒介社會理論(六)：傳播科技決定論
- 拾參、媒介社會理論(七)：資訊社會

<<特新大眾傳播理論>>

拾肆、衝突與共識對比、媒介中心論與社會中心論對比取向

第五章 大眾傳播與文化

壹、設定場景：文化途徑

貳、傳播與文化

參、起源：法蘭克福學派與批判理論

肆、霸權

伍、晚近批判文化理論的發展：伯明罕學派

陸、性別與大眾媒介

柒、通俗文化的「救贖」

捌、商業化

玖、傳播科技與文化

拾、媒介邏輯與傳播偏向

拾壹、涵化與認同的中介作用

拾貳、文化的全球化

拾參、大眾媒介與後現代文化

第六章 新媒介：新理論

壹、新媒介與大眾媒介機構

貳、資訊社會的興起

參、「新媒介理論」的主要議題

肆、「新媒介理論」的可能基礎

伍、資訊交流的新模式

陸、電腦中介社群的形成

柒、政治參與、新媒介與民主

捌、新傳播科技的全球性偏向

玖、自由的科技？

拾、新媒介促進平等？

拾壹、結論

第七章 媒介與社會規範理論

壹、媒介與公共利益

貳、媒介社會理論的主要議題

參、早期的理論途徑：身為「第四階級」的新聞業

肆、一九四七年的新聞自由委員會與社會責任論

伍、專業與媒介倫理

陸、四種報業理論與其它理論

柒、公共服務廣播系統的另一種選擇

捌、大眾媒介、市民社會與公共領域

玖、對於當代公共領域不滿的回應

拾、規範性的媒介理論：未來的道路

第二部分 結構

第八章 媒介結構與行為表現：原則與義務

壹、一個評估的架構

貳、媒介自由

參、媒介平等

肆、媒介多元

伍、資訊品質

<<特新大眾傳播理論>>

- 陸、社會秩序與團結
- 柒、文化秩序
- 捌、媒介規範理論的應用範圍
- 玖、變遷中的規範環境
- 拾、義務的意義
- 拾壹、義務的兩種模式
- 拾貳、義務的方向與關係
- 拾參、義務的架構
- 拾肆、結語
- 第九章 媒介結構與制度
- 壹、媒介「不只是商業」
- 貳、媒介結構的基礎和分析層次
- 參、媒介結構的一些經濟原理
- 肆、所有權與控制
- 伍、競爭與集中
- 陸、媒介經濟的獨特面貌
- 柒、媒介結構的動力
- 捌、大眾媒介的管制：另類模式
- 玖、媒介政策典範的轉移
- 拾、國家內部的差異：媒介體系的社會與文化特色
- 拾壹、媒介體系和政治體系
- 拾貳、媒介結構中的後共產主義變遷
- 第十章 全球性的大眾傳播
- 壹、起源
- 貳、新的動力：科技和金錢
- 參、跨國公司與媒介所有權和控制權
- 肆、全球大眾媒介的差異
- 伍、文化帝國主義及其之外
- 陸、媒介跨國化的過程
- 柒、國際性的媒介依附
- 捌、國際新聞流動
- 玖、媒介文化的全球貿易
- 拾、國家與文化認同的概念
- 拾壹、結論
- 第三部分 組織
- 第十一章 媒介組織
- 壹、媒介組織研究傳統的興起
- 貳、媒介組織研究的架構與觀點
- 參、組織對內容的影響：幾個主要議題
- 肆、分析層次
- 伍、受社會力影響的媒介組織
- 陸、媒介組織與社會的關係
- 柒、記者的角色：投身參與或保持中立？

