

<<人类传播理论>>

图书基本信息

书名：<<人类传播理论>>

13位ISBN编号：9787302071563

10位ISBN编号：730207156X

出版时间：2003-9

出版时间：清华大学出版社

作者：小约翰

页数：378

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>

<<人类传播理论>>

内容概要

本书自1978年第一版问世，迄今为止已经出到第七版，连续25年高居传播理论著作“排行榜”，堪称经典之作。

本书分为四个部分，第一部分属于导论，内容主要是理论以及理论研究的意义，解答了“什么是理论”、“为什么要研究理论”、“理论有什么用处”、“怎样研究传播理论”等问题。

第二部分是全书的重点，详细论述了九种传播理论，即所谓系统理论、符号与语言理论、话语理论、讯息生产理论、讯息接收理论、象征互动理论、社会与文化现实理论、经验与阐释理论和批判理论。第三部分是将传播问题放在各种社会背景与人际环境中进行考察，展现出传播理论的一系列经典思想。

第四部分是全书的结语，作者对如何“制造理论”做了言简意赅的阐释，为有志于进一步探究传播理论者提供了一些有益的启发、建议与方案。

最后以“前沿理论”收束全书。

这全书特色在于论述详尽、分析透彻，在传播理论阐释方面具有不可替代的地位，值得每位对新闻传播学感兴趣的读者珍藏。

<<人类传播理论>>

书籍目录

第一部分 导论：理论探索的本质 第一章 传播理论和学术研究概况 第一节 什么是传播理论？
 第二节 为什么要研究传播理论？
 第三节 传播的学术研究 第四节 给传播下定义 第五节 传播学中的探索过程 探索的基本模式
 学术研究的类型 第六节 作为学术领域的传播理论 修辞学传统 符号学传统 现象学传统 控制
 论传统 社会心理学传统 社会文化传统 批判传统 第七节 传播的层面 第八节 传播学核心理论
 的发展 第九节 传播学领域的知识结构 第十节 小结 第二章 处于探索过程中的理论 第一节 理论的
 本质 第二节 理论的基本要素 第三节 理论的传统理想化模型 第四节 替代性范式 第五节 理论的
 发展和变化 第六节 超理论 有关认识论的一些问题 有关本体论的一些问题 有关价值论的一些
 问题 第七节 如何评估传播理论 理论范围 适宜性 启发性价值 合理性 简洁性 开放性 第八
 节 小结 第二部分 传播理论论题 第三章 系统理论 第一节 系统的基本原则 什么是系统 系统的特
 质 第二节 信息论 基本概念 语言和信息 信息传输 第三节 控制论 反馈的过程 复杂的网络
 二级控制论 第四节 动态的社会影响理论 第五节 小结和评论 第四章 符号和语言理论 第一节 三
 个理论分支 第二节 经典语义学理论 皮尔斯有关符号的基本概念 查尔斯·莫里斯的理论 苏珊
 ·朗格的理论 第三节 语言和句法学研究 经典句法学的理论基础 结构语言学 生成语法 第四
 节 非言语行为的语义学和句法学 伯德维斯泰尔的身势学理论 艾克曼和弗瑞森的身势学理论 霍
 尔的空间关系学理论 第五节 小结和评论 第五章 话语理论 第一节 言语-行为理论 第二节 会话分
 析 会话的基本准则 会话的一致性 会话型辩论 第三节 小结和评论 第六章 讯息生产理论 第一
 节 特征与行为 有关特征的三个例子 特征、性情和生物性 调节和适应 第二节 认知理论 规划
 和行动理论 讯息选择理论 讯息设计理论 第三节 小结和评论 第七章 讯息接受和处理理论 第一
 节 讯息的解读 奥斯古尔德论意义 归因理论 第二节 信息的组织 信息-整合理论 一致性理论
 第三节 判断的过程 社会判断理论 详述概率理论 预期落空理论 人际欺骗理论 第四节 小结
 和评论 第八章 符号的互动、建构和汇合理论 第一节 符号互动理论 芝加哥学派 衣阿华学派 互
 动理论的延伸：厄文·高夫曼的理论 第二节 符号建构理论 第三节 符号汇合的过程 肯尼斯·伯克
 的认同理论 符号汇合理论 第四节 小结和评论 第九章 社会与文化现实理论 第一节 现实的社会建
 构 社会建构的一些实例 意义的协调与管理 第二节 语言和文化 语言的相对性 详述性和限制
 性符码 第三节 小结和评论 第十章 体验和阐释理论 第一节 现象学 第二节 文本阐释学 保罗·瑞
 科的理论 斯坦利·费什的理论 汉斯-乔治·伽达默尔的理论 第三节 文化阐释 传播的民族志
 研究 表演性民族志 组织性文化 阐释性的媒介研究 第四节 小结和评论 第十一章 批判理论 第
 一节 梳理批判理论 第二节 结构主义取向 马克思主义理论基础 法兰克福学派和普遍的实用主义
 第三节 后结构主义传统 文化研究 米歇尔·福科的理论 第四节 女性主义研究 语言和权力 邀
 请性修辞 第五节 小结和评论 第三部分 传播的语境化主题 第十二章 人际关系中的传播 第一节 人
 际关系的本质 人际关系传播的基本原则 人际关系的辩证法 第二节 人际关系的管理 不确定性和
 焦虑的管理 面子的管理 边界的管理 冲突的管理 第三节 小结和评论 第十三章 群体决策中的传
 播 第一节 输入-过程-输出模型 一个总体性的组织模型 功能性的传统 交互性的传统 第二
 节 建构的视角 第三节 小结和评论 第十四章 组织网络中的传播 第一节 组织网络 第二节 位置传统
 经典理论基础：韦伯的理论 莱克特的四种系统 第三节 关系传统 组织的过程 组织过程中的会
 话和文本 组织中的建构 组织管理和认同过程中的建构 第四节 文化传统 第五节 小结和评论 第
 十五章 传播与媒体 第一节 一个组织模型 第二节 媒体内容和结构 媒体理论 让·鲍德里亚和媒
 体符号学 第三节 作为社会机制的媒体 第四节 媒体和受众 大众社会与社会群体的对立 积极受
 众与消极受众的对立 第五节 文化产出理论 大众传播的功能 信息的扩散和影响 公众舆论和“
 沉默螺旋”效应 培植性分析 “议程设置”功能 第六节 个人产出理论 效果研究的传统 有限
 的还是有力的效果？
 使用、满足和依附 第七节 小结和评论 第四部分 结论 第十六章 打造传播理论参考书目出处说明作
 者索引主题索引

<<人类传播理论>>

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>