- 捌、壓力團體與利益團體
- 玖、媒介組織與媒介所有者及其顧客的關係
- 拾、媒介組織與閱聽人的關係

<<特新大眾傳播理論>>

- 拾壹、內部結構與動態觀點
- 拾貳、「大眾傳播工作者」的個人特質所造成的影響
- 拾參、新聞組織中的女性
- 拾肆、潛藏的矛盾
- 拾伍、媒介職業角色的兩難困境
- 第十二章 媒介文化的產生
 - 壹、從脈絡到生產
 - 貳、媒介組織的活動：守門與篩選
 - 參、意識形態影響與組織影響
 - 肆、新聞篩選過程中的變數
 - 伍、爭取媒介近用權
 - 陸、消息來源對新聞的影響
 - 柒、媒介組織的活動：處理流程與新聞呈現
 - 捌、媒介文化的邏輯
 - 玖、決策的其他模式
 - 拾、吸引閱聽人注意力具有絕對優先性
- 第四部分 內容
 - 第十三章 媒介內容：主題、概念與分析方法
 - 壹、為什麼要研究媒介內容？
 - 貳、以批判觀點審視媒介內容
 - 參、結構主義與符號學
 - 肆、媒介內容是一種訊息
 - 伍、媒介表現論述
 - 陸、研究方法的相關問題
 - 柒、傳統的內容分析
 - 捌、比較量化與質化分析途徑
 - 玖、結論
 - 第十四章 媒介文類與文本
 - 壹、文類的問題
 - 貳、媒介格式與邏輯
 - 參、新聞文類
 - 肆、新聞價值和新聞結構
 - 伍、新聞敘事
 - 陸、新聞程序的另類版本
 - 柒、文化的文本及意義
- 第五部分 閱聽人
 - 第十五章 閱聽人理論與研究傳統
 - 壹、閱聽人的概念
 - 貳、閱聽人的起源
 - 參、從大眾到市場
 - 肆、批判的觀點
 - 伍、閱聽人研究的目標
 - 陸、另類的研究傳統
 - 柒、議題的興起
 - 捌、閱聽人的類型
 - 玖、身為團體或公眾的閱聽人

<<特新大眾傳播理論>>

拾、閱聽人的滿足模式

拾壹、個別媒介的閱聽人

拾貳、由管道或內容來定義的閱聽人

拾參、閱聽人與傳播者關係的另類模式

拾肆、閱聽人研究的問題

拾伍、閱聽人研究及其影響的普遍化觀點

拾陸、主動性與選擇性

第十六章 閱聽人的形成與經驗

壹、「為何」使用媒介？

貳、閱聽人形成的結構途徑

參、使用與滿足途徑

肆、一個閱聽人選擇的整合模式

伍、媒介使用和日常生活

陸、媒介使用的公共和私人領域

柒、次文化和閱聽人

捌、生活方式

玖、性別化的閱聽人

拾、社會性與媒介使用

拾壹、媒介使用的規範架構

拾貳、閱聽人的內容規範

拾參、來自閱聽人的觀點

拾肆、媒介迷

拾伍、閱聽人的終結？

拾陸、閱聽人的「逃脫」

拾柒、閱聽人的未來

拾捌、再談閱聽人的概念

第六部分 效果

第十七章 效果研究的傳統

壹、媒介效果的假定

貳、媒介效果研究和理論的自然歷史：四個階段

參、效果的層次和種類

肆、媒介效果的過程：一個類型學

第十八章 短期效果的過程

壹、個人的反應和回應

貳、媒介與暴力

參、一個行為效果的模式

肆、集體反應的效果

伍、宣傳活動

陸、宣傳

柒、結論

第十九章 長期和間接的效果

壹、在一個發展環境中的傳播

貳、知識的傳佈

參、新聞的傳播以及從新聞中學習

肆、框架效果

<<特新大眾傳播理論>>

- 伍、議題設定
- 陸、知溝
- 柒、長期的、非計畫性的變遷：一種模式
- 捌、社會化
- 玖、對真實的定義與建構
- 拾、沈默螺旋：意見氣候的形成
- 拾壹、建構真實與不成文的偏差
- 拾貳、涵化
- 拾參、社會控制和意識的形成
- 拾肆、對其他社會機構的效果
- 拾伍、事件的結果
- 拾陸、媒介與文化變遷
- 拾柒、結論
- 第二十章 傳播學門的狀態
- 壹、大眾傳播的恆久存在
- 貳、理論的狀態
- 參、需要新理論嗎？

- 肆、大眾傳播的多重邏輯
- 伍、大眾媒介乃一種(不完美的)意義機器
- 陸、權力、影響力與效力
- 柒、文化的問題
- 捌、結語
- 名詞解釋
- 參考書目
- 人名索引
- 主題索引

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>